ENTREVISTA A MANUEL GIL

(Director de la Feria del Libro de Madrid)

REFERENCIA:

VIDEOTECA-V00022

ACCESO:

https://www.cervantesvirtual.com/portales/editores_editoriales_iberoamericanos/obra/entrevista-a-manuel-gil-director-de-la-feria-del-libro-de-madrid-847113/

ENTREVISTADORA:

Pura Fernández

DESCRIPTORES:

- FERIAS DEL LIBRO, LIBREROS, LIBROS ELECTRÓNICOS, PROMOCIÓN DE LA LECTURA.
- GIL ESPÍN, MANUEL.
- ARGENTINA, COLOMBIA, ESPAÑA, MÉXICO.
- FERIA DEL LIBRO DE MADRID.

Entrevista realizada el 5 de junio de 2017 en la Biblioteca Municipal Eugenio Trías – Casa de Fieras de El Retiro (Madrid)

Manuel Gil: MG

Manuel Gil. Feria del Libro de Madrid

(00:00 – 00:29)
MG. - Soy Manuel Gil, director de la Feria del Libro de… de Madrid, estoy en este puesto desde hace unos-unos meses y represento, pues, posiblemente al que es el mayor evento cultural que se hace, evidentemente, en Madrid, pero también quizás a nivel de lo que es toda España, ¿no?

La Feria del Libro de Madrid

(00:30 – 01:02)
MG. - Es un evento la Feria <pausa breve> del Libro que no tiene espacio para profesionales, sino que [es un] <trabada> se-se realiza, obviamente en un espacio público como es el Parque del Buen Retiro. La Feria tiene una trayectoria, evidentemente, hemos cumplido este año la setenta y seis… la septuagésimo sexta edición. Es una Feria que tiene su origen en 1933, pasa, obviamente, por diferentes vicisitudes, en los años sesenta ya se traslada definitivamente aquí al-al Parque de El Retiro.

La Feria hoy

(01:03 – 01:34)
MG. - La Feria en estos momentos tiene tres cientos sesenta y siete casetas donde se alojan aproximadamente unos cuatrocientos ochenta y ocho expositores, ¿no? Pero, luego, con independencia ya [de las] <trabada>… hay caseta de distribuidores, hay casetas de todo tipo que albergan mucho más ellos. Con lo cual es una Feria que dado el punto de vista que es industria, lo que es la cadena de valor del libro, pues, tenemos en este momento unos setecientos sellos en exposición. Tenemos una representación de ciento dieciséis librerías de Madrid.

Organización de la Feria: el Gremio de Libreros

(01:35 – 02:04)
MG. - A diferencia de otras Ferias de Latinoamérica, la Feria del Libro de Madrid está organizada por la Asociación de Empresarios del Comercio del Libro de Madrid, es decir, el Gremio de Libreros, es una marca que pertenece al Gremio de Libreros y, lo que sí como-como no podía ser de otra manera, hay una comisión de la Feria del Libro, donde se integra toda la cadena de valor: se integra la distribución, los editores y los libreros. Con lo cual, muchas de las iniciativas que se ponen en marcha proviene precisamente del consenso y del-del acuerdo.

Equipo de trabajo

(02:05 – 02:26)
MG. - Detrás hay un trabajo ímprobo, que [su] <trabada> nosotros trabajamos todo el año un equipo de cuatro personas ¿no? Yo, dentro de lo que es actualmente la Feria, cuando llegué a la dirección me planteé, digamos, como tres o cuatro objetivos, digamos centrales, ¿no?

Internacionalización

(02:27 – 03:08)
MG. - Uno de ellos era el-es el tema de la internacionalización de la Feria. Creo que hay que convertir lo que es un producto como FLM, Feria del Libro de Madrid, en una marca y sobre todo en una marca internacional. ¿Por qué? Pues porque, evidentemente, hay que poner en valor que, no solo ya el número de visitantes que tenemos, que es enorme, que estamos por encima de los dos millones <pausa breve> doscientos-dos millones cuatrocientos mil personas que vienen a Madrid durante los diecisiete días. Creo que [al] <trabada> poniendo esto en valor creo que hay que situar la Feria del Libro de Madrid como una de las más importantes Ferias del Libro en lengua española. Al-al mismo nivel que otras que tienen sus características diferentes, son… no son comparables, pero por lo menos poner eso en valor.

Alianza de las Ferias en español

(03:09 – 03:34)
MG. - En ese sentido, hay una línea de trabajo que es la internacionalización de la Feria y el primer ejemplo ha sido este año que hemos traído a los directores de todas las Ferias para poder, de Latinoamérica, para poder dialogar, establecer sinergias, ver alianzas, ver posibilidades de trabajo conjuntos, analizar un poco los modelos de financiación, analizar un poco algunas líneas de políticas públicas donde se conjugue lo que es la parte, digamos, de mecenazgo privado con la parte pública.

El mundo digital

(03:35 – 04:15)
MG. - La segunda línea, que también creo que hay que insistir en los próximos años, cómo en las Ferias, en la parte pública de las Ferias, se integra las redes sociales, la web punto cero, internet, es decir, abrirse un poco a los fenómenos, digamos, digitales y la digitalización. Que no significa [el] <trabada>, no es exactamente el tema de que haya o no haya libros digitales, es mucho más complejo que todo eso. Este año hemos hecho ya una experiencia de empezar a-a convertir toda la información que la Feria genera en productos digitales, a través de tótems digitales, a través de pantallas donde la gente puede ver las actividades que hay en un pabellón o que hay en una… en las firmas.

Firmas de libros

(04:16 – 04:51)
MG. - Es que tenemos en el diecisiete ya cinco mil firmas de autores. La línea, digamos, de-de digitalizar la Feria nos lleva a una cosa fundamental: cuando tú tienes un producto, al cual llegan dos millones de personas, puedes empezar a plantearte elementos *de big data*, de empezar a extraer datos de <pausa breve> interacción con los visitantes y con los expositores. Estamos pasando encuestas a pie de-a pie de recinto, donde están saliendo datos ciertamente interesantes y que en los próximos años nos van a servir <pausa breve> para hacer cambios, para establecer digamos matizaciones.

Proyecto Medioambiental

(04:52 – 05:14)
MG. - Hay una tercera línea que también vemos fundamental que es adaptarnos a lo que sería un proyecto medio ambientalmente sostenible. Lo primero que hemos hecho ha sido poner en marcha un proyecto de medición de huella de carbono <chasquido>, de gases de efecto invernadero para aspirar a-a tener un sello internacional de evento cultural medioambientalmente sostenible.

Programación juvenil

(05:15 – 05:52)
MG. - Hay una cuarta línea que nos parece fundamental, que es abrirnos a una programación <chasquido> sobre los jóvenes. Este público joven, es verdad que nosotros que tenemos una enorme programación infantil, en el caso de los jóvenes teníamos una cierta laguna <aspira y carraspea>. Este año hemos puesto ya en marcha un proyecto piloto de acercarnos a jóvenes adolescentes a través de una programación cultural basada en temas de *booktuber*, en temas de lectura en pantallas, en temas de prescripción, en Instagram, es decir, un poco acercarnos, un poco a nuevas demandas de nuevos lectores.

Financiación de la Feria

(05:53 – 06:51)
MG. - Aquí está todo el sector del libro en España, tenemos el-el-el noventa y nueve por ciento de la edición, tenemos una representación del setenta por ciento de las librerías de Madrid… Entonces, el modelo de financiación que la Feria tiene, tiene, digamos, tres componentes básicos de ingresos: tiene un componente que es de los ingresos que producen los-los propios expositores, que representan prácticamente el setenta por ciento. Tenemos una segunda partida, que representa el veinte por ciento, que son las empresas colaboradoras y patrocinios, ¿no? Y luego tenemos un, más o menos, un diez por ciento de ingresos de-que nos provienen del-de dinero público, de ayudas públicas tanto de, sobre todo del Ministerio de Educación y Cultura, que es el que más aporta, y luego Comunidad de Madrid <aspiración y carraspeo>. El Ayuntamiento de Madrid,

evidentemente, no aporta dinero, pero lo que nos aporta, obviamente, es el-el cedernos el uso y disfrute del parque, ¿no?

Objetivos futuros

(06:52 – 07:14)
MG. - Entonces vamos a ver con las diferentes entidades públicas si podemos incrementar un poco los ingresos. La idea de incrementar los ingresos es <pausa breve> está pensada, no tanto para que la Feria crezca en el número de expositores o de casetas, sino para que la intensidad del producto cultural de la Feria sea mucho más eleva[d]o.

La programación y el valor cultural

(07:15 – 07:51)
MG. - Una cosa que estamos observando es que cuando las actividades culturales tienen nivel y tienen digamos un-una programación correcta, o al menos muy estructurada, el público sí viene. El problema que tenemos es que la programación en gran medida hasta ahora depende un poco de las propias editoriales que colocan una actividad u otra. La Feria en los próximos años va a intervenir sobre la programación desarrollando, incluso, su propia programación. Sin que esto sea un obstáculo para que una editorial, que cumple un aniversario o un centenario o cualquier tipo de cosa de este tipo, y quiera organizar una actividad lo pueda hacer.

Monitorización de la información

(07:52 – 08:22)
MG. - Una cosa que-que estamos haciendo, que-que también es importante, es monitorizar toda la información. Estamos trabajando con empresas de control, no solo de medios como pueden ser prensa, radio, televisión, sino que estamos monitorizando toda la conversación que la Feria genera. Entonces, este tipo de elementos nos va a permitir en los próximos años ser tremendamente proactivos a la hora de decir «cómo mantenemos la Feria durante tres semanas permanentemente en los medios».

El país invitado

(08:23 – 09:56)
MG. - Normalmente ocurre una cosa, que es curiosa, que es que… son los propios países los que se dirigen a la Feria del Libro de Madrid a solicitar venir. Estamos también pensando en…en sin, sin decir que no a esa-a esa forma de venir a la Feria, estamos también pensando nosotros en ser nosotros proactivos y decírselo a determinados países. El tema invitado puede no ser un país: puede ser un plan de lectura, puede ser una experiencia lectora que se está haciendo en un determinado sitio, puede ser un área temática, pueden ser muchas más cosas. Entonces, ahí tenemos que darle vueltas al-a este tipo de cosas porque está bien un país invitado, por supuesto que sí, pero… a lo mejor puede haber más cosas, porque yo me he encontrado algunas veces con decir: «oye, por

qué estas experiencias de desarrollo de lectura», como está haciendo por ejemplo el proyecto del ministerio Lectureando, hay cosas de este tipo que son susceptibles de convertirlas precisamente en tema invitado ¿no? Y sobre todo pensando un poco que el objetivo al final de una Feria del Libro, pues es evidente, el desarrollo de la lectura, el llegar a los públicos, es decir, el desarrollar la capacidad lectora de la gente, elevar la calidad, es decir, esto con independencia de que, obviamente, es un componente comercial y de negocio indudable, pero yo creo que hay que contrapesar la parte comercial con lo que son elementos directamente culturales y ahí hay que volcarse: en programación y en país invitado o tema o temas invitados, en fin, centrales, digamos, ¿no? Es un poco la idea ¿no?

Fomentar la bibliodiversidad: relaciones con América Latina

(09:57 – 11:34)
MG. - En edición está pasando un fenómeno que es muy curioso, existe una brutal asimetría entre lo que [es] <trabada> España comercializa allá y lo que de allí podemos traer aquí. Yo ahí creo que el tema del mundo digital para América Latina es una oportunidad, porque nos va a permitir poder acceder a libros absolutamente interesantes que aquí se desconocen. Entonces, yo ahí creo que hay que empezar a pensar en términos de cómo acercar América Latina a la Feria. Pero la idea ahí es empezar a compartir el español, el idioma, que nos une a un lado y al otro del Atlántico. Entonces, una de las cosas fundamentales es cómo podemos ayudar a la circulación del libro de América Latina, precisamente, en España. Debemos empezar <chasquido> plantearnos la necesidad de que haya canales de circulación que nos permitan precisamente visualizar una oferta de libros que desconocemos y que están ahí, ¿no? Entonces, ese [esa] área, el área de-de pensar en términos de países invitados puede ser que América Latina le demos mucha más importancia de la que le hemos dado hasta ahora, ¿no? La potencia de las editoriales, por ejemplo, colombianas universitarias es la que es: es enorme. Bueno, pues, toda esa riqueza hay que mostrarla al público de Madrid y al público español a través de la Feria del Libro de Madrid. La… buscar una relación más intensa precisamente con estos países será también un eje de trabajo central.

Los fenómenos digitales y el ebook

(11:35 – 13:37)
MG. - Una cosa que la Feria observa es precisamente la llegada de un público joven y adolescentes, gente joven, que está siguiendo a *booktuber*, a *youtuber* que tienen un nivel acá de firmas que en algún caso es absolutamente increíble, ¿no? Nosotros desde ese punto de vista lo que sí estamos haciendo es integrar el fenómeno *booktuber* dentro del canal de las librerías a través de [prese] <trabada> firmas, están firmando y normalmente en librerías mucho más que en las propias editoriales, ¿no? Es un fenómeno que nos lleva un poco a pensar en que en las próximas ediciones vamos a ver si hay una pequeña muestra de lo que sería un poco más elementos digitales relacionados con las narrativas

transmedia, con el tema de productos más de tipo audiolibros, es decir, que son fenómenos emergentes, que se les está prestando mucha atención por parte de las editoriales y que yo creo que la Feria tiene que ser sensible también a eso. Yo creo que, por ejemplo, pues, es muy posible que el año que viene pues podamos arrancar una carpa en la cual tengamos, pues, temas relacionados con realidad virtual, con realidad aumentada, siempre obviamente aplicada a los contenidos. ¿Cómo están evolucionando los contenidos? ¿Cómo está evolucionando el concepto libro? ¿Vamos a una combinación de imagen, texto, sonido? ¿A qué vamos? No lo sé, pero bueno, con ese debate yo creo que la Feria tiene que ser sensible y entonces a lo mejor el año que bien lo que hay que hacer es ver qué elementos hoy heterodoxos dentro del-del libro, pero los jóvenes están empezando a prestarles atención. Entonces la Feria… si la combinación imagen, texto, sonido trasladada a narrativas mucho más horizontales, más tras media, cómo va a influir en el desarrollo de los contenidos en los próximos años ¿no? Pues yo creo que la Feria en la medida en lo que tiene es un público absolutamente diverso, también en ese punto hay que ser diversos.

El archivo y la memoria

(13:38 – 14:41)

MG. - Yo creo que ese es un defecto en parte de toda la edición española, el no pensar en que-en que tienes que indexar, organizar y preservar un legado que es super importante y de hecho en las editoriales no se hace… la Feria en este sentido es parecida. Vamos a digitalizar toda la información que encontremos, que la hay, pero no está digitalizada. En la medida en que la digitalicemos vamos a abrir unas pestañas de descargas, ¿no? Y un elemento que vemos absolutamente importante es el tema de disponer de-de descargas de video, de fotografías, de documentos… es decir, vamos a digitalizar toda la información porque ahora mismo para que un investigador en un momento determinado fuese a ver determinadas cosas es imposible. Yo también creo que de todas formas lo que tiene que haber es centros públicos globales que aborden este tema, ¿no?