

LOS DERECHOS DE AUTOR EN LOS LIBROS ELECTRÓNICOS

Presentamos aquí la tercera entrega de un trabajo de reflexión histórica, cultural y tecnológica sobre la naturaleza del e-book; en esta ocasión, nuestros destacados “humanistas digitales” se proponen revisar los muchos desafíos jurídicos que imponen las peculiaridades de estos documentos inmateriales

ERNESTO PRIANI SAISÓ

E ISABEL GALINA RUSSELL

Uno de los temas que con la digitalización y la aparición de internet se han vuelto centrales para los agentes de la producción cultural, lo mismo del cine y la música que del libro y la pintura, es el de los derechos de autor. Alrededor del mundo se ha emprendido una intensa campaña de defensa del copyright ante la amenaza que representan la fácil reproducción y la veloz distribución de los archivos digitales. En el ámbito del libro, esto ha supuesto la paradoja de que, en palabras de Andrew Piper, “compartir

textos nunca haya sido tan popular —e ilegal”.¹ En lo esencial, se ha querido asumir que la protección legal de los libros electrónicos funciona de la misma forma que para los impresos, pero, como debería ser obvio, el libro electrónico tiene propiedades que obligan a repensar la cuestión de los derechos y la forma en que este sistema se aplica y opera, así como en los problemas que genera. En esta entrega describiremos de manera general algunos de los puntos clave a considerar, y entraremos en algunas de las discusiones centrales que la protección de los derechos de autor está generando en el mundo del libro electrónico; también presentaremos algunas de las iniciativas más recientes en torno a los derechos de autor a nivel mundial, sin la pretensión de agotar un tema que es muy amplio y que se encuentra en pleno debate.

El derecho de autor es un concepto legal que permite a los creadores de una obra original decidir cómo ésta puede usarse y distribuirse. En algunas legislaciones, como la mexicana, el derecho de autor se divide en derechos morales y patrimoniales; en el derecho anglosajón se utiliza el concepto de copyright. En ambos casos existen limitaciones a estos derechos que permiten que la obra sea utilizada para algunos fines sin necesidad de la autorización del titular de los derechos patrimoniales o del copyright. Existen diferencias entre las distintas legislaciones alrededor del mundo pero para los fines de este capítulo basta con establecer que una obra original está protegida

desde el momento que es fijada en un soporte; esta protección se refiere sobre todo a la elaboración y la distribución de copias de la obra y generalmente existen algunas excepciones a la exclusividad de la copia. Estos conceptos básicos están cubiertos en la Convención de Berna para la protección de obras literarias y artísticas, y por el Tratado de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual sobre Derecho de Autor de 1996; todos los países que han suscrito estos acuerdos contemplan esto de alguna forma en su legislación nacional.

En el mundo del libro impreso siempre ha sido posible hacer copias del ejemplar una vez que ha sido publicado. La forma más popular (y que no implica la reproducción de una obra a gran escala, como es el caso de las ediciones pirata) se hace a través de fotocopias. Es claro, sin embargo, que la fotocopia es un producto inferior al original y que, por lo tanto, su circulación queda restringida a individuos o pequeños grupos. Lo que es importante destacar aquí es que, en el caso de la fotocopia, y a diferencia de la reproducción digital, existe una diferencia entre el producto original y la copia, que hace que la reproducción de la obra sea un problema perjudicial, pero acotado.

En el caso de lo digital, la copia es prácticamente igual al original. No existe diferencia entre una y otra, y la reproducción se puede realizar fácilmente usando computadoras personales u otros dispositivos que son de uso común. Aquí, por supuesto, el riesgo de la reproducción —incluso por personas en lo individual—

representa un problema mayor para el mundo editorial porque además las copias son muy fáciles de distribuir. Una vez que alguien, por ejemplo, ha escaneado un libro entero, puede compartirlo con mucha facilidad con muchas más personas.

Y si el libro ya es electrónico ¿qué impide que la copia que yo compré se la distribuya a no sólo a mi pareja o a algún amigo, sino a todos mis conocidos?

Para tratar de evitar que se compartieran los libros electrónicos con cualquiera, incluyendo pareja y amigos, se creó el DRM (Digital Rights Management). El DRM es un conjunto de tecnologías utilizado por editoriales y otros productores de contenido para controlar el uso de ese contenido

¹ Andrew Piper. *The Book was There. Reading in Electronic Times*, The University of Chicago Press, 2012, posición 1304 (edición electrónica).

y los dispositivos después de su venta. Actualmente, los formatos para libros pueden dividirse en este momento en dos tipos: aquellos que están basados en estándares abiertos y aquellos que son propietarios. Esto está ampliamente ligado con las posibilidades que tenemos para interactuar con el texto y los elementos que necesitamos para poder consultarlos. Por ejemplo, para poder leer un libro electrónico de Amazon, necesariamente requerimos un dispositivo Kindle o el software que lo emula, ya que el formato *.azw, aunque está basado en XML, es un formato propietario. Mientras tanto un libro electrónico publicado como ePub puede ser utilizado en un gran número de dispositivos, ya que es un estándar abierto. La elección de formato para la publicación está estrechamente relacionada con el dispositivo de lectura en el cual puede leerse el libro. Pero tanto los formatos propietarios como los abiertos pueden tener DRM. Por ejemplo, el formato propietario de Amazon tiene DRM y no podemos cambiar el formato del libro electrónico a otro para poder leerlo en otro dispositivo. Por lo tanto, si compramos numerosos libros en Amazon, tendremos que seguir contando con el dispositivo para leerlos en el futuro. Sin embargo, también los formatos abiertos, tales como el ePub, pueden tener DRM. Así, un libro en ePub con DRM también tiene restricciones en cuanto a su reproducción o distribución. Como puede verse, esto hace que el panorama sea bastante complicado, pues por un lado existen distintos formatos y por otro distintos DRM que tienen propiedades diversas. A la hora de comprar un libro electrónico, hay que estar muy atento a las opciones que se nos ofrecen y a los requerimientos que exigen para ser leídos.

El uso del DRM ha sido muy controversial. Sus promotores argumentan que es necesario para proteger los intereses comerciales de los productores de contenido y que previene el copiado ilegal de materiales digitales. Sus detractores, sin embargo, señalan que no detienen el copiado ilegal, ya que existen tecnologías para “romper” el DRM, y que entorpece e incluso en ocasiones no permite que se realicen acciones legítimas de copiado de los materiales. El problema con el DRM, sostienen, es que impide que los usuarios lleven a cabo acciones que son legales en el mundo del libro, por ejemplo —como ya lo habíamos dicho— prestar un libro a un amigo, pero también leerlo con el software que permita un mejor manejo de nuestra biblioteca, hacer copias de seguridad o usar los materiales dentro de los límites de los derechos patrimoniales para fines educativos, de crítica o de investigación. También suscita importantes interrogantes en torno al acceso futuro a estos materiales, por la sobrevivencia de la tecnología con que se hace, y cuestiones de preservación a largo plazo.

Debido a las restricciones impuestas por el uso del DRM también se plantean preguntas significativas en torno a quién es el dueño de la copia, pues nuestro “ejemplar” del libro no necesariamente está bajo nuestro control. Por ejemplo, en el 2009, en un caso muy sonado, Amazon retiró copias de *Rebelión en la granja* ya adquiridas por lectores debido a que descubrió que no existían los permisos legales para vender esa obra.² Como se ha comentado en entregas anteriores, los libros electrónicos que se compran en Amazon son manejados en una cuenta del usuario en la nube; el usuario accede a esta cuenta a través de numerosos dispositivos y Amazon se encarga de sincronizar la cuenta. Así, cuando compramos un libro en línea automáticamente es entregado a nuestro Kindle vía inalámbrica. Con la acción referida, quedó claro que Amazon también tenía la capacidad de borrar o retirar libros de las cuentas. El equivalente en el mundo impreso sería que, una vez comprado un libro, la librería entrara a tu casa, retirara el ejemplar del librero y dejara el dinero correspondiente al reembolso. La indignación que generó saber que Amazon aparentemente tenía la autoridad y el derecho de borrar algo que un lector había comprado fue notable, pero ante todo planteó importantes preguntas en torno a qué estaba comprando un lector al adquirir un libro electrónico y hasta dónde tenía propiedad sobre ese archivo.³ Aunque Amazon posteriormente se disculpó por la forma de resolver esto, han continuado surgiendo casos de usuarios que encuentran sus cuentas borradas⁴ y sin acceso a libros que ellos consideraban ya comprados. Se presenta entonces la polémica de que, para los vendedores, el lector no compra el libro electrónico de la misma forma que compra el libro impreso: el lector simplemente compra el acceso y éste puede ser revocado.

Otro aspecto importante es que, al no poseer un objeto físico como el libro impreso, sino solamente contar con acceso a un archivo digital, no existe una forma fácil de prestar un libro que hemos comprado. Esto tiene importantes consecuencias sobre todo para las bibliotecas. En un documento publicado en 2012, la Federación Internacional de Bibliotecas del Mundo (IFLA, por sus siglas en inglés) detalló los principales obstáculos para el préstamo de libros electrónicos y propuso algunas soluciones para las bibliotecas.⁵ Uno de los problemas clave es que en la mayoría de las legislaciones existe la figura jurídica del agotamiento de los derechos de propiedad intelectual para los objetos físicos. Esto es lo que permite que un libro pueda ser revendido o prestado sin necesidad de pedir permiso al titular de los derechos patrimoniales. Es decir, sólo se contemplan ganancias para ese titular con la primera venta. Sin embargo, como explica el documento de la IFLA, el concepto de “préstamo” sólo se aplica a los objetos tangibles o físicos. Por lo tanto, el concepto de préstamo electrónico o *e-lending* no funciona de la misma manera. El préstamo de libros electrónicos pareciera caer dentro de la idea de comunicar al público, de la misma forma que una transmisión o emisión. Por lo tanto, el titular de los derechos patrimoniales debe otorgar permiso para esta transmisión. El libro electrónico se convierte, así, más en una suscripción a un servicio que en la compra de un objeto físico. De hecho, la última propuesta de Amazon, que sigue el modelo de otros servicios similares, ha sido la presentación

de un servicio de suscripción que, por una cuota mensual, dé acceso a un número importante de libros. De acuerdo con esta lógica, una biblioteca entonces debe negociar el préstamo de los libros electrónicos como un servicio adicional y no como algo a lo que se tiene automáticamente derecho al adquirir una obra. Adicionalmente, como cualquier servicio, éste puede ser cancelado o modificado, lo que borraría la diferencia entre el servicio de suscripción del que hablamos y el acceso a una biblioteca.

Por supuesto, esto contrasta mucho con el modelo del libro impreso, que, una vez adquirido, el dueño puede realizar cualquier acción con el objeto, menos copiarlo. Cabe aclarar que esta situación todavía está en discusión y no existen aún conceptos legales claros para establecer cómo se determinará el préstamo del libro electrónico en el futuro y si eso podrá hacerse. El tema está a discusión y grupos interesados alrededor del mundo trabajan en establecer cambios necesarios en las leyes para llegar a un equilibrio que proteja el interés de los comerciantes pero también el del acceso a la cultura por parte de la sociedad.

Hay grupos de personas que argumentan que es necesario modificar los preceptos de cómo y por qué se protegen las obras, e idear nuevos modelos de producción y comercialización de materiales digitales, incluyendo la música y los libros. Esto no significa eliminar los derechos de autor pero sí que se reconsidere cómo pueden generarse modelos de negocio y qué intereses se quieren salvaguardar al proteger la producción intelectual. En el mundo físico, las ganancias se generan a partir de la venta de copias de las obras. En el mundo digital, en el que la copia es sencilla y perfecta así como barata, los productores deben cambiar sus modelos de negocio. Adicionalmente, fenómenos como la web 2.0 demuestran cómo a través de la tecnología se puede aprovechar la creatividad humana y crear nuevos canales de publicación en donde el deseo de producir y compartir no necesariamente están vinculados directamente a una ganancia económica directa. Por lo tanto, es importante contar con formas eficientes para proteger los derechos morales de los autores (es decir, que sean reconocidos como los creadores de una obra) bajo un esquema menos restrictivo en torno a la generación de copias o el uso de la obra.

Iniciativas como Creative Commons han buscado formas legales y sencillas para que los usuarios puedan compartir con mayor facilidad sus materiales y que sus lectores puedan hacer uso de éstos sin todas las restricciones que rodean a los derechos de autor. Actualmente una obra está protegida desde que es fijada en un soporte y nadie puede usarla o copiarla sin la autorización del titular de los derechos, de tal forma que, si queremos utilizar una foto que encontramos en internet o traducir un artículo que nos parece interesante, debemos pedir permiso al titular de los derechos correspondientes. Sin embargo, no siempre es posible o fácil encontrarlo, sobre todo cuando estamos hablando de proyectos grandes que utilizan una gran cantidad de material de distintos orígenes. Adicionalmente, puede ser que el autor de la obra esté dispuesto a que hagamos uso de algún material que ha publicado y por el momento no existe una forma de que indique que este permiso está otorgado de antemano.

Creative Commons son una serie de licencias que permiten al titular de los derechos patrimoniales indicar con anterioridad qué usos se pueden hacer de su obra. A diferencia de la legislación actual que parte de la premisa de “todos los derechos reservados”, las licencias CC están basadas en la idea de “algunos derechos reservados”. El razonamiento detrás de éstas es que la creatividad humana se basa en apoyarse en el trabajo de los demás así como en colaborar y compartir conocimiento. El uso excesivo del copyright destruye y no fomenta la producción creativa e intelectual. Las licencias CC son apoyos legales para la ejecución de movimientos abiertos de información tales como Open Access, Open Software Movement, Open Science, Open Government y Open Data, por mencionar algunos ejemplos.

En los últimos años, cada vez se levantan más voces de individuos y organizaciones que están preocupados de que los derechos de autor y la aplicación del DRM detienen en vez de fomentar la creación y la colaboración artística y científica. Proponen y se manifiestan por nuevos modelos de legislación y comercialización para los materiales digitales. Los siguientes años serán claves para ver cómo se irá modificando la legislación en torno a los derechos de autor y cómo éstos se aplican en la práctica para las publicaciones digitales. De la misma forma, habrá que ver si el libro electrónico deja de ser concebido como un objeto y el modelo de venta se asemeja más al del contrato de un servicio y las implicaciones que esto tiene para los lectores alrededor del mundo.

Las editoriales y los autores de libros electrónicos deben conocer estos aspectos legales cuando piensan en las diferentes formas en que quieren comercializar su obra. Una editorial, por ejemplo, deberá pensar no sólo en el formato sino también si quiere implementar un sistema de DRM y cuáles serán las restricciones que desea establecer. Un autor, al elegir una plataforma de publicación, deberá contemplar no sólo el porcentaje de regalías sino también qué restricciones aplicará la plataforma en términos de formato y DRM, y si esto permitirá que su obra llegue al público deseado. En algunos casos, un autor puede estar más interesado en una amplia difusión que en una protección estricta (y que además nunca está garantizada) o moverse dentro de un sistema más restrictivo con consecuencias tales como la preservación de su obra a largo plazo o su ingreso a bibliotecas. Estas decisiones dependerán del tipo de publicación y su objetivo, y pocas veces existe una opción única y clara. Adicionalmente, éste es un campo que está cambiando constantemente y por lo tanto habrá que mantenerse informado acerca de los cambios que seguramente se darán en los próximos años.

2 Mark King, “Amazon Wipes Customer’s Kindle and Deletes Account with no Explanation”, en *The Guardian*, 22 de octubre de 2012. Consultado en www.theguardian.com/money/2012/oct/22/amazon-wipes-customers-kindle-deletes-account.

3 Brad Stone, “Amazon Erases Orwell Books From Kindle”, en *The New York Times*, 17 de julio de 2009. Consultado en www.nytimes.com/2009/07/18/technology/companies/18amazon.html?_r=0.

4 Bobbie Johnson, “Amazon Boss Bezos: Kindle Move Was ‘Stupid’”, en *The Guardian Technology Blog*, 24 de julio de 2009. Consultado en www.theguardian.com/technology/blog/2009/jul/24/amazon-drm.

5 IFLA, *E-Lending Background Paper*, 2012. Consultado en www.ifla.org/files/assets/clm/publications/ifla-background-paper-e-lending-en.pdf.

MODELOS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Si la naturaleza digital del libro electrónico ha conducido a una discusión desde la forma hasta el modelo de protección de los derechos de autor, también lo ha hecho en el tema de su distribución y comercialización, toda vez que un archivo digital puede hacerse llegar a muchos destinatarios, de una manera mucho más sencilla que un libro físico. En esta sección analizaremos cómo el cambio del objeto físico al digital tiene consecuencias para la cadena de comercialización del libro, así como los nuevos actores que surgen en ella.

La distribución y comercialización del libro impreso está basada en su materialidad, en su entidad como objeto. Los libros impresos son productos que tienen un cierto tiraje que debe moverse físicamente por canales que los hagan llegar a los puntos de venta. A fin de cuentas, el éxito comercial de un libro depende de la cantidad de ejemplares que sean vendidos a través de numerosos establecimientos distribuidos por un territorio, ya sea un país o un continente.

En este sentido, la cadena de producción editorial de los impresos comienza con el autor, que se encarga de la generación del manuscrito, y pasa por la editorial, que asume los gastos de la edición —los cuales incluyen, además de la formación, los de la elaboración del objeto físico, por ejemplo la impresión y el papel—. Las editoriales también se encargan de la promoción del libro y, en algunos casos, de la distribución, aunque en otras ocasiones las editoriales utilizan los servicios de una distribuidora para asegurarse de que sus libros lleguen a las librerías, donde los potenciales lectores pueden adquirirlos.

El autor generalmente recibe un pago de regalías por el número de ejemplares vendidos, mientras que la editorial vive de las ganancias que se generan entre los costos de producción y los ingresos por la venta final, al igual que los distribuidores y las librerías. Debido a la inversión económica que implica, las editoriales tienen que llevar a cabo cuidadosas evaluaciones al decidir qué manuscritos quieren publicar porque el objetivo es tener éxito en las ventas. La llegada del libro electrónico ha modificado parte de esta cadena, particularmente la que tiene que ver con las librerías y las formas de distribución.

El comercial no es el único modelo de producción editorial que se ve afectado por la llegada del libro electrónico. Hay editoriales cuyos objetivos no son comerciales, como las académicas, que están en posibilidad de enfocarse más en el valor de los contenidos que en el éxito de venta de sus obras, gracias a subsidios y otras formas de financiamiento que les permiten publicar sin depender directamente de la comercialización. El movimiento que se conoce como de “acceso abierto” está promoviendo un modelo de distribución diferente para la publicación académica.

En este mismo sentido, también han existido editoriales que se encargan de realizar publicaciones por encargo, modelo en el cual el autor es quien absorbe los costos de la publicación. Debido a su costo elevado, la publicación por encargo no se realizaba con mucha frecuencia. Adicionalmente, un autor individual que publica así su libro continúa enfrentándose a importantes limitantes para distribuirlo, por lo que termina restringida a amigos y colegas. Pero esto cambió también radicalmente con la llegada del libro electrónico, que disminuye enormemente los costos y ha facilitado la distribución de una manera tal que la autopublicación ha crecido en los últimos años de manera muy importante.

De los cambios en estos dos últimos modelos hablaremos en la siguiente entrega, cuando examinemos las otras formas de producción de libros electrónicos. Concentrémonos por ahora en el impacto de los cambios en el comercio del libro electrónico.

Lo hemos dicho ya varias veces, pero no está de más recordarlo: la gran diferencia entre el libro impreso y el electrónico es que uno es un objeto físico y el otro no. Debido a eso, todos los conceptos relacionados con su distribución y comercialización se alteran significativamente, si preguntamos, por ejemplo, ¿cuáles son los costos en la producción de un libro electrónico y quién los asume?, ¿cuál el costo de su distribución?, ¿qué adquirimos cuando compramos un libro electrónico?, ¿cuál es el rol del autor, la editorial y la librería en este nuevo escenario?

Es interesante notar que una de las primeras empresas de comercio electrónico, y una de las de mayor éxito hasta la fecha, fue una librería. Aunque hoy en día Amazon vende una enorme variedad de productos, en 1994 comenzó como una librería en línea y se dedicaba sólo a la venta de libros impresos. En aquel entonces las transacciones por internet eran marginales y había poca confianza por parte del consumidor para realizar una compra sin haber visto el producto que

adquiriría. Para muchos comprar un libro por internet no tenía

mucho sentido

ya que era mucho más placentero y fácil ir a una librería y realizar la compra ahí.

Sin embargo, Amazon rápidamente demostró que una de sus ventajas era el amplio catálogo que podía ofrecer: miles de títulos disponibles que la mayoría de las librerías físicas simplemente no podían procurar.

El libro como objeto físico implica costos de distribución así como de almacenamiento y las librerías necesariamente manejan un inventario limitado. Amazon ofreció por primera vez una gama de títulos muy amplia y la entrega veloz de los libros a domicilio. El éxito del modelo le permitió

La gran diferencia entre el libro impreso y el electrónico es que uno es un objeto físico y el otro no. Debido a eso, todos los conceptos relacionados con su distribución y comercialización se alteran significativamente

sobrevivir al *dot com crash* entre 1999 y 2001. En los años subsecuentes, muchas de las grandes librerías tradicionales como Barnes & Noble en los Estados Unidos, Waterstones en el Reino Unido o el FCE y Gandhi en México, también empezaron a ofrecer la posibilidad de comprar libros a través de sus sitios de internet.

El éxito de la venta de libros en línea le ha pasado factura ya a las librerías físicas. Quizás el caso más célebre es la clausura, en 2011, de la cadena de librerías Borders, una de las más grandes de Estados Unidos. Según especialistas, uno de los grandes problemas es que no manejó adecuadamente sus ventas en línea.⁶ Hoy en día, para sobrevivir, las librerías tienen que tomar en consideración las ventas de libros impresos por internet, a la que en los últimos años se ha sumado la opción de vender libros electrónicos para poder mantenerse vigentes en el mercado. Esto último también ha afectado a las editoriales, que han tenido que incorporar a sus canales de distribución las ventas en línea, y a su catálogo, los libros electrónicos.

En los últimos años las editoriales y las librerías han buscado nuevos modelos de comercialización para manejar los libros electrónicos dentro de sus catálogos y se han ido desarrollando mecanismos más eficaces de venta en la medida en que el mercado de los libros electrónicos se ha vuelto más lucrativo, sobre todo en países como los Estados Unidos y el Reino Unido. Se considera que es sólo cuestión de tiempo que otros países sigan estos pasos. Sin embargo, la venta de libros electrónicos aunque pareciera ser igual al modelo de la venta de libros impresos, no lo es y veremos cómo el hecho de que no estamos hablando de un objeto físico ha empezado a modificar los papeles y también las relaciones entre los autores, las editoriales, las librerías y los lectores.

Una de las principales limitantes cuando se produjeron los primeros dispositivos de lectura es que realmente existía poca oferta comercial de contenidos.⁷ Esto cambió significativamente en 2007 cuando Amazon lanzó no solamente el dispositivo de lectura Kindle, sino también una conexión inalámbrica a una amplia gama de contenidos a través de la misma plataforma de su tienda. Incluso Kindle se vendió no como un “dispositivo” sino como un “servicio” que permitía el acceso. La compra de un Kindle incluía la conexión inalámbrica a su tienda. Es más, una de las razones por las cuales la venta del dispositivo se demoró en otras partes del mundo es porque Amazon buscaba asegurar la conexión por los distintos proveedores de servicios de internet. Esto marcó, como señalamos antes, el inicio de la verdadera comercialización del libro electrónico: la combinación del dispositivo, la oferta y la conectividad.

Librerías tradicionales como Barnes & Noble rápidamente tomaron nota del modelo exitoso de Amazon y se apresuraron a ofrecer también dispositivos de lectura. En 2009 anunció el lanzamiento del Nook, dispositivo de lectura basado en el sistema operativo Android para la lectura de libros electrónicos. En México, la librería Gandhi puso en venta el dispositivo de lectura Enos como parte de su estrategia comercial de libros electrónicos y en fechas recientes, junto con Porrúa, han hecho una alianza con Kobo. La marca Sony lanzó su dispositivo de lectura, el Sony Reader, en 2006, originalmente para las librerías Borders. En un inicio, por el modelo impuesto por Amazon, la idea era asociar la venta de libros electrónicos a un vendedor y un dispositivo. Sin embargo, muy pronto se vio que ese esquema no era conveniente. De hecho, en parte gracias a que el Sony Reader se podía adquirir en puntos de venta que no son librerías, poco a poco la relación entre dispositivos y librerías se fue desvaneciendo, hasta hacerlo completamente con la utilización de las tabletas como dispositivos de lectura. Pero un fenómeno paralelo a esta relación entre dispositivos y librerías es que los fabricantes de dispositivos, como Apple, ofrecen tiendas donde es posible comprar libros electrónicos; con iBooks, Apple permite la descarga y la lectura de libros electrónicos en todos sus formatos. De la misma forma, Google Play Books ofrece una amplia gama de títulos de libros electrónicos. Todas estas empresas son hoy, a nivel mundial, los grandes distribuidores de libros de manera global y han comenzado a poner en jaque todo el ecosistema de las librerías tradicionales y puesto al menos en tensión la relación con las editoriales. Si bien éstas están descubriendo que no necesariamente necesitan utilizar las librerías físicas como sus únicos puntos de venta, sino que pueden utilizar su sitio web para vender directamente sus libros impresos a los lectores y cada vez con mayor frecuencia sus libros electrónicos, lo cierto es que el éxito en la venta de libros electrónicos pasa por utilizar una de las grandes empresas de distribución que, cabe decirlo, no tienen la misma relación con el libro que la que tienen las librerías.

⁶ Josh Sanburn. “5 Reasons Borders Went Out of Business (and What Will Take Its Place)” en *Time*, 19 de julio de 2011. Consultado en business.time.com/2011/07/19/5-reasons-borders-went-out-of-business-and-what-will-take-its-place.

⁷ *Ibid.*

Éste es un tema que se ha comenzado a discutir, sobre todo en Europa. Estas nuevas plataformas tecnológicas están modificando significativamente la cadena de comercialización de los libros y, sobre todo, muestran la llegada de nuevos actores que no sólo cobran relevancia en el nuevo mercado editorial, sino que comienzan a dominarlo y a cambiarlo.

¿Cuáles son las implicaciones de estos cambios para los lectores? Son numerosas y, por ser un mercado que apenas se está consolidando, el panorama es dinámico y poco definido en muchos aspectos. Al escribir esta sección, Amazon lanzó un servicio de suscripción para acceder a miles de libros electrónicos similar al que otros grupos como oysterbooks.com y entitlebooks.com, lo que constituye otra innovación más en el mercado del libro electrónico, que tal vez cambie una vez más la relación de lectores y libros. Pero veamos con detalle.

La experiencia del consumidor

Una de las primeras consecuencias para los lectores en esta revolución es que cuentan actualmente con una oferta de títulos mucho más amplia, tanto en libros impresos como en libros electrónicos, que la que se hubiera podido imaginar hace unos años. La mayoría de las tiendas en línea de libros impresos permite la entrega a destinos internacionales, con lo cual un lector, por ejemplo, en México puede fácilmente pedir libros en una librería virtual en España y éstos serán entregados por paquetería a su casa. Como es el caso con la compra de otros objetos físicos en internet, la entrega debe de pasar por aduana y en su caso deben de pagarse los impuestos correspondientes. El caso de la compra de libros electrónicos sin embargo es muy diferente, ya que hablamos de un archivo que se transmite por la red mundial y que puede estar albergado en numerosos lugares y al que podemos acceder a través de numerosos dispositivos. Esto ha facilitado enormemente la venta de los libros a nivel mundial, aunque no está exento de problemas por la cuestión de los derechos de autor y el mantenimiento del modelo de negocios tradicional de las editoriales. En ocasiones es posible encontrar que un libro electrónico que uno desea no está a la venta en el país en donde uno se encuentra. Así, por ejemplo, si un usuario adquiere una Kindle en Estados Unidos puede comprar en la tienda general de Amazon pero, si viaja a otro país, es posible que no pueda adquirir y descargar ciertos libros electrónicos del mismo sitio. Esto depende de los permisos que se han negociado con las editoriales. Lo mismo ocurre en las tiendas virtuales de libros en español, porque a veces las editoriales mantienen separadas geográficamente sus áreas de negocio. Así que, aunque se hable de un mercado global de libros electrónicos —y en cierta medida exista para los grandes actores: Amazon, Apple, Google, con capacidad de negociación global—, para el lector sí existen ciertas limitantes por lo que toca a la distribución.

El formato del libro electrónico que adquirimos tiene importantes implicaciones en cómo y a través de qué dispositivos podemos acceder al libro. A través de algunos ejemplos podemos describir el panorama actual para un comprador de libros electrónicos.

Amazon es actualmente la empresa líder en la venta de libros electrónicos y su dispositivo de lectura Kindle. Un lector que compra libros a través de Amazon tendrá sus libros en el formato propietario de Amazon (*.azw). Éstos sólo se pueden leer utilizando el dispositivo Kindle, o sus emuladores para computadora, tabletas o smartphone, y no otro lector. Amazon construye una biblioteca para cada usuario y éste puede elegir a dónde son enviados los libros (por ejemplo, a su Kindle o a su celular) y adicionalmente guarda una copia en la nube. Si un usuario compra un nuevo dispositivo, su biblioteca puede migrar a él. Si un lector quiere usar su Kindle para leer libros electrónicos que vienen en otro formato, el sistema es poco flexible. Actualmente en el Kindle se pueden leer libros en PDF aunque esto no fue posible con su primera versión. También se puede leer libros electrónicos en ePub, pero se requiere de pasos adicionales por parte del usuario, ya sea convirtiendo el archivo al formato del Kindle o instalando un lector de ebooks diferente. En este sentido, Amazon ha apostado por un sistema propietario ligado a un dispositivo para acaparar el mercado, lo que lo ha inmiscuido en numerosas disputas por sus supuestas prácticas abusivas de negociación con las editoriales.⁸ Al escribir estas páginas, la tienda en línea enfrenta una disputa con las editoriales más importantes de Estados Unidos, entre otras Hachette, para establecer el precio de los libros, pero que en realidad afectará no sólo el precio sino, muy probablemente, el futuro de la comercialización del libro en el mundo.

El resto de las empresas ha procurado ofrecer sus libros en formato ePub para que puedan ser leídos a través de diversos dispositivos, como el Nook o el Enos, o a través de apps hechas para ello en los distintos sistemas operativos de las tabletas. Esto permite al lector manejar con mayor facilidad una biblioteca y la posibilidad de adquirir libros de diferentes vendedores. Los lectores pueden utilizar el sistema del mismo vendedor, por ejemplo MyNook, para administrar sus libros o utilizar otro software independiente para administrar la biblioteca personal. Así existen programas tales como Calibre, que permite la administración de libros electrónicos y auxilia al lector en las tareas de conversión de formatos o la sincronización entre distintos dispositivos, entre otras características.

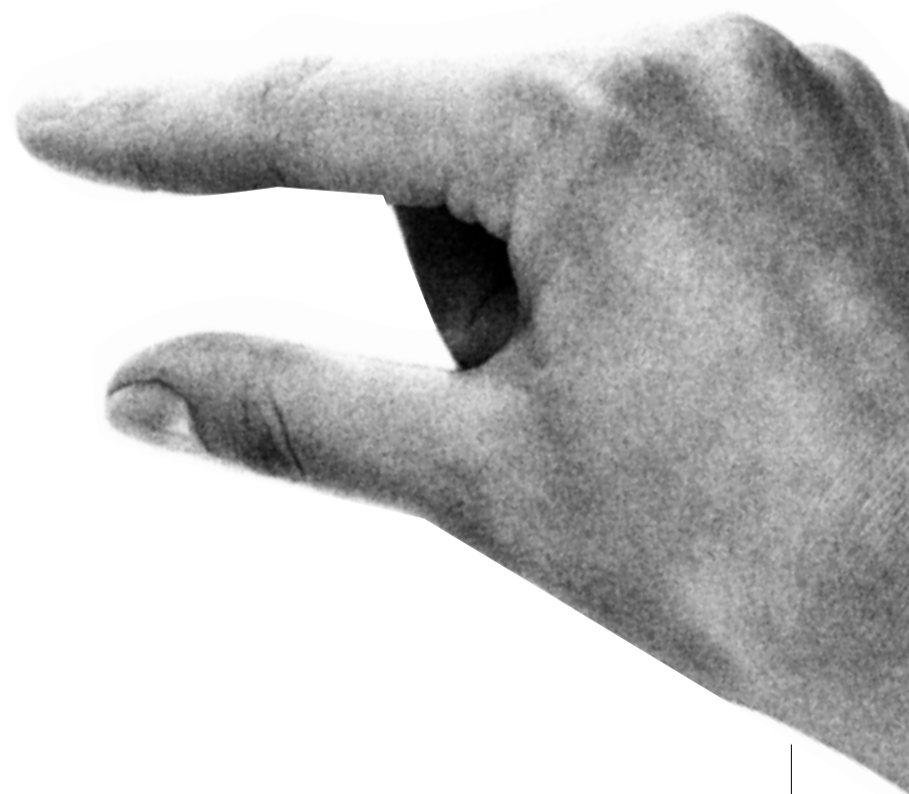
Apple ofrece iBooks, que funciona para sus sistemas operativos y dispositivos tales como el iPad y iPhone. iBooks permite la compra de una amplia gama de títulos y también funciona como administrador de libros electrónicos. Este tipo de programas auxilian al lector que busca adquirir y manejar libros electrónicos desde diversas fuentes. Aunque relativamente fácil, esta solución requiere de mayor destreza por parte del lector a diferencia, por ejemplo, de Amazon, que ofrece una solución restrictiva pero sencilla para el usuario novato. Sin embargo, hay que tomar en consideración que para los libros comprados pueden existir otros factores, principalmente el DRM, que impiden que un libro electrónico sea manejado por un software independientemente, sin importar que esté en formato ePub o no. Ése es el caso de libros electrónicos que se compran en la tienda de iBooks, ya que dependiendo de los permisos puede ser que no podamos transfe-

rirlos a otros sistemas para su lectura. Lo mismo ocurre con Adobe Digital Editions. Por lo tanto, si uno quiere leer un libro en *.ade es necesario bajar el software e instalarlo en su computadora. Sin embargo, por el momento no existe *.ade para el sistema iOS y, por lo tanto, para leer uno de estos libros es necesario hacer más cosas.⁹

Como se puede apreciar, el panorama para la compra, lectura y administración de libros electrónicos continúa siendo muy confuso. Esta situación ha llevado a que los usuarios tengan realmente dos opciones para su biblioteca electrónica. Una es escoger una plataforma, por ejemplo Amazon, y solamente comprar libros en esa tienda y de esta forma manejar todo dentro de un mismo sistema. La otra opción es tener los libros repartidos en distintas plataformas y acceder a ellas dependiendo de las opciones que ofrecen. Así, un usuario tendrá unos libros en Amazon, otros en Calibre, otros en iBooks, etcétera. Por supuesto que tales opciones son por el momento poco satisfactorias y se espera que esto se establezca en los siguientes años a favor de los lectores del mundo y no de las compañías que buscan acaparar el mercado y dificultan la compra de libros en múltiples plataformas.

Para las bibliotecas, que tradicionalmente han sido depositarias de los libros y se han encargado de ofrecer el préstamo así como la conservación de los mismos, el panorama de los libros electrónicos en esta diversidad de plataformas es aún más complicado. Las bibliotecas en general han visto la oferta de contenidos digitales como una buena oportunidad para incrementar la diversidad de opciones disponibles para sus usuarios, que pueden acceder a esos materiales de forma remota y sin horarios. El mercado actual del libro electrónico, con su variedad de formatos y dispositivos de lectura y las numerosas restricciones impuestas por las editoriales para abatir la piratería, desafortunadamente tienen un impacto negativo en las bibliotecas y la posibilidad de que continúen ofreciendo el servicio que han hecho durante mucho tiempo para el bien de la sociedad: principalmente permitir a los usuarios el acceso a los libros. Los libros electrónicos implican una serie de retos técnicos, legales y estratégicos que principalmente han producido confusión y frustración entre bibliotecarios, usuarios y editoriales.¹⁰

Antes se comentó acerca de los libros electrónicos que se desarrollan como apps. Estos libros electrónicos son innovadores en su presentación y generalmente incluyen multimedia. De forma similar a los libros electrónicos en Amazon, las apps son desarrolladas para algún sistema operativo en particular. Aunque innovadores e interesantes, estos libros electrónicos presentan importantes retos en cuanto a su preservación a largo plazo. Las apps son mucho más dependientes de algún software y hardware en particular, a diferencia de los formatos abiertos tales como el ePub, y es bastante probable que aquéllos no puedan ser leídos en cinco o diez años. Esto abre importantes interrogantes sobre el libro electrónico como portador y memoria del conocimiento humano y sobre cómo puede aprovecharse esta nueva tecnología sin sacrificar la perdurabilidad.◀



Isabel Galina es investigadora del Instituto de Investigaciones Bibliográficas. Ernesto Priani es profesor de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM.

8 Alison Flood. "Amazon.com withdraws thousands of ebooks in pricing row with publishers" en *The Guardian*, 23 de febrero de 2012. Consultado en: www.theguardian.com/books/2012/feb/23/amazon-ebooks-pricing-row-publishers.

9 Brian Croxall. "Reading Adobe Digital Editions on your iOS Device", en *The Chronicle of Higher Education*, 12 de abril de 2011. Consultado en chronicle.com/blogs/profhacker/reading-adobe-digital-editions-on-your-ios-device/32664.

10 IFLA, *op. cit.*