



ANUARIO SOBRE EL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL 2005 **EDICIONES SM**

La facturación de la literatura infantil y juvenil en España aumenta un 11%, mientras la de adultos cae un 8%.

Ediciones SM presentó el pasado 2 de marzo en el madrileño Círculo de Bellas Artes el **Anuario sobre el Libro Infantil y Juvenil 2005**, con todo lo que hay que saber sobre la literatura para niños y jóvenes.

Este análisis, que la editorial realiza por segundo año consecutivo, incluye los datos más importantes del sector en España, información estadística, tendencias, los éxitos del año y todas las claves para un análisis en profundidad del mundo de la literatura infantil y juvenil.

Según el *Informe sobre el sector editorial español 2003* de la Federación de Gremios de Editores de España, ese año se vendieron 40 millones de ejemplares de literatura infantil y juvenil, y la facturación aumentó un 11 por ciento respecto al año anterior, mientras la literatura "de adultos" caía un 8 por ciento en el mismo periodo, y el conjunto del sector crecía tan solo un 4 por ciento.

En el Anuario, un destacado grupo de expertos en literatura infantil y juvenil analizan estos datos desde diferentes ópticas, lo que da como resultado la elaboración de varios artículos sobre los temas de mayor interés para el sector: cifras y estadísticas, las tendencias del mercado durante el año y las previsiones de cara al próximo, la actividad editorial en Cataluña, Galicia y País Vasco y un monográfico sobre la distribución y comercialización de la literatura infantil y juvenil.

La proliferación de libros "de aniversario" (*Quijotes* para todas las edades, reediciones y libros conmemorativos de los cuentos de Andersen...), la explosión del género fantástico o los "movimientos" de las editoriales para ampliar o crear sus líneas de literatura infantil y juvenil, son algunos de los datos que analiza Victoria Fernández, directora de la revista CLIJ y especialista en el sector, en su artículo titulado "*Año de fantasía, mercado y visibilidad*".

Por comunidades, los datos más relevantes indican que en Cataluña aumenta la poesía para niños y las novelas realistas y de actualidad. En Galicia destaca la proliferación de autores jóvenes, que se incorporan cada año, con una tendencia clara a primar lo autóctono sobre lo importado. Y en el País Vasco aumenta considerablemente la publicación de obras de literatura infantil y juvenil escritas en euskera, con un panorama "alentador" para la poesía, aunque muy negativo para el teatro. A lo largo de 2004 no se publicó ni una sola obra de teatro para niños.

En el apartado de las tendencias, Javier Flor, director de un prestigioso equipo de orientación escolar, analiza bajo el sugerente título "*Cambios en el*



horizonte, querido Sancho”, hacia dónde se dirige el sector de la literatura infantil y juvenil en España.

En este sentido, destaca el aumento de los libros para los niños de entre cero y seis años, se confirma un aumento de las traducciones, que alcanza el 45 por ciento de los títulos publicados, y advierte un desplazamiento argumental hacia el Lejano Oriente, con una especial fascinación por China.

Por su parte Felipe Romero, psicólogo educativo y responsable del área de Investigación del Grupo SM, analiza en profundidad la distribución y comercialización de la literatura infantil y juvenil, y en este sentido destaca lo que algunos denominan la “profesionalización” del sector.

Asimismo analiza la dependencia que tiene el canal de la literatura infantil y juvenil de la evolución del libro de texto, o la necesidad de una mayor integración entre todos los actores de la cadena de distribución, lo que aportaría a los editores una mayor disponibilidad de información de lo que efectivamente ocurre en el canal y en el punto de venta. Esta información no repercutiría solo en los productos, sino, sobre todo, en el planteamiento de las acciones comerciales y de marketing.

Todos estos datos y muchos más hacen del **Anuario del Libro Infantil y Juvenil 2005** una herramienta imprescindible para todos aquellos interesados en conocer las claves de un sector en continuo desarrollo, que contribuye a dinamizar el mundo de la cultura y la literatura españolas, tanto por sus cifras, como por su importancia en cuanto *formador* de futuros lectores y escritores.

**PARA MÁS INFORMACIÓN Y GESTIÓN DE ENTREVISTAS:
GABINETE DE PRENSA GRUPO SM**

Ana Prieto / Carmen Palomino

91 422 63 12 / 62 09

comunicacion@grupo-sm.com

www.grupo-sm.com





PRESENTACIÓN DEL ANUARIO

Por el equipo de Publicaciones Generales de Ediciones SM

Por segundo año consecutivo presentamos este ANUARIO SOBRE EL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL, un instrumento que se ha demostrado útil por distintos conceptos.

En primer lugar, por recoger y agrupar en un solo libro, y al alcance de consultas tanto precisas como apresuradas, los datos del sector que más interesan a expertos e incluso a profanos. En esto no pretendemos originalidad ninguna, pues son datos que, en su mayoría, se encuentran disponibles en otras referencias. Sí son nuestras, si acaso, algunas reflexiones o algunas consideraciones sobre lo expuesto; hechas por quienes, además de las frías cifras, conocen otras coordinadas menos tangibles y son capaces de descubrir conexiones y relaciones de causa efecto entre ellas.

Útil también por el recorrido que, a año terminado, efectúa de modo inmejorable Victoria Fernández por todo lo que han dado de sí los doce meses de 2004 en cuanto a novedades, premios y eventos de todo tipo relacionados con la literatura infantil y juvenil. Es una especie de "Memoria" de fin de curso que se demostrará cada día más rica a medida que, uniéndose a las de años anteriores, irá dibujando una historia viva de la LIJ en nuestro país.

Muy orientador resulta el Anuario cuando se trata de descubrir, desde la atalaya de quien sabe hacerlo, las tendencias predominantes en cada ejercicio, no necesariamente las mismas que en los años anteriores. Es lo que hace en su sintético y calibrado artículo Javier Flor.

Pero este año, además, hemos querido multiplicar estos puntos de observación, abriendo otras tantas ventanas a las literaturas infantiles y juveniles catalana, gallega y vasca. Agradecemos a Teresa Mañà, Xosé Antonio Neira y Xabier Etxaniz y, respectivamente, estas tres reflexiones autonómicas.

Es vocación de este Anuario afrontar en cada edición un asunto monográfico, con una perspectiva más amplia y no estrictamente ligada a la contingencia de cada ejercicio. Como recordarán muchos lectores, el año pasado fue objeto de este monográfico el panorama del mundo LIJ latinoamericano.

Este año pedimos a Felipe Romero, sociólogo muy relacionado con el mundo editorial, una aproximación pocas veces realizada (si es que alguna) al complicado pero ineludible asunto de la distribución y venta de los libros infantiles y juveniles. La lectura de los resultados de su investigación, basados en un trabajo de campo muy apreciable, es altamente recomendable para toda persona que quiera "bajar" a la realidad de un sector que a veces se mitifica o que, por su fortísima componente cultural, se quisiera menos ligado a las coordinadas del mercado.

Como el año anterior, en fin, cierra el Anuario una sucinta revista de prensa que pone de manifiesto qué de todo esto recogieron los principales medios escritos de nuestra sociedad.

El Grupo SM, que encarga, patrocina y edita este Anuario, aun consciente de sus deficiencias y carencias, cree prestar con ello un buen servicio a un mundo, el de la LIJ, no sobrado de iniciativas de este tipo y a menudo repleto de tópicos, rutinas o informaciones interesadas. Así nos lo confirmó la recepción de su primera edición, ampliamente consultada, citada y hasta plagiada.



CONTENIDOS y AUTORES

1. Cifras y estadísticas:

LA LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL EN MOVIMIENTO

Departamento de Investigación y Análisis de Mercado del Grupo SM.

2. Actividad editorial:

AÑO DE FANTASÍA, MERCADO Y “VISIBILIDAD”

Victoria Fernández

Victoria Fernández es especialista en literatura infantil y juvenil. Es directora de la revista CLIJ y colabora habitualmente en las secciones de literatura para niños y jóvenes de varios medios.

3. Actividad editorial en catalán:

PROGRESA ADECUADAMENTE

Teresa Mañà

Teresa Mañà Terré es bibliotecaria y profesora de la Facultad de Biblioteconomía de la Universidad de Barcelona. Ha publicado libros y artículos sobre bibliotecas escolares y colabora habitualmente en publicaciones especializadas sobre literatura infantil.

4. Actividad editorial en gallego:

GALICIA, LA CONTINUIDAD DE UN CAMINO DE CONSOLIDACIÓN

Xosé Antonio Neira Cruz

Xosé Antonio Neira Cruz fue ejecutivo de IBBY desde septiembre de 2000 hasta septiembre de 2004, y presidente del jurado internacional del premio IBBY Asahi Reading Promotion. Recientemente, la OEPLI, Organización Española para el Libro Infantil y Juvenil, lo ha elegido como candidato español al jurado del Premio Hans Christian Andersen. Desde 1999 es profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela, en donde desarrolla líneas de investigación sobre prensa infantil y escolar y uso de la prensa en la escuela. También es director del área infantil y juvenil de Editorial Galaxia.

5. Actividad editorial en vasco:

UN AÑO TRANQUILO

Xavier Etxaniz

Xabier Etxaniz es licenciado en Filosofía y Letras. Profesor en la Escuela Universitaria de Formación del Profesorado de Álava. Autor de numerosos estudios, artículos y reseñas (CLIJ, Egunkaria...) sobre Literatura Infantil y Juvenil en lengua vasca.

6. Características y tendencias:

CAMBIOS EN EL HORIZONTE, QUERIDO SANCHO

Javier Flor



Javier Flor Rebanal es Director de un Equipo de Orientación Escolar en Santander (Cantabria). Licenciado en Psicología y licenciado en Ciencias de la Educación, realizó su memoria de licenciatura (tesina) en 1982 con el tema de *Didáctica de la Literatura Infantil*. Desde entonces ha publicado artículos en diversos periódicos y revistas, siendo uno de los fundadores y promotor de *Peonza*, revista de literatura infantil y juvenil nacida en 1986. Publica quincenalmente crítica de libros en el periódico *El Diario Montañés*, así como trimestralmente en la revista *Peonza* y otras revistas impresas y virtuales. Con el grupo de personas en torno a la revista ha publicado entre otros: *Un libro para leer muchos más* (1993, Alfaguara), *Cómo educar en la lectura* (1994, Alfaguara), *ABCdario de la animación a la lectura* (1995, Amigos del Libro Infantil y Juvenil), *El niño y los derechos humanos* (2001, Documenta), *El rumor de la lectura* (2001, Anaya), *Cien libros para un siglo* (2004, Anaya).

7. Monográfico:

LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL

Felipe José Romero Martín

Felipe Romero (Madrid, 1975) es psicólogo educativo y responsable del área de investigación del Grupo SM. Con anterioridad ha trabajado para consultoras e institutos de investigación social y de mercados. Ha escrito diversos libros y artículos sobre nuevas tecnologías y enseñanza.



LOS DATOS MÁS RELEVANTES

CIFRAS

- En 2003, la LIJ perdió tanto en número de títulos como de ejemplares vendidos (se colocó incluso por debajo del nivel de 2001).

Sin embargo, fue mayor la facturación: 272 millones de euros (lo que representa un 9,8% del total del sector del libro).

La facturación de LIJ crece un 11% con respecto al año anterior, mientras que el conjunto del sector crece solo el 4%.

- También es significativo el porcentaje de novedades sobre títulos vivos (27%) frente al del sector, que es solo del 22%.

Como conclusión cabe decir que el modelo de la LIJ, frente al conjunto del sector, parece ser un modelo de crecimiento saneado, basado no en la explosión de la oferta sino en su ajuste a la capacidad real del mercado.

- Las librerías y las cadenas de librerías son cada vez más los lugares de venta de la LIJ: crecen un 15% en cuatro años, mientras disminuyen hipermercados, quioscos y el resto de canales.

- El 50% de los niños lee en casa, por placer, al menos una vez por semana (de ellos, el 22% lo hace casi todos los días). Pero el otro 50% lee raramente: a veces solo cada dos o tres meses.

- La lectura de revistas y comics no dependen de la clase social; mientras que el número de libros, sí (hay una media de 8 libros más en las bibliotecas de los niños de clase alta).

- ¿Los padres dejan leer a sus hijos cualquier cosa? Un 77%, sí. Entre los que no dejan leer cualquier cosa, lo más prohibido es la violencia (26%), el sexo (19%), el terror (13%)... y hasta los manga (2,3%).

- Solo en un 16% de los casos, los niños no intervienen para nada en la compra de un libro, mientras que en el 84% sí: o bien comprándolo directamente (9%), o bien pidiéndolo de forma directa (58%), o indirecta (17%).

- ¿De quién sigue los consejos un niño para comprar un libro? De sus amigos (36%), la TV (31%), las librerías o centros comerciales (20%)... Los padres y familiares solo tienen influencia en el 3,5% de los casos.



ACTIVIDAD EDITORIAL

- En octubre arrancó el Plan de Lectura 2004-2005, cuya actuación más destacada es el Plan Extraordinario de Dotación Bibliográfica, con un presupuesto que supone un 2.000% de incremento con respecto a la campaña anterior.
- Cada vez se aplican más a la LIJ las técnicas del libro adulto: grandes lanzamientos de temporada, grandes fiestas de presentación de premios; libros ligados a la popularidad televisiva, series escritas por encargo...
- Proliferan los libros "de aniversario": gran profusión de "Quijotes" para todas las edades, también libros conmemorativos de Andersen (algunos de Dalí).
- El género fantástico va a lo grande: trilogías, tetralogías y hasta pentalogías.
- A propósito de Ruiz Zafón, Victoria Fernández escribe: *Resulta, cuando menos, chocante, el complejo de no pocos autores de infantil-juvenil que menosprecian el género por el que son conocidos y del que muchos de ellos viven...*
- Movimiento del sector: nuevos desembarcos de empresas editoriales: el Grupo Planeta reorganiza su segmento editorial (aliándose con Oxford para ir a la prescripción escolar); el Grupo RBA absorbe Molino y relanza colecciones; RqueR (de Esther Tusquets) abre también una línea infantil; la gallega Kalandraca extiende sus sedes a Cataluña, Lisboa, Andalucía. Serres desembarca en México. Alianza Editorial lanza una línea para "jóvenes adultos" (a partir de 14 años).
- TVE intentó la promoción de la lectura con un ambicioso programa popular, el concurso de Ibáñez Serrador *Un, dos, tres... ¡A leer esta vez!*, que intentaba atraer la atención del gran público. Lamentablemente, fracasó.
- Cada año se celebran en España cerca de una treintena de jornadas, encuentros y congresos dedicados a la LIJ y la lectura.
- 2004 fue el año de las protestas por la normativa europea que obliga a cobrar un canon de derechos de autor por los libros prestados en las bibliotecas públicas.



EN CATALÁN

- Aumentan los libros de poesía para niños.
- También las novelas con tema de actualidad (integración inmigrantes).
- Cada vez es más frecuente editar un libro en castellano y en catalán contemporáneamente.
- La mayoría de la oferta catalana de LIJ está destinada a la escuela primaria.
- A pesar del éxito de Harry Potter los autores catalanes no han tratado, en su mayoría, de emular ni seguir los pasos del joven héroe incorporando la magia y los mundos fantásticos a las novelas juveniles. La novela realista sigue dominando en la literatura juvenil catalana, con temáticas un tanto a remolque de la actualidad.
- En el panorama destacan algunas novelas que cuentan a los jóvenes la historia reciente.
- Dos de las obras de mayor éxito de la temporada han sido *El diari vermell de la Carlota* (Gemma Lienas, Empúries) y *El diari vermell de Flanagan* (Andreu Martín y Jaime Ribera, Columna), dos títulos complementarios que explican la sexualidad a los jóvenes de manera desenfadada, práctica, y a la vez, absolutamente rigurosa y científica.



EN GALLEGO

- En la actualidad es prácticamente imposible hablar de la creación literaria en gallego sin tener en cuenta la pujanza, frescura y dimensión del trabajo realizado también para los lectores y lectoras más jóvenes.
- Mayor presencia de la LIJ en los medios y en el ámbito universitario.
- Presencia creciente en la web, bajo distintos formatos y patrocinios.
- La LIJ gallega está demostrando ser una literatura permeable al cambio, atractiva para las nuevas generaciones y generosa a la hora de ofrecer primeras oportunidades. Es raro el año en el que no surge un nuevo escritor o escritora dentro de la literatura infantil.
- Todavía parece lejano el día en que la poesía deje de ser la loca de la casa para convertirse en una más, con todos los derechos, en los catálogos editoriales.
- Quizás la sorpresa que 2004 tenía guardada para la LIJ gallega esté en la recuperación paulatina del género dramático (teatro infantil).
- Hay en Galicia la tendencia a primar lo autóctono sobre lo importado. De ahí que todavía hoy se detecten flagrantes faltas en la relación de títulos de LIJ traducidos al gallego.



EN VASCO

- Nunca se ha encontrado la LIJ vasca en una situación mejor que la actual. Hoy se publican alrededor de 300 obras de LIJ cada año en lengua vasca, de las cuales un 20-25% son originales escritos en euskera (unos 70 libros al año).
- Durante 2004 no ha habido un grupo de obras que haya destacado. Tal vez incluso podríamos hablar, por primera vez en varios años, de una contención editorial y creativa.
- Si el panorama de la poesía, dentro de su oferta, es alentador; no podemos decir lo mismo con respecto al teatro. A lo largo del 2004 no se ha publicado ni una sola obra de teatro para niños.
- Es indiscutible la relación existente entre la LIJ y la enseñanza. El 80 ó 90% de las ventas se canalizan a través de la escuela, y esta relación, conveniente aunque tal vez excesivamente dependiente, puede dar lugar a situaciones muy dispares.



TENDENCIAS

- 2004 ha tenido una mayor producción de títulos de LIJ, una mayor difusión en los medios de comunicación, un mayor reconocimiento de sus autores, una ligerísima mejora de los niveles lectores de españoles de todas las edades, y la franja entre los tres y los doce años tiene bastantes afianzados hábitos lectores y lectura de libros.
- 2004 fue un año de cambio político con nuevos responsables culturales que han hecho una apuesta decidida por el libro en general y por el libro para niños en particular.
- Se mueve la tendencia lectora de los españoles, rompiendo el tradicional empate lectores-no lectores, al declararse el 55% de los españoles y españolas como lectores, con el acotamiento de que solo un 40% tiene afianzado el hábito de lectura diaria o semanalmente.
- Hasta los diez años leen mucho más los niños; de diez a doce años se iguala la media infantil/adulta, y ésta se pone por debajo en lectores juveniles.
- Se constata un aumento de los libros para los niños entre cero y seis años, con abundancia de la oferta tanto en libros-juego para los de entre 0 y 3 años, como el desarrollo del álbum ilustrado.
- Se confirma un aumento de las traducciones: de ser el 42,5% han pasado a ser el 45% de los libros de LIJ.
- Se advierte un desplazamiento argumental hacia tierras extremas, el Oriente Lejano sobre todo. Asia está presente en decenas de libros, con una especial fascinación por China.
- La etapa de los pequeños lectores, lectores de imágenes y "disfrutadores" de los sonidos de la palabra, es el tramo de edad con cada vez más libros y propuestas creativas.
- Va a ir en aumento la inclusión de temas delicados en los álbumes infantiles,
- La amplia franja de edad que va desde los inicios de una lectura autónoma a los 12 años está viendo mermar la densidad de páginas de los libros que las editoriales les ofrecen.
- 2004 fue un año con muchos libros con guerras y posguerras cercanas (la Guerra Civil española, la II Guerra Mundial, la posguerra franquista), algunos libros históricos sobre todo de épocas medievales y renacentistas, y muchos problemas cotidianos, externos (búsqueda de empleo, atentados, amores sobrevenidos) e internos: identidades y rebeldías varias.
- El mundo del *cómic* está cada día más presente en la oferta para niños y jóvenes. Nuevas editoriales se asoman al panorama de las ya consagradas.
- Los auténticos clásicos de la LIJ sí están muy presentes en el año 2004, unos respetando ediciones originales y otros con nuevas imágenes y diseños.



- Los libros para los diversos intermediarios de la LIJ no han tenido un año con abundancia en títulos. Cuesta realizar estudios, cuesta escribir ensayos y no siempre se hace con acierto.



LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL

- El sector emite un diagnóstico optimista sobre la evolución de la LIJ. Pero, más allá de la sensación genérica de "ir a más", lo que se pone de relieve es el cambio en la estructura del sector, cambio que algunos entrevistados denominan "profesionalización", y que podría caracterizarse así:
 - Respecto al punto de venta: aparición de librerías especializadas, y particular atención a la LIJ por parte de las grandes superficies (en el marco de un mayor cuidado de la librería en estos establecimientos).
 - Respecto a la oferta de producto: estancamiento de las líneas de producto más asociadas a la prescripción (colecciones) y desarrollo de casi todas las restantes, particularmente de los best-seller y del segmento 0-6 años.
 - Respecto a la acción de marketing y comercial: una mayor presión y, como consecuencia, un progresivo acercamiento al modelo de la literatura de adultos: incremento de la devolución, mayor rotación, disminución de la esperanza de vida del producto, pérdida de fondo en los puntos de venta, etc.
- La enorme dependencia que tiene el canal de LIJ de la evolución del libro de texto (descuento; gratuidad).
- La sensación de competencia desleal entre los actores del sector, sobre todo por la venta que editoriales y distribuidoras independientes pueden realizar directamente a las instituciones.
- La existencia de una cierta estabilidad en las condiciones comerciales.
- La necesidad de una mayor integración entre todos los actores de la cadena. Una integración que debería permitir a los editores una mayor disponibilidad de información de lo que efectivamente ocurre en el canal y en el punto de venta. Esta información no repercutiría solo en los productos, sino, sobre todo, en el planteamiento de las acciones comerciales y de marketing. Es decir, no es solo un mecanismo para optimizar la producción, sino que puede convertirse en una estrategia de diferenciación entre las editoriales de cara a la distribución y a los puntos de venta.