



Del 1 al 3 de octubre de 2024  
www.liber.es

Primer día de las Jornadas Profesionales de la feria LIBER 2024

## Las redes sociales han activado los fondos editoriales y no solo las novedades

**La irrupción de las redes sociales ha supuesto un cambio de paradigma en la promoción del libro y de la lectura favoreciendo el conocimiento de los catálogos y ampliando la llegada de los títulos a nuevos lectores. Este ha sido uno de los mensajes que se han escuchado hoy en la primera de las jornadas profesionales de LIBER, la Feria Internacional del Libro que se está celebrando en Barcelona.**

Hoy, al poder de prescripción de los medios de comunicación tradicionales, se han unido con una gran fuerza las redes sociales. Estas han tenido un efecto muy positivo en el mundo del libro, especialmente tras la pandemia, recuperando y dando una nueva vida a títulos que parecían abocados al olvido. No es de extrañar, por tanto, que el sector del libro haya decidido usar estos canales digitales para promocionar los libros y generar un contacto con los lectores. A lo largo de los últimos veinte años también ha habido una evolución en el uso de las redes sociales. Así lo ha explicado Agustín Paz, responsable de redes sociales y eventos de Penguin Random House, “hoy el 76 % de los seguidores de nuestras redes sociales son mujeres. Además, el uso de las redes es muy diferente entre los grupos de edad. Así, Facebook es una red usada fundamentalmente por usuarios de entre 45 y 60 años, Instagram por personas de entre 25 y 44 años, edad similar de quienes usan ‘X’, si bien es mayor el porcentaje de hombres que lo usan. Tik Tok es una red que emplean la juventud entre 14 y 24 años que está generando la mayor comunidad de lectores, a través del fenómeno booktok, de las que existen actualmente. Además, está contribuyendo a dar una segunda vida a algunos libros”.

Enrique Redel, editor y fundador de Impedimenta, coincide en diagnóstico “durante la pandemia, la lectura fue un refugio frente a la realidad y eso a traído a la actualidad títulos que no estaban en primera línea”. Según Redel, “hoy una buena parte de nuestra tarea como editores consiste en comunicar, en alimentar las redes sociales para, a través de ellas, hacer visible nuestro catálogo. De hecho, la mayoría de las recomendaciones, hoy, se producen en las redes sociales, por lo que trabajarlas resulta clave”.

También para las librerías el uso de las redes sociales puede ser un elemento diferencial. “Es importante hacer un análisis de la conversación en redes sociales porque eso nos va a dar pistas sobre qué puede interesar a los lectores. Tenemos claros ejemplo de cómo una recomendación realizada en un programa de radio o en las redes genera un impacto en las ventas”, ha explicado Rafael Arias, librero de la librería Letras Corsarias de Salamanca. En su caso, ha señalado, “han buscado crear “una imagen de marca que genere confianza y que traslade al mundo virtual lo que les distingue en el mundo real”.

### La IA como reto y oportunidad para el sector editorial

Buena parte de las mesas de esta primera jornada profesional de LIBER ha estado centrada en analizar los efectos que la Inteligencia Artificial puede tener en el sector del libro. Más allá de los problemas que surgen del uso de los contenidos sujetos a derechos de propiedad intelectual, se está imponiendo la idea de que autores y editores de libros, periódicos, revistas y partituras ven como posible la incorporación de la inteligencia artificial (IA) en el mercado editorial digital. No obstante, consideran que esta ha de hacerse de una forma controlada. Esto significa que los usos que hagan estos sistemas informáticos de estas publicaciones tienen que ser autorizado por sus titulares de derechos, generar una

premsa | press | prensa

remuneración adecuada por ello y garantizar la trazabilidad de los contenidos utilizados para el entrenamiento y posteriores explotaciones de los modelos de IA.

Esta ha sido la principal conclusión a la que se ha llegado en la mesa redonda titulada Inteligencia artificial y sector editorial: ¿cómo monetizar tus obras?, organizada por CEDRO en Liber, en la que han participado Jorge Corrales, director general de CEDRO, y Álvaro García Hernández de Alba, director general de Datamarket. La escritora y presidenta de CEDRO, Carme Riera, ha moderado esta sesión.

Además, Daniel Benchimol ha planteado la necesidad de abordar el uso de la IA analizando cómo puede ayudar a la labor editorial en un momento en el que esta nueva tecnología está en un momento aún incipiente. En su opinión, no va a haber profesiones que no se vaya a estar afectada en alguna medida por esta. Sin embargo, plantea también grandes posibilidades y herramientas que pueden contribuir a ayudar en la tarea editorial.

### **La presencia de China y Ucrania en Liber 2024**

En esta primera jornada también ha habido espacio para la colaboración entre el sector editorial español y el de China y Ucrania, dos mercados de interés para nuestra industria del libro.

### **Barcelona, 1 de octubre de 2024**

Gerardo Miguel / María Delgado  
Prensa FGEE  
Tel: 630 11 9080 (Gerardo) / 915765250  
[prensa@fge.es](mailto:prensa@fge.es)

M<sup>a</sup> Gloria Dilluvio / María Dolores Herranz  
Prensa Fira de Barcelona – Liber 2024  
Tel. 93 233 21 72 – 25 41  
[gdilluvio@firabarcelona.com](mailto:gdilluvio@firabarcelona.com)  
[mdherranz@firabarcelona.com](mailto:mdherranz@firabarcelona.com)