

## Capítulo 19

# La industria cultural del libro. Una aproximación al sector editorial

María José García Orta  
Ramón Reig  
Universidad de Sevilla

**L**os andaluces leen pocos libros pero las ventas crecen, al menos eso ha sucedido en los primeros años del siglo XXI. Es como si los lectores compraran más cada año o como si un porcentaje de compradores fueran sólo eso: consumidores de libros que luego no leen. O ambas cosas. Otra característica de la industria cultural del libro en Andalucía es el elevado número de editoriales con el que nos encontramos y su marcada dependencia de las subvenciones oficiales, aspecto este último que cambiará tras el anuncio por parte de la Junta de Andalucía de suprimir las ayudas de más de un millón de euros a la producción editorial. A pesar de ello, se observa una tendencia al alza tanto en el número de lectores como en las ventas por exportación.

### 1. Algunas cifras de interés

Según el *Barómetro de Hábitos de lectura y compra de libros en España* de 2009, elaborado por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE, 2010), la tasa de lectores de libros el pasado año se situó en el 55% de la población mayor de 14 años, 0,4% por encima del porcentaje obtenido en 2008. Incluso en el primer cuatrimestre de 2010 los datos son más alentadores, ya que el avance realizado por la misma entidad revela que estaríamos ante el 59% de lectores, de los cuales el 4,7% lo hace en soporte digital.

Retomando el *Barómetro* de 2009, del porcentaje de lectores totales, el 41,3% asegura leer libros diaria o semanalmente. Son los llamados lectores frecuentes, y otro 13,7% son los

denominados lectores ocasionales, que declaran leer alguna vez al mes o al trimestre. Por su parte, los no lectores representan el 45% de la población española, de los que el 13,6% casi nunca leen y el 31,4% no leen nunca, un dato cuanto menos preocupante.

El estudio también pone de manifiesto que Madrid se mantiene como la Comunidad Autónoma con más población lectora (64,4%) y supera en casi diez puntos la media nacional, mientras que Castilla-La Mancha (50,5%), Andalucía (50,2%) y Extremadura (49,4%) cierran la parte baja de la lista. Asimismo, Andalucía presenta porcentajes de compradores menores que la media española (véase Anexos gráfico 1 y tabla 1).

Al analizar el perfil del lector, el *Barómetro* recoge que el porcentaje de mujeres lectoras (58,4%) es superior al de los hombres (51,3%); la tasa de lectura disminuye según aumenta la edad, siendo el grupo de población que más lee, los jóvenes entre 14 y 24 años (70,5%) y los niños entre 10 y 13 años (91,2%), mientras que la tasa desciende bruscamente entre los mayores de 65 años (29,8%).

Centrándonos en Andalucía, siempre ha tenido un retraso histórico en cuanto a sus índices de lectura<sup>1</sup> en comparación a la media nacional:

En 1978, el 25% de las personas mayores de 6 años leían libros todos los días, varios días a la semana o un día a la semana (en España, el 36%). En 1985, el 36% de los andaluces de 14 y más años había leído algún libro en el último trimestre de la encuesta (en España, el 45%). Hay que esperar hasta el siglo XXI para encontrar índices lectores que no se distancien demasiado de las medias españolas. En 2006, Andalucía contaba con un 50,3% de la población de 14 y más años lectora de libros, índice que en España era de 55,5% (MERLO VEGA, 2007: 74).

Con respecto a la producción editorial, ésta disminuyó un 13,7% en 2009 respecto al año anterior, según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2010). Pese al descenso, el número total de títulos editados (74.521) es el segundo más elevado de la última década. Este total engloba las primeras ediciones: 68.870 títulos (un 14,2% menos que en 2008) y las reediciones: 5.651 títulos (un 7,4% menos).

Diferenciando entre libros y folletos, el número de libros editados descendió un 14,1%, hasta 65.213 títulos, y los folletos registraron un descenso del 10,5%, situándose en 9.308 títulos. La tirada media fue de 2.467 ejemplares por título, lo que confirma la ten-

---

<sup>1</sup> Para conocer datos por provincias, véase Anexos tabla 2.

dencia decreciente de los últimos años, con una reducción del 16,7% respecto a 2008. Reducción que igualmente se aprecia en la facturación durante 2009, que disminuyó un 2,4%, según datos del estudio de *Comercio Interior de Libro en España 2009*.

La Comunidad de Madrid (con 23.972 títulos) y Cataluña (con 20.871) fueron las regiones con mayor producción editorial en 2009. Por detrás se situaron Andalucía (con 8.590 títulos), Comunitat Valenciana (con 3.960), Galicia (3.180) y País Vasco (2.545).

A estos datos hay que unir que, en Andalucía, la cifra de unas 80 empresas editoras, siempre refiriéndonos a empresas privadas y no a instituciones públicas que editan libros, asociadas al colectivo de la AEA (Asociación de Editores de Andalucía), implica que se trata de un sector que se está consolidando como el tercer gremio español, tras el centralismo de Madrid y la histórica Cataluña. De hecho, el estudio *Panorámica de la Edición Española*<sup>2</sup> destaca que detrás de estas dos comunidades se sitúa Andalucía (14%) en cuanto a la producción editorial. Como asegura el ex presidente de AEA, Félix J. Rodríguez (2009: 10), «el camino no ha sido fácil, ya que se partió, en los años setenta, de unas cifras insignificantes en cuanto a editores y publicaciones andaluzas».

El mismo autor ofrece otros datos significativos: las empresas editoriales andaluzas ocupan cerca de 500 puestos de trabajo fijos y cuadruplican los puestos de trabajo indirecto. Además, estas editoriales superan ya los 8.000.000 de ejemplares publicados, prácticamente todo editado en castellano, por lo que la tirada media supera los 2.000 ejemplares por título editado. En este apartado priman los libros infantiles y los de texto —escolar y universitario— (RODRÍGUEZ, 2009: 10).

La importancia de este sector es tal que, según datos de la FGEE, la industria editorial supone un 0,7% del PIB de España y da empleo directo e indirecto a más de 30.000 personas.

## 2. Las carencias del sector y la apuesta por la lectura

En Andalucía, las empresas editoras privadas han demandado desde hace años que se realice un informe pormenorizado de las carencias del sector. En 2004, un grupo de

---

<sup>2</sup> La *Panorámica de la Edición Española* es la estadística del sector del libro en España elaborada por la Subdirección General de Promoción del Libro, la Lectura y las Letras Españolas y realizada a través de una sistemática explotación de los datos que posee la Agencia Española del ISBN (*International Standard Book Number*). Por esta razón, el estudio abarca las publicaciones editadas por los agentes editores españoles a los que les son concedidos dichos números anualmente.

expertos vinculados a la Universidad de Granada realizaba el *Estudio sobre las necesidades de formación en el sector editorial en Andalucía* (VV.AA., 2005), donde se señalaban algunas deficiencias que persisten en la actualidad:

- Reducida capacidad competitiva de las empresas por sus dimensiones físicas y limitaciones tecnológicas.
- Concentración espacial, principalmente en la capital andaluza. Incluso se afirma que en nuestra Comunidad la actividad editorial está muy vinculada al territorio: el 26% de los títulos se vende en la propia ciudad o provincia a la que pertenece la empresa editora, el 27,9% en la propia Comunidad y sólo un 8,4% tiene como destino un país extranjero.
- Inadecuada oferta formativa con relación a las necesidades del sector. Se observa una insuficiencia en los sistemas de formación tanto reglada como no reglada.
- Desarticulación entre la producción y la comercialización con una reducida presencia exterior en la comercialización.

Asimismo, el estudio señalaba que pese a que algunos autores andaluces suelen colocar sus libros entre los más vendidos cada vez que presentan sus novedades, el 25,3% de los títulos que publican las editoriales andaluzas pertenece a los denominados autores sin derechos.

También es destacable que a pesar del auge de las nuevas tecnologías y del impulso institucional a la denominada Sociedad del Conocimiento, las editoriales andaluzas sólo venden un 7% de sus fondos a través de Internet (VV.AA., 2005). Por tanto, los canales tradicionales de distribución son en esta comunidad incluso más pronunciados que en el resto del país.

Otros problemas que padece la industria del libro se solucionarían, según la visión de las editoras privadas, con la mejora de la distribución y comercialización de los libros andaluces, la defensa de los derechos del editor y con poner de moda el libro y la lectura. En este último punto es donde más ha insistido la Administración andaluza, con medidas que analizamos con detalle a continuación.

El 23 de abril de 2001, el Gobierno de Andalucía, la Federación Andaluza de Municipios y Provincias, la Radio Televisión de Andalucía (RTVA), los sindicatos CC.OO. y UGT, la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), la Asociación de Edi-

tores de Andalucía y la Federación Andaluza de Librerías, acordaron que entrara en funcionamiento el *Pacto Andaluz por el Libro* (PAPEL), con el fin de situar al libro en el centro de atención de la vida ciudadana de los andaluces, convirtiéndose en el motor de cambio de sus hábitos culturales.

Para algunos profesionales del sector, este pacto adolecía de cierta ambigüedad (calendario de actuaciones concretas, falta de concreción en el aspecto presupuestario, escasa o nula mención del sector como elemento industrial, etc.). Pero, en definitiva, se trataba de activar y estimular la compra del libro como materia de formación, de introducir a las universidades en la realidad de la producción editorial andaluza. En pocas palabras, de incrementar eso que se denomina políticas activas, con la Administración como motor principal.

Desde su creación, el Pacto Andaluz por el Libro y el Centro Andaluz de las Letras<sup>3</sup> (CAL) colaboran con otros agentes en el diseño de actividades para el fomento de la lectura:

Una de estas acciones es la *Semana del Libro Andaluz*, iniciativa de la Asociación de Editores de Andalucía, que viene organizándose con gran éxito de participación desde 1997. En esta semana se organizan diferentes actividades en municipios de la Comunidad, además de instalar una carpa itinerante que sirve para acoger talleres y actividades culturales relacionadas con el libro. La semana tiene el doble objetivo de fomentar la lectura y el libro andaluz (MERLOVEGA, 2007: 21).

Algunas de las funciones del mencionado Pacto, serían desempeñadas posteriormente por el Observatorio Andaluz de la Lectura, creado en 2007 como órgano consultivo y «encargado de la recopilación de la información sobre lectura en Andalucía y responsable de la emisión de informes periódicos sobre la situación de los hábitos de lectura en Andalucía» (MERLOVEGA, 2007: 19).

La política de desarrollo de los hábitos lectores también se ha realizado a través del *Plan Andaluz de Fomento de la Lectura* (2002-2004), el *Plan Integral para el Impulso de la Lectura en Andalucía* (2005-2010), o el *Plan de Lectura y de Bibliotecas Escolares en los*

---

<sup>3</sup> El *Centro Andaluz de las Letras*, dependiente de la Consejería de Cultura, inaugura su sede en 1998 y su principal objetivo es el diseño y ejecución de campañas de fomento de la lectura. «Pone en marcha en 1999 el *Circuito literario andaluz*, para organizar encuentros con autores vinculados a Andalucía. Se trata de lecturas literarias realizadas en centros culturales y bibliotecas públicas en los que un autor presenta su obra, además de la de otro autor clásico. En la actualidad hay dos circuitos paralelos, el destinado a adultos y el organizado para el público infantil y juvenil» (MERLOVEGA, 2007: 17).

*Centros Educativos Públicos de Andalucía* (Plan LyB, 2007-2010), que pretende impulsar en los centros educativos las prácticas lectoras.

En este sentido, la labor de las editoriales ha sido significativa. Tal es el caso de *Cuadernos del Vigía*, que en 2006 recibió una Mención de Honor «CAL de plata» al fomento de la lectura. Asimismo, las distintas participaciones en la Feria Internacional del Libro, LIBER, han ayudado al editor andaluz a saber posicionarse en el mercado exterior al tiempo que impulsa la lectura.

En octubre de 2002, la presencia de estos editores en el LIBER de Barcelona hizo posible que clientes de México, Perú y Colombia compraran ejemplares a algunas de las editoriales andaluzas que se dieron cita en este salón: *Aljibe, Arguval, Daly, Díada, Grupo Lettera, Mad* y *Sirio*. Además, el libro andaluz también se ha podido ver en la Feria Internacional del Libro de Frankfurt y en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (México), donde en 2006 Andalucía fue nombrada invitada de honor.

El *Pacto Andaluz por el Libro* ha influido en esta vertiente, pero la realidad es que ya antes de suscribirse los editores se movían por estos círculos, con o sin apoyo oficial. De hecho, la AEA ha realizado varias Misiones Comerciales con el apoyo de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (*Extienda*), permitiendo a muchos editores posicionar sus obras en mercados tan dispares como China, Brasil o Venezuela. Para esta asociación, otra de las citas ineludibles es la Feria del Libro de La Habana.

Por último, queremos dejar constancia de que la Junta de Andalucía no suele entrar nunca en las temáticas que los editores deciden sacar al mercado y procura no publicar títulos que puedan ser editados por entidades privadas. Además, ha concedido durante años ayudas a la edición (de las que después trataremos) y completa su actuación otorgándole un destacado papel al Centro Andaluz de las Letras (CAL), que es un instrumento de estímulo a la lectura y de formación cultural, tanto en el ámbito rural (el CAL organiza un circuito de autores andaluces que llevan su saber y sus creaciones por los pueblos de Andalucía) como urbano.

### **3. Las editoriales y la sociedad globalizada**

Elena Angulo Aramburu, ex directora general de Fomento y Promoción Cultural de la Junta de Andalucía, declaraba en 2003 que en nuestra Comunidad

Hay muchas editoriales y en una sociedad globalizada esto no es competitivo, estamos viviendo lo que ocurre con las entidades financieras en cuanto a que se van asociando para ser competitivas. Dentro de las editoriales, las hay que trabajan con temas lo suficientemente importantes como para que sean universales, tenemos un público en América Latina que supone un gran potencial sin necesidad de traducir siquiera, esto se debe aprovechar. Además tenemos acceso a las nuevas tecnologías, lo que facilita enormemente el trabajo (ANDALUCIACOMUNICACIÓN.COM, 2003: 2-3).

Tal y como indica María Luisa Palma Marcos (2003), en Andalucía existe una indudable primacía del «minifundismo editorial». El tejido empresarial está constituido básicamente por agentes editoriales privados, formado por pequeñas empresas (facturación por debajo de los 600.000 euros, con un número reducido de empleados) y microempresas con un alto porcentaje de autor-editor.

Los editores andaluces están agrupados en su inmensa mayoría, en torno al 25% del total de editoriales, en la Asociación de Editores de Andalucía (AEA), que no ha dejado de crecer desde su fundación en 1983, cuando sólo contaba con nueve empresas editoras. En 2009, el número de editoriales ascendía a 84. La mayoría de ellas son independientes, es decir, no pertenecen a un grupo editorial, dado que los índices de pertenencia a un grupo empresarial están relacionados directamente con el tamaño de las empresas, que como hemos indicado, es reducido en esta comunidad. De todos modos, se observa en los últimos años que editoriales de menor tamaño están agrupándose buscando minimizar costes y lograr una mejor posición en el mercado.

Entre los asociados de AEA también se incluyen editores institucionales, sobre todo de la Administración Regional y de los Servicios de Publicaciones de las Universidades. Actualmente en Andalucía, alrededor de un 24% de las empresas editoras son públicas, que se concentran fundamentalmente, por este orden, en Sevilla, Granada y Málaga. Para María Luisa Palma (2003: 13) es significativo que en nuestra comunidad la edición pública represente «el 29,3% de la actividad total y la privada el 70,7% restante. La cifra global para España es de 87,5% de la producción editorial correspondiente a agentes editoriales privados y el 12,5% de edición pública». Aun así, debe tenerse en cuenta que las ediciones públicas se centran, por lo general, en aspectos muy técnicos y en libros muy costosos, promocionales y de *publicidad de prestigio*, inviables desde el punto de vista mercantil.

La *Estadística de la Producción Editorial*, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), confirma que en 2009 Andalucía se sitúa en tercer lugar en cuanto a número

de títulos editados. Este dato fortalece la evolución creciente de su producción editorial, que se ha multiplicado por ocho en veinte años, pasando de 1.326 títulos en 1987 a 6.328 en 2005 y a 8.590 títulos en 2009. Si atendemos al número de ISBNs inscritos, la cifra asciende a 15.439 (MINISTERIO DE CULTURA, 2010).

Por provincias, Sevilla posee más documentos editados, algo lógico si tenemos en cuenta que en dicha provincia tienen su sede la mayor parte de las editoriales, así como los principales organismos de la Junta de Andalucía, que son importantes productores de publicaciones. En 2009 se inscribieron en la capital andaluza 5.221 ISBNs, seguida de Málaga (3.277), Granada (2.789) y Almería (2.377). A mucha distancia se encuentran las otras provincias, especialmente Huelva, la última en la lista con 153 títulos inscritos (véase Anexos tablas 3 y 4).

Asimismo, Sevilla es la provincia donde se encuentran las sedes de un mayor número de editoriales, aproximadamente el 40% de las editoras privadas, seguida de Málaga y Granada, con el 26% y el 14% respectivamente. Hablamos, por supuesto, de pequeñas y medianas empresas, ya que hay muy pocas fuera de ese minifundismo editorial que se despliega en Andalucía.

Para María Luisa Palma (2003: 53-55), aunque las editoriales andaluzas tienden a las temáticas locales y dejan los temas globales para Madrid o Barcelona, «la principal ventaja de la que parte Andalucía es la potencialidad de un mercado de ocho millones de habitantes que representan en la actualidad el 19% de la población en España, con el potencial incremento de la cuota de mercado que esto supone». Añade que el hecho de que en Andalucía se encuentren establecidos grandes grupos editoriales como Planeta o Anaya, así como algunas fundaciones derivadas de estos grupos, puede traer a esta Comunidad Autónoma dinámicas de trabajo propias de los dos grandes centros nacionales de producción editorial, como ya sucede con la labor de la Fundación José Manuel Lara.

De hecho, en los últimos años se han instalado en Andalucía la mayoría de las grandes editoriales españolas por medio de filiales de ámbito andaluz. Una de ellas es Algaida Editores ([www.algaida.es](http://www.algaida.es)) que, aunque pasa por ser una editorial andaluza radicada en Sevilla desde 1985, en realidad forma parte de un grupo mediático mundial que va mucho más allá de la comunicación y la industria cultural para extenderse hasta las industrias automovilísticas y de armamento.

Algaida —tiene su negocio sobre todo en la venta de libros escolares— pertenecía al grupo español Anaya, que fue adquirido a finales de los años noventa por el Grupo

Havas, que en diciembre de 2000 pasa a denominarse Vivendi Universal Publishing. Al entrar en crisis Vivendi, en 2002, Anaya y toda la división de libros de Vivendi fue adquirida por el grupo del magnate Jean Luc Lagardère, también francés. El grupo de Lagardère posee numerosas publicaciones (*Diez Minutos, Quo, Elle, Paris Match*, por ejemplo), pero también es accionista de Renault y de la macro-empresa EADS-CASA, que ha fabricado en Sevilla el avión militar de hélice más grande del mundo, el A400M. Algaida es sólo un ejemplo, en Andalucía, de la nueva economía planetaria diversificada.

Además, en nuestra comunidad encontramos otras editoriales pertenecientes a grandes grupos empresariales, entre las que destacan:

- Everest Andalucía: Grupo Everest ([www.everest.es](http://www.everest.es)). Posee empresas editoriales (Aizkorri, Ediciones Cadí, Ediciones Gaviota, Editorial Everest, Everest Galicia y Everest Editora), distribuidoras (Everest de Ediciones o Everest Directo) y la sociedad Evergráficas.
- Grazalema: Grupo Santillana, propiedad del Grupo Prisa, que al cierre de este capítulo ha vendido un 25% de Santillana al fondo de inversión DLJ South American Partners. El Grupo cuenta igualmente con editoriales en otras Comunidades Autónomas: Santillana Canarias, Illes Balears, Grupo Promotor (Cataluña), Edicions Obradoiro (Galicia), Edicions Voramar (Valencia) y Zubia Editoriala (País Vasco).
- Guadiel: Grupo Edebé, creado en 1888 en Barcelona y especializado en la publicación de obras del sector educativo. En el Grupo se integran otras empresas editoras como Giltza, Marjal y Rodeira.
- Kalandraka Andalucía: Pertenece a Kalandraka Editora, fundada en Pontevedra en 1998 y cuenta con distribuidoras tanto en España como en otros países (México, Portugal e Italia).
- Ediciones Mágina: Grupo Octaedro, creado en Barcelona en 1992. Es una editorial especializada en educación que posee instalaciones propias en Barcelona y en Granada, así como acuerdos de distribución con una amplia red nacional e internacional. Desde 2007 cuentan con una nueva empresa destinada a la confección de libros electrónicos con divulgación a través de Internet: [www.octaedrobooks.com](http://www.octaedrobooks.com). Además, posee en Granada la librería *Imagina*, especialista en psicología y educación.

- Fundación José Manuel Lara: Grupo Planeta, que de una editorial tradicional se ha transformado en un gigante multimedia. En la actualidad posee más de 70 empresas editoriales: Planeta, Espasa, Ariel, Booket, Temas de Hoy, Destino, Diana, Paidós, etc. Asimismo, es propietario de cadenas de televisión y radio (*Antena 3 TV<sup>4</sup>*, varias cadenas TDT, *Onda Cero*, *S.R.D.T.* —radio digital—); periódicos como *La Razón*; participa con el Grupo Godó en Prisma Publicaciones en la edición de revistas como *Interiores*, *Psychologyes*...; y posee una división de Formación con CEAC o Deusto.
- SM Andalucía: Grupo SM, líder en publicaciones escolares y en literatura infantil y juvenil. Posee empresas en Brasil (Edições SM), México, Colombia (Editorial Escuelas de Futuro), Argentina, Chile, Puerto Rico y República Dominicana. Su crecimiento ha sido espectacular, llegando a facturar en el ejercicio de 2009, 226 millones de euros. En dicho año amplió su oferta editorial con el lanzamiento del Libro Interactivo en Red, bajo la denominación SMLIR.

Como se adelantaba en párrafos anteriores, pequeñas editoriales andaluzas se han agrupado en la última década bajo un mismo grupo con el objetivo de conseguir una mejor posición en el mercado. Un ejemplo de ello es la creación, en 2005, de la Red de Editoriales Independientes (REI), integrada por El Mono Azul Editora, Cangrejo Pistolero Ediciones, La Máquina China Editorial, La Bella Varsovia y Autoras en Red. REI apuesta por reinventar el modelo de negocio a través de la cooperación empresarial, la apuesta por nuevos formatos, soportes y herramientas (*wikinovelas*, *googlebooks*...), la especialización y la búsqueda de nuevos canales de comercialización.

Más global es el proyecto del Grupo Almuzara, donde se integran las siguientes empresas:

- *Editorial Almuzara*. Fundada por el ex ministro de Trabajo Manuel Pimentel, el 23 de abril de 2004. Esta editorial cordobesa publica todo tipo de género literario y para ella han escrito importantes autores internacionales, como Chris Stewart, ex batería de la banda Génesis, que batió récord de ventas con sus dos novelas (*Entre limones* y *El loro del limonero*).
- Almuzara México, la sede iberoamericana del Grupo.

<sup>4</sup> En abril de 2010, el consejero delegado del Grupo *Antena 3* confirmaba que la anunciada fusión con *La Sexta* no se produciría a corto plazo, ya que el Grupo había decidido aparcar la fusión y continuar con su estrategia individual ([www.cincodias.com/article/empresas/Antena-ahora-fusion-Sexta/20100429cdsdiemp\\_18/cdsemp/](http://www.cincodias.com/article/empresas/Antena-ahora-fusion-Sexta/20100429cdsdiemp_18/cdsemp/))

- Editorial Berenice, dedicada a la literatura, con traducciones inéditas de clásicos y contemporáneos. Nace en Córdoba en 2005.
- Arcopress, que aborda temas de actualidad.
- Toro Mítico, de literatura infantil y juvenil.
- Books4Pockets, con ediciones de bolsillo que se editan en colaboración con las editoriales Urano, Obelisco e Inédita.
- Almuzara Tetuán en Marruecos.

El Grupo ofrece, además, servicios editoriales con Talenbook, servicios de impresión con Taller de libros<sup>5</sup> y de distribución con Librería Beta (20% de participación) y Disbook (posee el 33%). Asimismo, Almuzara colabora con la Fundación Tres Culturas, institución creada para el hermanamiento de las culturas islámica, judía y cristiana.

RD Editores también ha pasado de una editorial local, fundada en 2001, a otra que intenta abrirse camino en el mercado nacional. Para ello, se integró en el ya extinguido Taller de Editores Andaluces, un grupo de empresas del ámbito de la sociedad de la información con actividades de producción audiovisual, consultora y seguidora de medios. Actualmente, la editorial forma parte del Grupo Axioma, con una facturación de más de cuatro millones de euros. Las empresas que integran el Grupo son, además de RD Editores: PDA (Información digital profesional, con cabeceras como *Andalucía Cultura* o *Extremadura Comunicación*) y TIECA (empresa tecnológica que desarrolla productos y servicios para empresas culturales). Participa en CADA Films<sup>6</sup> (primera compañía andaluza de distribución cinematográfica) y en la productora audiovisual Teyso Media, que posee filiales especializadas (Teyso Media Ficción y Teyso Media Extremadura) y entre sus principales clientes se sitúan la Consejería de Cultura y *Canal Sur TV*.

Frente a tal diversificación, existen empresas editoras cuyas obras han llegado a tener un alto grado de especialización, hasta el punto de que sus productos están, casi ex-

---

<sup>5</sup> Se trata de una imprenta, la antigua Graficromo, con unos 70 trabajadores, que factura cinco o seis millones de euros y hace libros para el Grupo Almuzara y para toda España. El socio mayoritario es Corporación Gráfica.

<sup>6</sup> Está compuesta por los grupos Romego, Axioma y Al Andalus-Cineápolis. Este último es el resultado de la asociación de dos grupos empresariales de carácter familiar, en los que la explotación cinematográfica y la promoción inmobiliaria han sido siempre sus principales objetivos. Véase [www.alandalus.es](http://www.alandalus.es).

clusivamente, destinados al mercado exterior. Algunos de los ejemplos más emblemáticos los describe Félix Rodríguez (2009: 13):

Caso de *Ediciones Daly* (especializada en publicaciones dirigidas a expertos de diversos oficios) y *Sirio* (pionera en libros esotéricos, que ha perfeccionado su campo de acción con la autoayuda); *Díada* (con verdadera especialización en la educación); e incluso *Bárbara Fiore* (con publicaciones ilustradas de gran calidad). Otras han sabido, por medio de su tenacidad, constancia y esfuerzo, abrirse mercados en varios productos del sector editorial, como el firme posicionamiento de *Arguval* (guías y consejos prácticos, además de todo tipo de postalera) en varios mercados del exterior. Y *Mad* que acometiendo, por medio de otra empresa andaluza (*Publidisa*) una labor casi pionera en el sector, se ha convertido en una gran empresa editorial por facturación y puestos de trabajo en el mundo editorial.

A estos ejemplos tenemos que sumar otras editoriales como el Grupo Lettera, cuya revista *Galope* es conocida por los expertos del mundo del caballo de varios países; o Comares, centrada en publicaciones jurídicas, que empieza a introducirse en el mercado latinoamericano al igual que Grupo Editorial Universitario.

A lo largo de los últimos años Andalucía también ha sido testigo de proyectos innovadores que buscan planteamientos empresariales y mediáticos más universales. Ediciones Barataria recibió el Premio Nacional a la Mejor Labor Editorial en 2008, gracias a su trabajo de recuperación de clásicos olvidados y, principalmente, a la creación de Contexto, «una asociación de editoriales que pretende tejer una red que establezca una relación más directa y fluida entre editores, lectores, libreros, bibliotecas y medios de comunicación» (<http://www.tertuliaandaluza.com/negocios/ediciones-barataria>).

Pionera ha sido igualmente la iniciativa de *Extramuros*, editorial sevillana que surge en 2005 para realizar facsímiles de manuscritos, poemarios, libros de viaje, ensayos y cuentos populares. Para ello cuenta con la colaboración de la Biblioteca de Andalucía, la Fundación Biblioteca Manuel Ruíz Luque, la Biblioteca de la Universidad de Cádiz y el Centro Andaluz de Flamenco, entre otros. Así es la labor de la editorial:

El libro se imprime tal y como fue creado, siempre intentando mantener el espíritu de la obra. Tras un análisis de las condiciones en las que se encuentra la obra, se digitaliza mediante un sistema electrónico que capta la tipografía, la paginación, el formato y la encuadernación. En el proceso de

impresión se reproduce de manera idéntica al original en un papel libre de ácidos que asegurará su supervivencia (<http://www.tertuliaandaluza.com/cultura/editorial-extramuros>).

Prueba de que el sector crece es que ya no sólo se edita a autores de aquí, sino que los sellos andaluces están empezando a publicar a autores nacionales e internacionales. La cordobesa *El Olivo Azul*, con doce títulos al año, destaca por editar obras europeas de gran renombre. Así, junto a nombres de autores consagrados como Conrad, Schwob o Schnitzler, se pueden encontrar novedades absolutas como Hildesheimer o Shmeilov.

Además, en los últimos años las empresas han ido asimilando la necesidad de que el equipo editorial cuide más los detalles. Un claro ejemplo es *Metropolisiana*<sup>7</sup>, que sabe que editar obras que atiendan más a la rareza de la obra que a la demanda no asegura las ventas: «Algunas editoriales sobreviven porque un libro pega, o porque entran en las compras de la Junta para incluir un título en las bibliotecas andaluzas» (<http://www.tertuliaandaluza.com/negocios/editorial-metropolisiana/>).

El mercado editorial andaluz se complementa con la creación en 2007 de la Asociación de Editores de Cómic de Andalucía (AECA), con sede en Sevilla.

#### 4. La crisis económica y las ayudas a la producción editorial

Joan Portell Rifà, codirector de la revista *Faristol*, del Consejo Catalán de Literatura Infantil y Juvenil, describe el panorama editorial ante la crisis económica global:

Si nos remontamos a inicios de 2009, la lectura que el mundo editorial hacía de la crisis no era tan pesimista como habían presagiado los malos augurios. Así, algunos editores, autores y libreros entonaron aquello de «si esto es la crisis, que me quede como estoy», ya que la campaña navideña fue mejor de lo pronosticado. De este modo, entre

---

<sup>7</sup> Esta empresa innovó porque con una curiosa mezcla de contribución y suscripción, los lectores se podían convertir en mecenas según el dinero que donaran. «Establecimos unos grados de apoyo que iba desde el 'Suscriptor Amigo', a partir de ochenta euros, hasta el 'Mecenas Laureado', a partir de mil euros. Entre ambos, se establecieron el de 'Amigo Entusiasta', ciento cincuenta euros, 'Cómplice Iluminado', trescientos euros y 'Hermano Forever', a partir de quinientos euros» (<http://www.tertuliaandaluza.com/negocios/editorial-metropolisiana/>). A más dinero donado, el mecenas tiene derecho a una mayor cantidad de libros publicados por la editorial.

los expertos se defendió la tesis de que la gente había comprado más libros por tratarse de un reglado más económico que, además, hacía quedar bien.

Sin embargo, poco a poco y a lo largo del año, la borrasca se ha ido instalando en el mundo editorial. Algunos sellos se han visto obligados a posponer sus proyectos más ambiciosos, a reducir las inversiones o a aplazar los pagos de derechos de autor hasta fechas indefinidas. Otros, más pequeños, han reducido al mínimo sus publicaciones. Por su parte, la Administración ha reducido de forma considerable las subvenciones para libros, algunos ayuntamientos se han olvidado de sus promesas de millones para nuevas bibliotecas, algunos proyectos de promoción lectora se han rediseñado a la baja, y las imprentas se han lanzado a la caza de nuevos clientes, ante la irrupción del libro electrónico (PORTELL RIFA, 2009: 27).

En Andalucía, una de las grandes editoriales, Almuzara, entró en crisis en 2008. Su director, Manuel Pimentel, afirma que están saliendo poco a poco de esta situación adversa: «Estamos recuperándonos lentamente de la crisis que tuvimos en 2008. Ese año nos quebró una distribuidora. Tocamos fondo en 2009. En 2010, nos estamos recuperando. Estamos más saneados. El proceso de recuperación lo terminaremos en 2011» (BELAUSTEGUIGOITIA, 2010).

Con estas declaraciones trataba de justificar los impagos a varios autores que le han demandado e, incluso, han creado un grupo en Facebook: «Manuel Pimentel no me paga». La voz de alarma surgió en abril de 2009, cuando la junta directiva de la asociación ACE Traductores hacía público el siguiente comunicado:

Nos ponemos en contacto con vosotros para comunicaros que El Grupo Editorial Almuzara está faltando de manera reiterada al cumplimiento de sus contratos con traductores y autores desde, al menos y que sepamos, el año 2007. Estos incumplimientos de contratos guardan relación en todos los casos con impagos. De momento sabemos que hasta 9 personas pertenecientes a ACEtt, aparte del autor de peso y miembro de ACE, han sufrido retrasos (¡de hasta un año!) para cobrar anticipos o liquidaciones de derechos, y que estas irregularidades se han producido con varios de los sellos de este grupo ([www.acctt.org/FORO/topic.asp?TOPIC\\_ID=2288whichpage=1](http://www.acctt.org/FORO/topic.asp?TOPIC_ID=2288whichpage=1)).

Cuando parecía que todo había vuelto a la normalidad, otro grupo de autores demandaba al ex ministro en abril de 2010. Uno de los afectados, el escritor y periodista Alejandro Luque, describía así su situación:

Pimentel me debe 6.000 euros por un premio de literatura de viajes. En concreto, el Premio Hotel Monasterio San Miguel Puerto de Santa María. El libro ganador se titula *Viaje a la Sicilia con un guía ciego*. Fue publicado en 2007 por Almuzara. El importe del premio era de 6.000 euros. [...]

*Le recordé a Pimentel que yo tengo un contrato con él y no con un patrocinador y ésa es la demanda que le he hecho: el pago del premio. En tres años no me ha ingresado un euro de las liquidaciones periódicas que debería haber hecho por venta de libros» (BELAUSTEGUIGOITIA, 2010).*

El retraso en el pago de la liquidación de derechos no ha sido exclusivo de Almuzara. Algunas editoras han reducido su número de títulos e incluso han cerrado librerías, pero de forma paulatina el sector está en proceso de recuperación. Ahora, la gran amenaza es la noticia, en enero de 2010, de la supresión por parte de la Junta de Andalucía de las ayudas de más de un millón de euros a la producción editorial.

Las primeras ayudas a la producción datan de 1986, fecha en la que se apuesta de forma decidida por proyectos editoriales presentados por editoras andaluzas, hecho que potencia el desarrollo y creación de una industria propia. En 1997 no sólo se contemplan las ayudas a la producción editorial, sino también a los proyectos de edición. A partir del año 2000 aparecen dos criterios nuevos: «obras destinadas a colectivos con necesidades educativas especiales» y la «difusión internacional».

El anuncio de la supresión se produjo sólo un mes antes de la fecha en que venían siendo convocadas las ayudas. El nerviosismo cundió en un sector sumido en la incertidumbre no sólo por la crisis, sino también por la irrupción de la tecnología digital. Hasta ese momento, las compensaciones aprobadas por la Consejería de Cultura consistían en 125.000 euros para apoyar la presencia de sellos andaluces en ferias y eventos internacionales; un fondo de entre 300.000 y 400.000 euros para comprar directamente a las editoriales las novedades que éstas le ofrecieran; un fondo de un millón de euros (el Ministerio aporta otro) para la renovación de los fondos de la red de bibliotecas públicas y la posibilidad de que las editoriales pidan préstamos reintegrables, con condiciones menos severas que las de los bancos.

Según González-Barba (2010), las editoriales más grandes, aunque se verán afectadas por el recorte, tienen la intención de seguir con su misma política de publicaciones

en los próximos meses, mientras que las pequeñas editoriales, que no recibían tantas ayudas públicas, tendrán que ajustarse el cinturón ante la crisis.

Narciso Sánchez, ex director ejecutivo del grupo editorial MAD, la mayor editora con capital íntegramente andaluz tanto en plantilla como en facturación (10 millones de euros anuales), reconoce que «a muchos editores el hecho de que la Junta le comprara unos libros les cubría el riesgo de publicarlos. Eso le va a hacer daño a esos editores. El 80 por ciento de las editoriales en Andalucía son microempresas con cinco trabajadores, y ahí sí va a afectar esta medida de Cultura» (GONZÁLEZ-BARBA, 2010).

Por su parte, Miguel Ángel Matellanes, editor de Algaida, una de las más favorecidas por las ayudas de la Junta, sostiene que la supresión les va a afectar «porque con esas ayudas se han protegido a autores andaluces y al desarrollo de unas líneas determinadas, como nuestra colección "Algaida XX", en donde hemos publicado a escritores de nuestra tierra de la talla de José María Vaz de Soto o Julio Manuel de la Rosa» (GONZÁLEZ-BARBA, 2010). A pesar de esto, Matellanes piensa que su editorial tiene ya 25 años y una posición económica consolidada. No obstante, opina que «esta medida de la Junta empobrecerá el panorama cultural andaluz porque ese tipo de colecciones que se volcaban con autores andaluces será difícil que salgan o nos lo tendremos que pensar muy bien» (GONZÁLEZ-BARBA, 2010).

A la espera de un planteamiento más claro en cuanto a las medidas que adoptará en el futuro la Administración regional, no se puede obviar que históricamente muchas editoriales andaluzas han dependido de las subvenciones de la Junta, situación muy criticada por expertos del sector. Desde el punto de vista liberal más ortodoxo, si el sector del libro —en Andalucía y en España— no recibiera ayudas públicas, bien puede decirse que el conocimiento quedaría reducido a una ínfima minoría de seres humanos, salvándose sólo, desde el punto de vista mercantil, títulos sobre temáticas muy concretas pero que no aportan nada o muy poco al desarrollo de la conciencia hermenéutica y crítica (no estamos pensando ahora en los libros de texto de obligada compra). Por mucho que se venda una novela histórica, por mucha base real que tenga, por mucho que se haya documentado su autor, seguimos estando ante una ficción, ante una fábula donde las cosas sucederán según estime su creador y el editor correspondiente. En este aspecto, como en tantos otros, mercado y avance del conocimiento —tomado como interpretación, asimilación y comprensión—, son incompatibles.

Muchas de las críticas han apuntado a que la Junta de Andalucía ha favorecido con sus ayudas a las empresas asociadas a la AEA. La revista *El Observador* afirma que la

asociación se sostiene económicamente gracias al Gobierno andaluz, que aporta más del 70% de su presupuesto.

De la Consejería de Cultura obtiene 125.000 euros para su «plan de actividades» de 2010, una cantidad menor de lo que recibieron en el ejercicio pasado. Algunos proyectos concretos como *Biblioandalucía.com* o la serie *Clásicos Escolares* han tenido concesiones públicas de 178.000 euros y 860.000 euros, respectivamente. [...].

Por poner unos ejemplos de la última convocatoria de 2009: la editorial *El Almendro*, de Jesús Peláez, ex presidente de la AEA y actual vocal de la junta directiva recibe 21.193 euros para seis proyectos de edición. La editorial *Algaida*, de Francisco Prior, vocal de la junta directiva de esta asociación, obtiene 77.699 euros (38.913 euros para obras editadas y 38.786 para proyectos de edición). Otro de los ex presidentes de la AEA, Abelardo Linares, consigue subvenciones a través de dos editoriales: Librería y Editorial *Renacimiento* S.A., que logra 36.561 euros, y Librería y Editorial *Renacimiento* S.L. *Espuela de Plata*, con 43.135 euros de edición. Ambas cantidades se suman a los 15.271 euros que reciben dos números de su revista de literatura *Renacimiento*, lo que hace un total de 94.967 euros.

Otro ex presidente de la Asociación de Editores de Andalucía, José María Arráez, recibe para Arráez Editores 19.493 euros para cuatro libros editados y seis proyectos de edición. El accionista mayoritario de Ediciones *Alfar* y la vez representante del *Centro Andaluz del Libro*, Bernardo Calderón, obtiene 9.520 euros para cuatro títulos editados por *Alfar*, más 39.090 euros por 12 proyectos de edición del *Centro Andaluz del Libro*». ([http://www.revistaelobservador.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=3344&Itemid=5](http://www.revistaelobservador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=3344&Itemid=5)).

Recientemente, en el mes de julio, la consejera de Cultura, Rosa Torres, anunciaba que pretende sustituir las ayudas públicas por préstamos reintegrables, lo que generaría un salto cualitativo en el tejido empresarial andaluz. Habrá que esperar a la norma que regule dichos fondos.

## 5. No es oro todo lo que reluce: los libreros

María José Guerrero Cabello y Manuela Lillo Machado (2004) han elaborado —bajo nuestra orientación y supervisión— un detallado trabajo sobre las editoriales andalu-

zas, donde podemos encontrar nuevas vertientes del tema. Las dos autoras sostienen que si comparamos la cantidad de libros editados con los índices de compra y de lectura en nuestra Comunidad Autónoma, no es descabellada la idea de los que piensan que un alto porcentaje de los ejemplares que se editan se convierten en «papel mojado» o que no salen de la caja de cartón en los que son embalados para su distribución y venta. «La pregunta que cabe hacerse es si existe realmente una oferta editorial tanto en temática como en volumen de producción acorde con la demanda de una sociedad cada día más hipnotizada por la televisión y la literatura electrónica» (GUERRERO y LILLO, 2004).

Dichas autoras continúan desarrollando así su planteamiento periodístico:

Un destacado editor sevillano, que prefiere quedar en el anonimato, confiesa que muchas pequeñas editoriales sobreviven gracias a los «encargos» de las administraciones públicas (ayuntamientos, diputaciones, Junta) y paliar costos con las subvenciones que reciben de éstas. También reconoce este editor que muchos títulos que se editan no lo hacen bajo estrictos criterios comerciales, ni que los temas sean los más adecuados para atraer a la gran masa popular a que devore sus páginas. Otra tabla de salvación, según comentó, son los libros de texto, docentes y escolares, que por la obligatoriedad de la enseñanza reglada son de obligada compra.

Otro dato importante es que de los 107.024.000 euros que se gastan los editores españoles en la promoción, Andalucía dedica 784.000, ocupando el cuarto lugar tras Cataluña, Madrid y Euskadi. Igualmente, en derechos de autor los editores españoles gastan en este apartado 133 millones de euros, de los que 1,6 millones los abonan los editores andaluces. Para Guerrero y Lillo,

Estas cifras de vértigo no dan para el sustento a todos los que viven del libro. Si en el desigual reparto de la riqueza existe un centro periférico y una periferia que sobrevive prácticamente con lo puesto, en el plano de las editoriales los términos se invierten. Lo constata la realidad, que arroja una peligrosa estadística de la Asociación de Editores de Andalucía, donde se observa que en Sevilla, por ejemplo, en los últimos tres años, han cerrado una veintena de establecimientos librerías, la mayoría radicados en el casco histórico.

He aquí nombres de librerías —la mayoría históricos y de calado en la trayectoria cultural de la ciudad— que han cerrado en Sevilla en pocos años: La Roldana, Fulmen,

Montparnasse, Pascual Lázaro, Atlántida, Alcaicería, Cervantes, Diniz, Rialto, Ocnos, Científico-Técnica, Plá y Álvarez, Espiral (El Pirata), Aconcagua, Concilio, Sanz, Antonio Machado, Lorenzo Blanco, English Book y Fábula.

Y lo que es peor, el goteo de damnificados no tiene visos de remitir. Lo vaticina Antonio Álvarez, presidente de la Asociación Profesional de Libreros de Sevilla (APEL), quien corrobora cómo la crisis se está cebando con las librerías de pequeño formato del centro. «Está siendo muy dura desde hace año y medio; en la última década, las céntricas están cayendo en picado y habrá más, desafortunadamente. De hecho, podría dar el nombre de al menos otras tres que están tocadas» (GUERRERO y LILLO, 2004).

Su análisis no es gratuito, sostienen Guerrero y Lillo. El formato de las librerías de barrio y de la provincia es en su gran mayoría un híbrido que funciona también, y cabría decir que esencialmente, como papelería. Salvando los inicios de curso y algunas fechas señaladas como Navidad, lo que posibilita la supervivencia del negocio es la venta de bolígrafos, pegamentos, cuadernos, fotocopias, encuadernaciones... En las cuentas de resultados, lo facturado por venta de libros sólo despunta en el caso de los libros de texto. Arturo Pérez-Reverte, Amin Maalouf, Muñoz Molina, Borges o Cortázar, por citar autores de relieve, no dan ya a un librero medios para vivir.

Las dos periodistas concluyen de esta forma este aspecto de su análisis del sector editorial andaluz: La situación descrita es extensible a Andalucía, con índices de lectura y hábitos de compras de libros igualmente escasos. «Toda la región es presa de este estancamiento, y las quejas son unánimes», aduce Álvarez en su condición de vocal de la Federación Andaluza de Librerías (FAL).

La pregunta retórica sirve para entroncar con la base del problema: si las estadísticas dicen que la mayoría de la población no lee un mínimo de un libro en tres meses, ¿qué negocio cabe presuponerle al librero?

La respuesta es categórica: pregunte a cualquier librero y le dirá, con escasa variante, que «hoy en día, el que monta una librería ya sabe a lo que se arriesga...». Y aunque la mayoría de los sevillanos prefieren comprar sus libros en librerías y cadenas de librerías, casi la mitad de la producción editora fue devuelta este pasado año según fuentes de la Confederación Española de Gremios de Asociaciones de Libreros (CEGAL). Michèle Chevallier, directora de CEGAL, afirma rotundamente, en una noticia de *Elpais.com*, que «las librerías devuelven porque no venden». Y añade: «Los libreros están asustados. En los cuatro primeros meses del año, las ventas de mostrador han bajado alrededor de un 25%. [...] Muchas instituciones se están retrasando en los pagos o anulando pe-

didos ya cursados» (RODRÍGUEZ MARCOS, 2009). «Si a esto se suma que los bancos no están renovando las pólizas de crédito... La tabla de salvación es devolver. Hay que sanear y ser precavido: si antes pedía diez ejemplares, ahora pide cinco».

Las grandes superficies comienzan a copar sitio de ventas a las librerías tradicionales. «Es un fenómeno que en breves años dará el *boom* definitivo, contrarrestando el número de libros vendidos en las cadenas de librerías» (GUERRERO y LILLO, 2004).

Tampoco ha ayudado mucho al sector el Programa de Gratuidad de Libros de Texto, desarrollado por orden de la Consejería de Educación, de 27 de abril de 2005. Editores, libreros, distribuidores y autores andaluces aseguran que este sistema de préstamo de libros usados ha provocado el cierre de una gran número de librerías (los datos más alarmistas hablan de un 66%), así como un deterioro en el desarrollo cultural de Andalucía.

Aun así, un dato positivo es que han aumentado los puntos de venta de libros en Andalucía, entendiendo por tales tanto las librerías, como las cadenas comerciales, hipermercados o quioscos. En 1997 Andalucía disponía de 8 establecimientos para el comercio de libro por cada 10.000 habitantes, mientras que en España la media era de 10,2. En el año 2005 la media andaluza ha crecido hasta los 8,4 establecimientos por cada 10.000 habitantes, mientras que la nacional se situaba en 10,2 (MERLO VEGA, 2007: 64).

## 6. Un futuro que apueste por lo digital

En los últimos años se evidencia la entrada progresiva de las editoriales españolas en edición electrónica, alcanzando actualmente al 18,43% del total (640 editoriales). No obstante, según datos del Ministerio de Cultura (2009: 46), sólo el 9,7% de éstas publican exclusivamente en estos soportes. Adicionalmente, la misma fuente destaca la elevada concentración de la producción en un reducido número de editoriales: el 2,65% de las editoriales que participan en la edición electrónica publican más del 60% de la oferta, coexistiendo con otras cuya participación se reduce, en muchos casos, a un solo título. El perfil se corresponde con empresas privadas y de tamaño medio, siendo la producción más elevada en comunidades como Andalucía o Madrid.

La digitalización del libro será, sin lugar a dudas, una de las decisiones más estratégicas que tendrán que tomar los editores en los próximos años. Esta decisión no sólo conlleva seleccionar un buen proveedor que digitalice todo el fondo y a un precio com-

petitivo; sino que precisa una transformación general de la editorial, de su estrategia de producción, distribución y comercialización.

De acuerdo con el estudio *Digitalización del Libro en España* (DOSDOCE.COM, 2009: 5), el 57% de los encuestados considera que ambas «tecnologías» (papel y electrónica) convivirán. Tan sólo un 15% de los profesionales del sector opina que los libros electrónicos llegarán a imponerse sobre los libros en papel. Además, el 48% considera que la principal vía de ingresos de las editoriales españolas en el año 2020 seguirá siendo los libros en papel, mientras que sólo un 16% piensa que los libros electrónicos se convertirán en la principal vía de ingresos.

El estudio también revela las prioridades que deben cubrir las editoriales ante el reto de la digitalización del libro, que son, por este orden: definir claramente su modelo de negocio; invertir en formación de sus equipos para actualizarse sobre el impacto de las nuevas tecnologías; y establecer una negociación de los derechos digitales de las obras que comprenden sus fondos.

Del estudio sorprende la baja prioridad que da la mayoría de los encuestados a la gestión de su presencia directa en Internet. Tan sólo un 21% de los mismos considera el diseño de sus sitios web como una prioridad «importante» o «muy importante», cuando debería considerarse una de las decisiones de marketing y ventas *online* más relevantes de cualquier entidad cultural (DOSDOCE.COM, 2009: 12). Al menos así lo han entendido muchas de las editoriales andaluzas, ya que la mayoría con sitio web y dominio propio (véase Anexos tabla 5), aunque todavía sin aprovechar todos los recursos multimedia que ofrece Internet.

Además, muchas de las editoras andaluzas facilitan a los usuarios la compra de libros a través de sus web, incluso poseen algunos de sus fondos en formato *e-book*, como sucede con Renacimiento o Signatura Ediciones, cuyos libros electrónicos están disponibles en [www.todoebook.com](http://www.todoebook.com). De esta forma se adelantan a los pronósticos para el año 2010, cuando se prevé que un 20% de las editoriales comercializará entre un 50% y un 100% de sus novedades también en versión digital, además de la impresa, según las conclusiones de un estudio realizado por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE, [www.federacioneditores.org](http://www.federacioneditores.org)), con la colaboración de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

En este entorno que apuesta cada vez más por lo digital, destacan varias iniciativas de empresarios andaluces. Por ejemplo, *EditoresLibres.com* es resultado de la colaboración entre el Ateneo Alternativo Antonio Carrasco Suárez y la Fundación Utopía Verde (dos

organizaciones sin ánimo de lucro domiciliadas en Huelva), con el objetivo de facilitar la divulgación y venta a través de Internet de las publicaciones de diversos proyectos editoriales de carácter independiente.

Dentro de PAPEL, la Asociación de Editores de Andalucía ha puesto en marcha la librería virtual *Biblioandalucia.com*, que da a los editores la posibilidad de incorporar sus libros a un sistema de producción digital bajo demanda, así como un programa de producción de *e-books*, comercializarlos a través de la propia tienda *online* o de los enlaces de las principales librerías virtuales del mundo. Todo sin coste alguno para los asociados.

Por su parte, la Junta de Andalucía pretende implantar en el curso 2010/2011 los libros digitales en nuestra comunidad. Serán 80 centros los elegidos para esta iniciativa de carácter experimental, de los cuales, 64 contarán con libros de textos pasados a formato digital, mientras que en los 16 centros restantes se usarán los materiales que ya editan los docentes para convertirlos a digital. En concreto, los libros serán para los alumnos de 5º y 6º de Primaria y 1º de Educación Secundaria Obligatoria (ESO). Desde la Consejería de Educación se anunciaba en julio de 2010 la elaboración de un nuevo decreto que adapte la normativa vigente de libros de texto a la realidad tecnológica.

La iniciativa ha suscitado duras críticas por parte de la Asociación Nacional de Editores de Libros y Material de Enseñanza (ANELE). Su presidente, José Moyano, asegura que la digitalización de las aulas pasa por «abrir la escuela al mundo» con soluciones *online* y «no *offline* como la que se está planteando, que no es más que un soporte fijo» (DIARIO DE SEVILLA, 2010). Asimismo, acusó al consejero Álvarez de la Chica de suspender «unilateralmente» el convenio para el desarrollo del programa de gratuidad de los libros de texto de la Enseñanza Obligatoria y la realización de materiales curriculares y complementarios que los editores y libreros firmaron en junio de 2008 con la Consejería. Según la noticia de *Diariodesevilla.es*, ANELE considera que la digitalización de los libros de texto ya existe, puesto que los editores llevan «más de 12 años incorporando a todos los proyectos educativos soportes digitales como CD», por lo que dijo no entender por qué «el consejero quiere desviar la atención del fondo de la cuestión». El fondo, para los editores y libreros, sería la no renovación para 1º y 3º de ESO de los cheques libro, cuestión ésta por la que ANELE, la Asociación de Editores de Andalucía, la Federación Andaluza de Libreros y la Agrupación de Distribuidores de Libros y Ediciones quieren demandar a Educación (DIARIO DE SEVILLA, 2010).

La única entidad que ha visto con buenos ojos la iniciativa del Gobierno andaluz ha sido ANECAME, la Asociación Nacional de Editores de Contenidos y Aplicaciones Multimedia para la Educación.

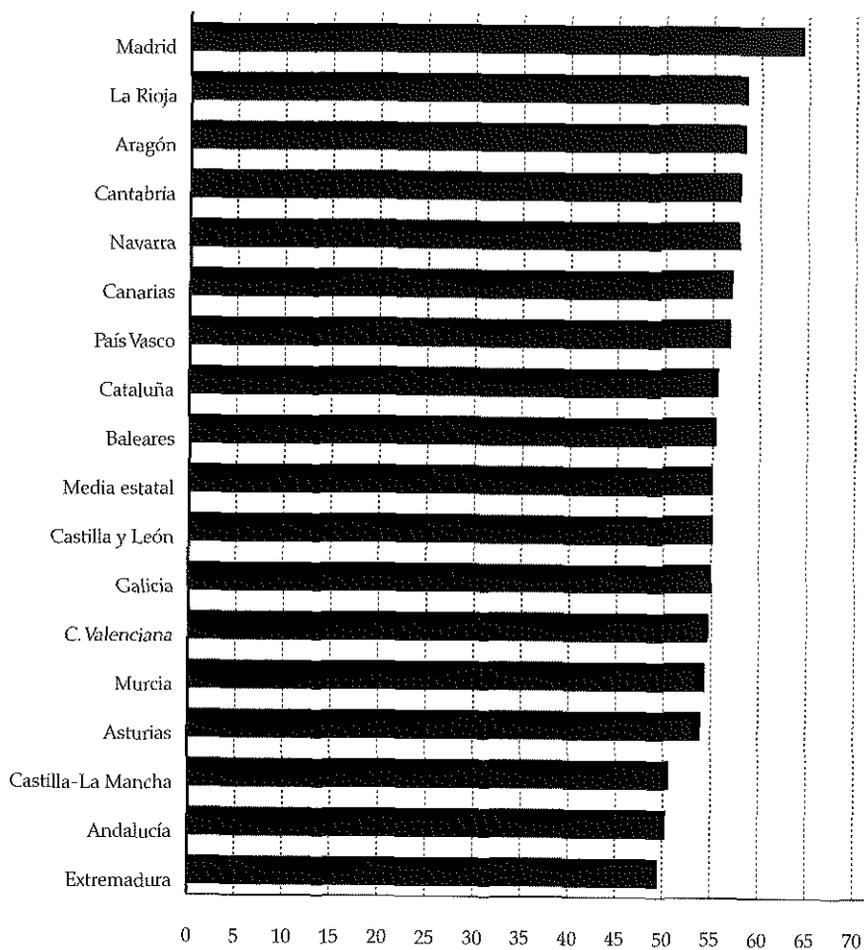
Dejando a un lado esta polémica, podemos afirmar que desde el punto de vista editorial el mundo del libro está ya en pleno proceso de cambio. No se trata de una moda, sino de un cambio radical en un modelo de negocio que ha ido evolucionando muy despacio. Hay mucha gente asustada y otra que intenta asustar más a quienes se han dedicado toda la vida al negocio del papel. Está claro que hay que realizar una adaptación a los formatos digitales, pero esa adaptación debe hacerse con cabeza, ya que hay que abarcar muchos ámbitos: la presentación de novedades en digital, la digitalización de fondos, la protección de la propiedad intelectual, el cambio de papel de las distribuidoras y librerías, la promoción a través de la web y las redes sociales, etcétera.

Asimismo, es preciso que tanto las empresas privadas como la Administración regional se esfuercen por aumentar el prestigio de las editoriales andaluzas. No es de recibo que en una Comunidad Autónoma con la historia y la tradición cultural de Andalucía, los autores miren primero para Madrid o Barcelona a la hora de editar sus obras, porque saben que los planteamientos empresariales y mediáticos en aquellas zonas son mucho más universales y están bastante más consolidados que en Andalucía.

## Anexos

Gráfico 1. Porcentaje de lectores por Comunidad Autónoma 2009

Base: población general de 14 años y más (7.600)



Fuente: *Barómetro de Hábitos de lectura y compra de libros en España de 2009.*

Tabla 1. Porcentaje de lectores y compra de libros en Andalucía (2009)

Lectores frecuentes	Lectores ocasionales	Total lectores
36%	14,2%	50,2%
Compró sólo libros no de texto	Compró sólo libros de texto	Compró libro de texto y no de texto
23%	15,3%	14,5%

Fuente: *Barómetro de Hábitos de lectura y compra de libros en España* de 2009.

Tabla 2. Población lectora de libros. Andalucía 1999-2006

	1999	2004	2006
Almería	31%	43,3%	41,8%
Cádiz	50%	49,2%	48,4%
Córdoba	33%	40,7%	41,8%
Granada	49%	57,8%	53,6%
Huelva	48%	53,4%	49,7%
Jaén	47%	49,6%	51,3%
Málaga	60%	50,2%	50%
Sevilla	40%	57,6%	56,8%
Andalucía	44%	45,4%	50,3%

Fuente: MERLO VEGA, J. A. (2007): *Historia y actualidad de la lectura pública en Andalucía*. Informe PAPEL. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, p. 36.

Tabla 3. ISBNs inscritos por trimestres. Andalucía 2009-2010

Provincias	Abr-jun 2009	Jul-sep 2009	Oct-dic 2009	Ene-mar 2010	Abr-jun 2010
Almería	383	253	516	852	294
Cádiz	71	83	129	89	128
Córdoba	157	113	107	224	132
Granada	456	352	538	1.322	1.154
Huelva	51	22	46	92	84
Jaén	128	216	64	126	141
Málaga	794	563	378	719	461
Sevilla	806	2.746	1.211	1.473	1.373
Subtotal Andalucía:	2.846	4.348	2.989	4.897	3.767

Fuente: MINISTERIO DE CULTURA (2010): *La Panorámica de la Edición Española*. Disponible en Internet (10-08-2010): <http://www.mcu.es/libro/MC/PEE/index.html>

Tabla 4. Evolución ISBNs inscritos en Andalucía 2005-2009

	2005	2006	2007	2008	2009
Almería	218	366	2.931	1.924	2.377
Cádiz	305	381	372	269	399
Córdoba	457	478	510	543	561
Granada	1.299	1.202	1.978	1.995	2.769
Huelva	186	176	195	161	153
Jaén	280	187	401	343	682
Málaga	975	917	1.033	2.811	3.277
Sevilla	2.608	2.600	3.513	3.632	5.221
Subtotal Andalucía:	6.328	6.307	10.933	11.678	15.439

Fuente: MINISTERIO DE CULTURA (2010): *La Panorámica de la Edición Española*. Disponible en Internet (10-08-2010): <http://www.mcu.es/libro/MC/PEE/index.html>

Tabla 5. Editoriales con sede en Andalucía por provincias

Editorial	Municipio	Sitio web
<b>ALMERÍA</b>		
Editorial Arráez	Mojácar	<a href="http://www.arraezeditores.com">www.arraezeditores.com</a>
Comercial Grupo Anaya	Almería	
Editorial Darwin	Almería	<a href="http://www.editorialdarwin.com">www.editorialdarwin.com</a>
Editorial de la Univ. de Almería	La Cañada (Almería)	
El Gaviero Ediciones	Almería	<a href="http://www.acceda.com/host/elgaviero">www.acceda.com/host/elgaviero</a>
Procompal Publicaciones	Almería	<a href="http://www.procompal.com">www.procompal.com</a>
<b>CÁDIZ</b>		
Editorial	Municipio	Sitio web
Absalón Ediciones S.L.	Cádiz	<a href="http://www.edicionesabsalon.com">www.edicionesabsalon.com</a>
Aduana Vieja	Cádiz	<a href="http://www.aduanavieja.com">www.aduanavieja.com</a>
Asociación Litoral	Algeciras	<a href="http://www.weblitoral.com">www.weblitoral.com</a>
Editorial Acento 2000	Tarifa	
EH Editores (Fyser XXI)	Jerez de la Frontera	<a href="http://www.eheditores.com">www.eheditores.com</a>
Publicaciones del Sur	San Fernando	<a href="http://www.grupoinformacion.net">www.grupoinformacion.net</a>
Quorum Libros	Cádiz	<a href="http://www.grupoquorum.com">www.grupoquorum.com</a>
<b>CÓRDOBA</b>		
Editorial	Municipio	Sitio web
Ánfora Nova	Rute	<a href="http://www.anforanova.com">www.anforanova.com</a>
Arcopress	Córdoba	<a href="http://www.arcopress.com">www.arcopress.com</a>
Asociación Cultural Ariadna	Córdoba	
Editoriales Edisur	Recinto Ferial (Córdoba)	

Editorial	Municipio	Sitio web
Editorial Almuzara (Grupo Almuzara)	Córdoba	www.editorialalmuzara.com
Editorial Ariadna	Córdoba	
Editorial Berenice (Grupo Almuzara)	Córdoba	www.editorialberenice.com
Editorial Plurabelle	Córdoba	www.plurabelle.es
Editorial Séneca	Hornachuelos	www.editorialseneca.es
El Almendro	Córdoba	www.elalmendro.org
El Olivo Azul (Benmatías S.L.)	Córdoba	www.elolivoazul.es
El Páramo Editorial	Córdoba	www.editorialelparamo.com
La Bella Varsovia	Córdoba	www.labellavarsovia.com
Manolete, Museo Particular	Villa del Río	
Toro Mítico (Grupo Almuzara)	Córdoba	www.toromitico.com
<b>GRANADA</b>		
Editorial	Municipio	Sitio web
Academia de Buenas Letras	Granada	www.insacan.org
Alhulia	Salobreña	www.alhulia.com
Atrio	Granada	
Barbara Fiore Editora	Juncaril (Albolote)	www.barbara-fiore.com
Cuadernos del Vigía	Granada	www.cuadernosdelvigia.com
Ediciones Adhara	Las Gábias	www.adhara.es
Ediciones Mágina (Grupo Octaedro)	Las Gábias	www.octaedro.com
Ediciones Miguel Sánchez	Granada	www.edicionesmiguel Sanchez.es
Ediciones Traspies	Otura	www.traspies.com
Edilux	Granada	www.alhambra books.com
Editorial Almed	Granada	www.almed.net
Editorial Comares (Acento Comunicación)	Juncaril (Albolote)	www.comares.com
Fresolina Editorial	Granada	www.fresolinaeditorial.com
Fundación Legado Andalusi	Granada	www.legadoandalusi.es
Grupo Editorial Universitario	Granada	www.editorial-geu.com
Guadiel (Grupo Edebé)	Ogijares	www.edebe.com
Madrasa Editorial	Granada	www.madrasaeditorial.com
Proyecto Sur	Armillá	www.proyectosur.com
Ruiz de Aloza Editores, S.L.	Granada	www.ruizdealoza.com
<b>HUELVA</b>		
Editorial	Municipio	Sitio web
Aullido Libros	Huelva	
Cacua Editorial	Huelva	www.cacua.com
Ediciones Qneras	Moguer	
Ediciones Rueda J.M., S.A.	Huelva	
Editorial ESSAN	Punta Umbria	
Editorial Onuba	Huelva	
Grupo Anaya	Huelva	

Editorial	Municipio	Sitio web
Grupo Comunicar	Huelva	<a href="http://www.grupocomunicar.com">www.grupocomunicar.com</a>
Hergué Editorial, S.L.	La Palma del Condado	<a href="http://www.hergue.com">http://www.hergue.com</a>
Islavaria Ediciones	Aljaraque	<a href="http://www.islavaria.com">www.islavaria.com</a>
Wilsen Editorial	Gibraleón	
<b>JAÉN</b>		
Editorial	Municipio	Sitio web
Editorial el Olivo	Úbeda	
Formación Alcalá	Alcalá la Real	<a href="http://www.zonadesalud.org">www.zonadesalud.org</a>
<b>MÁLAGA</b>		
Editorial	Municipio	Sitio web
Agora	Málaga	
Algazara	Cala del Moral (Rincón de la Victoria)	
Del Planeta Rojo	Torremolinos	<a href="http://www.delplanetarojo.com">www.delplanetarojo.com</a>
E.D.A. Libros (Ediciones de Aquí)	Benalmádena	<a href="http://www.edalibros.com">www.edalibros.com</a>
Ediciones Aljaima	Cala del Moral (Rincón de la Victoria)	
Ediciones Aljibe, S.L.	Archidona	<a href="http://www.edicionesaljibe.com">www.edicionesaljibe.com</a>
Ediciones Daly	Los Boliches (Fuen-girola)	<a href="http://www.edicionesdaly.es">www.edicionesdaly.es</a>
Ediciones Maestro	Málaga	<a href="http://www.edicionesmaestro.com">www.edicionesmaestro.com</a>
Edinexus Multimedia	Marbella	<a href="http://edinexus.com">http://edinexus.com</a>
Editorial Arguval	Málaga	<a href="http://www.arguval.com">www.arguval.com</a>
Editorial la Serranía, S.L.	Ronda	<a href="http://www.laserrania.org">www.laserrania.org</a>
Editorial Miramar	Málaga	<a href="http://www.editorialmiramar.com">www.editorialmiramar.com</a>
Editorial Sarriá, S.L.	Málaga	<a href="http://www.editorialsarria.es">www.editorialsarria.es</a>
Editorial Sepha	Málaga	<a href="http://www.editorialsepha.com">www.editorialsepha.com</a>
Editorial Sirio, S.A.	Málaga	<a href="http://www.editorialsirio.com">www.editorialsirio.com</a>
Grupo Editorial 33	Málaga	<a href="http://www.grupoeditorial33.com">www.grupoeditorial33.com</a>
ICB Editores	Málaga	
Innovación y Cualificación Antakira Grupo de empresas	Los Llanos (aldea) (Antequera)	<a href="http://www.innovacionycualificacion.com">www.innovacionycualificacion.com</a>
Miguel Gómez Ediciones	Málaga	<a href="http://www.miguelgomezediciones.com">www.miguelgomezediciones.com</a>
<b>SEVILLA</b>		
Editorial	Municipio	Sitio web
Aconcagua Libros	Sevilla	<a href="http://www.aconcagualibros.com">www.aconcagualibros.com</a>
Algaida Editores	Sevilla	<a href="http://www.algaida.es">www.algaida.es</a>
Autoras en Red	Sevilla	<a href="http://www.autorasenred.com">www.autorasenred.com</a>
Centro Andaluz del Libro	Sevilla	<a href="http://www.centroandaluzdellibro.com">www.centroandaluzdellibro.com</a>
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones	Sevilla	<a href="http://www.comunicacionsocial.es">www.comunicacionsocial.es</a>
Corduba	Sevilla	<a href="http://www.goncaru.es">www.goncaru.es</a>
Diada Editora	Montequinto	<a href="http://www.diadaeditora.com">www.diadaeditora.com</a>

Editorial	Municipio	Sitio web
Doble J Sevilla	Sevilla	
Ecoem	Sevilla	<a href="http://www.fundacion-ecoem-com">www.fundacion-ecoem-com</a>
Edelvives	Sevilla	<a href="http://www.sehacesaber.es">www.sehacesaber.es</a>
Ediciones Akal	Mairena del Aljarafe	<a href="http://www.akal.com">www.akal.com</a>
Ediciones Alfar	Sevilla	<a href="http://www.edicionesalfar.es">www.edicionesalfar.es</a>
Ediciones Barataria	La Puebla de Cazalla	<a href="http://www.barataria-ediciones.com">www.barataria-ediciones.com</a>
Ediciones Libanó	Sevilla	
Edimáter	Sevilla	<a href="http://www.edimater.com">www.edimater.com</a>
Editorial El Cangrejo Pistolero	Sevilla	<a href="http://www.cangrejopistoleroediciones.com">www.cangrejopistoleroediciones.com</a>
Editorial Gever	Sevilla	
Editorial Jirones de Azul	Sevilla	<a href="http://www.jironesdeazul.com">www.jironesdeazul.com</a>
Editorial Kalandraka Andalucía	Sevilla	<a href="http://www.kalandraka.com">www.kalandraka.com</a>
Editorial MAD	Alcalá Guadaíra	<a href="http://www.mad.es">www.mad.es</a>
Editorial Renacimiento	Valencina de la Concepción	<a href="http://www.editorialrenacimiento.com">www.editorialrenacimiento.com</a>
El Mono Azul Editora	Sevilla	<a href="http://www.monoazuleditora.com">www.monoazuleditora.com</a>
Everest Andalucía	Mairena del Aljarafe	<a href="http://www.everest.es">www.everest.es</a>
Extramuros Facsímiles	Mairena del Aljarafe	<a href="http://www.extramuros.es">www.extramuros.es</a>
Fundación Aparejadores	Sevilla	<a href="http://www.coaat-se.es/fundacion">www.coaat-se.es/fundacion</a>
Fundación J.M. Lara	Sevilla	<a href="http://www.fundacionjmlara.es">www.fundacionjmlara.es</a>
Grazalema Ediciones (Grupo Santillana)	Sevilla	<a href="http://www.santillana.es">www.santillana.es</a>
Guadalmena, S.L., Editorial	Alcalá Guadaíra	<a href="http://www.editorialguadalmena.com">www.editorialguadalmena.com</a>
Guadalquivir	Sevilla	<a href="http://www.guadalquivirediciones.com">www.guadalquivirediciones.com</a>
Guadiel (Grupo Edebé)	Mairena del Aljarafe	<a href="http://www.edebe.com">www.edebe.com</a>
La Máquina China Editorial	Sevilla	<a href="http://www.lamaquinachina.com">www.lamaquinachina.com</a>
Lettera	Alcalá Guadaíra	<a href="http://www.letteranet.com">www.letteranet.com</a>
Mangaline Ediciones	Sevilla	<a href="http://www.edicionesmangaline.com">www.edicionesmangaline.com</a>
Mergablum Edición y Comunicación	Sevilla	
Metropolisiana Ediciones	Sevilla	<a href="http://www.metropolisiana.com">www.metropolisiana.com</a>
Progensa (Promotora General de Estudios, S.A.)	Mairena del Aljarafe	<a href="http://www.progensa.com">www.progensa.com</a>
Publicaciones Comunitarias (Grupo Hércules)	Sevilla	<a href="http://www.herculesediciones.com">www.herculesediciones.com</a>
RD Editores	Sevilla	<a href="http://rdeditores.wordpress.com">http://rdeditores.wordpress.com</a>
Rosa Libros	Mairena del Aljarafe	<a href="http://www.rodriquezsantos.com">www.rodriquezsantos.com</a>
S.M. Andalucía	Sevilla	<a href="http://www.grupo-sm.com">www.grupo-sm.com</a>
Signatura Ediciones	Sevilla	<a href="http://www.signaturaediciones.com">www.signaturaediciones.com</a>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recogidos en [www.andalecturas.org](http://www.andalecturas.org), [www.federaciondeeditores.org](http://www.federaciondeeditores.org), [www.tertuliaandaluza.com](http://www.tertuliaandaluza.com) y [www.aea.es](http://www.aea.es).

## Bibliografía

### a) Libros

AEA (2009): *Memoria 1983-2008. 25 años haciendo historia en el mundo del libro*. Asociación de Editores de Andalucía.

ANDALUCIACOMUNICACION.COM (2003): *Especial Libro*. Boletín de la Sociedad de la Información, 30 de julio de 2003.

FGEE (2010): *Barómetro de Hábitos de lectura y compra de libros en España*. Madrid, Federación de Gremios de Editores de España.

FGEE (2010): *Comercio Interior del Libro en España 2009*. Madrid, Federación de Gremios de Editores de España.

GUERRERO CABELLO, M<sup>a</sup> J. y LILLO MACHADO, M. (2004): *Papel mojado* (título). Los libreros andaluces se quejan de la crisis del sector mientras que los editores publican muy por encima de la demanda y de los hábitos de lectura de la población (subtítulo). Sevilla, Departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla. Inédito.

INE (2010): *Estadística de la producción editorial. Año 2009*. Madrid. Instituto Nacional de Estadística.

MERLOVEGA, J. A. (2007): *Historia y actualidad de la lectura pública en Andalucía. Informe PAPEL*. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.

MINISTERIO DE CULTURA (2009): *El libro y las nuevas tecnologías. El libro electrónico*. Madrid. Servicio de Estudios y Documentación. Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas.

MINISTERIO DE CULTURA (2010): *La Panorámica de la Edición Española*. Disponible en Internet (10-08-2010): <http://www.mcu.es/libro/MC/PEE/index.html>

PALMA MARCOS, M<sup>a</sup> L. (2003): *Una visión panorámica del sector de la edición en Andalucía*. Sevilla, RD Editores.

VV.AA. (2005): *Estudio sobre las necesidades de formación en el sector editorial en Andalucía*. Unión Europea y Consejería de Empleo.

### b) Capítulos en libros

PORTELL RIFÀ, J. (2009): «Una de cal y otra de arena», en *Anuario sobre el libro infantil y juvenil 2010*. Madrid. Ediciones SM, pp. 27-34.

## c) Artículos en revistas y prensa

BELAUSTEGUIGOTIA, S. (2010): «Los problemas de un editor», en *El País Andalucía* 25/04/2010. Disponible en Internet (05-08-2010): [http://www.elpais.com/articulo/andalucia/problemas/editor/elpepiespand/20100425elpand\\_6/Tes](http://www.elpais.com/articulo/andalucia/problemas/editor/elpepiespand/20100425elpand_6/Tes)

DIARIO DE SEVILLA (2010): «El reparto de libros digitales en los colegios enfrenta a Junta y a editores», en *Diariodesevilla.es*, 13/07/2010. Disponible en Internet (28-07-2010): <http://www.diariodesevilla.es/article/andalucia/746528/reparto/libros/digitales/los/colegios/enfrenta/junta/y/editores.html>

DOSDOCE.COM (2009): Estudio «Digitalización del Libro en España». Dosdoce.com y Ediciona. Disponible en Internet (04/08/2010): <http://www.dosdoce.com/upload/ficheros/noticias/201005/0000000042.pdf>

GONZÁLEZ-BARBA, A. (2010): «Andalucía recorta ayudas a las editoriales mientras crecen en Extremadura», en *Abcdesevilla.es*, 31/01/2010. Disponible en Internet (06-08-2010): <http://www.abcdesevilla.es/20100131/sevilla-cultura-libros/andalucia-recorta-ayudas-editoriales-20100131.html>

RODRÍGUEZ, Félix J. (2009): «Los libros andaluces en el exterior», en *El Libro Andaluz*. Revista de la Asociación de Editores de Andalucía (AEA), nº 58, septiembre 2009, pp. 10-13.

RODRÍGUEZ, J. (2009): «Estrategias digitales para el comercio internacional del libro», en *El Libro Andaluz*. Revista de la Asociación de Editores de Andalucía (AEA), nº 58, septiembre 2009, pp. 14-18.

RODRÍGUEZ MARCOS, J. (2009): «El libro también se suma a la crisis», en *Elpais.com*, 04/07/2009. Disponible en Internet (28/07/2010): [http://www.elpais.com/articulo/cultura/libro/suma/crisis/elpepicul/20090704elpepicul\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/libro/suma/crisis/elpepicul/20090704elpepicul_1/Tes)

## d) Páginas web

<http://www.acctt.org>

<http://www.revistaelobservador.com>

<http://www.tertuliaandaluza.com/negocios/ediciones-barataria>

<http://www.tertuliaandaluza.com/cultura/editorial-extramuros>

<http://www.tertuliaandaluza.com/negocios/editorial-metropolisiana/>