

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| <i>Mis tag clouds</i> , José Antonio Millán | 13 |
| Introducción | 15 |
| 1. Entre la tradición y la innovación: fundamentos y políticas editoriales | 21 |
| 1.1. La edición en el marco de las industrias culturales | 21 |
| 1.2. Un mercado de bienes singulares. | 22 |
| 1.3. Los espacios autónomos de la creación y la autoría | 25 |
| 1.4. Función editorial como articuladora del proceso de creación, producción y recepción | 33 |
| 1.5. La polémica tecnológica | 39 |
| 2. Dos décadas de cambios hacia un nuevo modelo editorial | 45 |
| 2.1. El impacto de la digitalización en la edición | 45 |
| 2.1.1. Sistemas operativos. | 53 |
| 2.1.2. La gestión y la manipulación de contenidos | 54 |
| 2.1.3. El <i>marketing</i> y la distribución. | 55 |
| 2.1.4. El suministro de contenidos | 57 |
| 2.2. El nuevo orden del libro: reordenación del campo editorial | 63 |
| 2.3. Los factores de cambio en la edición electrónica de libros. | 73 |
| 2.3.1. Hardware | 74 |
| 2.3.2. Formatos | 75 |
| 2.3.3. Protección de derechos y piratería | 76 |
| 2.3.4. Mercado. | 90 |
| 2.3.5. Formas de comercialización | 91 |
| 2.3.6. Diseño, ergonomía, referencialidad. | 97 |

| | |
|---|------------|
| 2.3.7. Control bibliográfico, visibilidad y metadatos | 100 |
| 2.3.8. Naturaleza del proceso de lectura | 104 |
| 3. Los libros y los dispositivos de lectura electrónica | 107 |
| 3.1. Pinceladas de la historia de los <i>e-books</i> | 107 |
| 3.1.1. El Proyecto Gutenberg | 107 |
| 3.1.2. Editoriales y periódicos en la Red. | 109 |
| 3.1.3. Las primeras librerías | 110 |
| 3.1.4. Internet y los libros electrónicos | 111 |
| 3.2. Los dispositivos de lectura | 112 |
| 3.2.1. Dispositivos de solo lectura | 113 |
| 3.2.2. PDA, <i>tablets</i> , <i>netbooks</i> y otros dispositivos de lectura | 115 |
| 3.3. Características físicas de los dispositivos de lectura electrónica. | 120 |
| 3.3.1. Las pantallas | 120 |
| 3.3.2. El papel y la tinta electrónica | 123 |
| 3.3.3. Formatos y conversores de formatos. | 126 |
| 3.4. DRM: los sistemas de protección de los derechos de autor del libro electrónico . . | 130 |
| 3.4.1. Los derechos de autor. | 132 |
| 3.4.2. El DRM | 135 |
| 3.5. La evaluación de los dispositivos de lectura electrónica | 139 |
| 3.5.1. Empresa que lo comercializa. | 140 |
| 3.5.2. Fecha de aparición | 140 |
| 3.5.3. Tamaño y peso | 140 |
| 3.5.4. Tipo de pantalla | 141 |
| 3.5.5. Acceso a la información | 141 |
| 3.5.6. Formatos de lectura | 142 |
| 3.5.7. Capacidad de almacenamiento | 142 |
| 3.5.8. Conectividad | 143 |
| 3.5.9. Batería | 143 |
| 3.5.10. Sistema operativo. | 144 |
| 3.5.11. Utilidades y <i>gadgets</i> | 144 |
| 3.5.12. <i>Slot</i> | 147 |
| 3.5.13. Diseño | 147 |
| 3.6. Análisis de los dispositivos de lectura | 147 |
| 3.6.1. Los <i>e-cunables</i> : el SoftBook y el Rocket eBook. | 147 |
| 3.6.2. Los lectores de Amazon: los Kindle | 149 |

| | |
|--|------------|
| 3.6.3. Los dispositivos de Luarna | 150 |
| 3.6.4. Los dispositivos de Booken: los Cybook | 151 |
| 3.6.5. Los dispositivos de Barnes and Noble. | 152 |
| 3.6.6. Papyre 6.1: el <i>e-reader</i> español | 153 |
| 3.6.7. Las tabletas | 153 |
| 3.6.8. ¿ <i>e-readers</i> o tabletas? | 157 |
| 4. El mercado del libro electrónico | 159 |
| 4.1. Introducción | 159 |
| 4.2. El libro electrónico y los dispositivos de lectura en el contexto internacional . . | 162 |
| 4.2.1. Alemania | 164 |
| 4.2.2. Canadá. | 165 |
| 4.2.3. Estados Unidos. | 166 |
| 4.2.4. Francia | 186 |
| 4.2.5. Japón | 187 |
| 4.2.6. España | 189 |
| 4.3. El precio de los libros electrónicos | 199 |
| 4.3.1. Otros autores del libro y derechos embebidos. | 203 |
| 4.4. La recepción | 205 |
| 4.5. Nuevas prácticas de lectura, nuevos lectores. | 223 |
| 5. Libros electrónicos en la biblioteca | 233 |
| 5.1. Introducción | 233 |
| 5.2. Modelos de adquisición de libros electrónicos | 235 |
| 5.2.1. Modelo de suscripción de revistas electrónicas | 236 |
| 5.2.2. Modelos de adquisición de <i>e-books</i> | 238 |
| 5.2.3. Prácticas de adquisición | 240 |
| 5.3. Gestión de la colección de libros electrónicos | 242 |
| 5.4. Los libros electrónicos y el préstamo. | 245 |
| 5.5. Colecciones propias | 247 |
| 5.6. Localizadores | 247 |
| 6. Los libros electrónicos en la Web 2.0 | 249 |
| 6.1. Introducción | 249 |
| 6.2. Blogs. | 250 |
| 6.3. Conversores y editores de formatos | 252 |

| | |
|---|------------|
| 6.4. Bibliotecas digitales | 254 |
| 6.5. Lectores | 259 |
| 6.5.1. Webs comerciales | 259 |
| 6.5.2. Foros | 259 |
| 6.5.3. Localizadores | 259 |
| 6.6. Noticias y artículos científicos | 260 |
| 6.7. Plataformas digitales | 261 |
| 6.8. Redes sociales | 264 |
| 6.9. Software | 265 |
| 6.10. Universos Netvibes | 266 |
| 6.11. Wikis | 266 |
| | |
| Epílogo | 269 |
| | |
| Bibliografía | 271 |

INTRODUCCIÓN

La edición constituye uno de los elementos esenciales de la industria de la comunicación. Todavía reviste en muchos casos un carácter casi artesanal, en el que la oferta radica en pequeños editores independientes que basan su trabajo en la vocación y su amor al libro, con expectativas de rentabilidad y crecimiento muy débiles. La aparición de Internet y el desarrollo de la edición electrónica, primero en el terreno de las revistas científicas y después en el sector del libro, han transformado las aguas tranquilas del mundo editorial en un torrente en el que todos los actores están recomponiendo su posición buscando la ocupación de nichos seguros y dominantes. Concentración e internacionalización son dos movimientos recurrentes en el mundo editorial que se agudizan en la actualidad al hilo de las reconfiguraciones a las que está obligando la irrupción de los formatos digitales. La cadena tradicional del libro, igualmente, se ve alterada por la aparición de actores externos que libran también la batalla por el control del mercado, en el que la competencia tecnológica y la profesional empiezan a ir de la mano.

Estos cambios de posicionamiento, que en el ámbito analógico son perceptibles en las continuas compras y absorciones que tienen lugar en el seno de los grandes grupos, en las desapariciones de pequeñas editoriales independientes y en la amenazante falta de pluralidad que esto puede acarrear, en el ámbito digital alcanzan la categoría de ordinarios. La bibliodiversidad es un concepto que se ve amenazado por los movimientos empresariales y de capital, que afectan indirectamente a las condiciones de la recepción y las elecciones potenciales del lector.

La edición de libros figura entre los raros sectores de la industria de la comunicación que disfrutan de una relativa permeabilidad. Una idea, un autor, un concepto, una colección, una voluntad feroz de imponer y de defender sus productos editoriales pueden todavía engendrar éxitos capaces de estimular las ambiciones de los nuevos entrantes. Pero solo las grandes firmas tienen la capacidad financiera suficiente para absorber el sobre coste de una multiplicación de los lanzamientos y un aumento de las tasas de fracaso. A estos costes más elevados, se pueden asociar unas devoluciones

sobre las inversiones más significativas incluso por cuanto aparecen tardíamente: una paciencia y, por lo tanto, una política de desarrollo prohibida a las pequeñas editoriales, cuyo equilibrio y supervivencia se juegan sobre un número reducido de títulos y que tendrán graves dificultades para ganarse un lugar en las estanterías de una librería frente a la producción de los grandes grupos. No es raro que la distribución y la difusión acaparen cerca de un 50 % del coste final.

El objetivo de la estrategia de toda empresa es protegerse de la concurrencia y hacer prevalecer sus ventajas, como la capacidad de controlar el acceso a una red de distribución, aplicar economías de escala allí donde puedan aparecer y extraer ventajas de sus inversiones corporativas, principalmente en cuanto a la imagen de marca. Desde este momento, la entrada en el sector se plantea en términos diferentes, sobre todo si la evolución global de la industria de la comunicación conduce a una presencia más acentuada de grupos multimedia: aquellos que integran la edición en una lógica de valorización que sobrepasa el escrito para tocar el audiovisual y la edición electrónica y son capaces, desde ese momento, de elevar barreras financieras reforzadas a la entrada.

Con la llegada del libro electrónico, la situación, aunque mantiene sus constantes estructurales, ha cambiado considerablemente. Pero ¿qué es un libro electrónico? Existen múltiples definiciones. Puede considerarse una versión digitalizada de un libro para visionarlo sobre un dispositivo electrónico determinado. Igualmente, se puede aplicar el concepto a cualquier obra legible en pantalla, lo mismo que al dispositivo lector. Otras definiciones se centran en cualquier forma de fichero en formato digital y, como tal, puede descargarse en dispositivos electrónicos para su posterior visualización. En definitiva, se trata de un archivo digital que precisa de un elemento adicional para su visionado, el dispositivo lector, que debe contener un software adecuado para la lectura del documento. La Real Academia Española ya ha incorporado el término a la versión digital de su diccionario en el verano del 2010, y aparecerá en la versión impresa que se publicará en el 2013. Contempla dos acepciones: dispositivo electrónico que permite almacenar, reproducir y leer libros, y libro en formato adecuado para leerse en ese dispositivo. Figurará bajo la palabra *libro*, como una más de las formas complejas asociadas a esta entrada.

El objetivo de esta obra es el análisis de los libros electrónicos desde la investigación empírica, el estudio de campo y la observación de los cambios que se están produciendo en los distintos eslabones de la escena editorial y cultural, por una parte, y en la sociedad, por otra. Estos últimos tiempos han sido pródigos en la publicación de noticias y artículos de opinión sobre la irrupción de los libros electrónicos y los dispositivos de lectura en el mercado editorial. La impresión que deja su lectura es que la mayoría de sus autores hablan de «oídas», que se sitúan en tópicos académicos fruto de la extrapolación de lugares comunes consolidados tras muchas reitera-

ciones. Se habla de banalización de la cultura, de aligeramiento del aparato conceptual y de redimensionamiento sintáctico y morfológico a raíz de la introducción de una lógica menos inductiva, además de fragmentaria, de pérdidas categoriales y jerárquicas. Da la sensación de que la cultura del papel estaba instalada en el canon y que los cientos de miles de libros absolutamente prescindibles, en primer lugar para aquellos que demonizan la cultura electrónica, no hubieran existido nunca, que los millones de ejemplares almacenados en los centros logísticos de las distribuidoras fueran tesoros enterrados a la espera de un descubridor y, en definitiva, que la calidad dependiera del soporte y no del contenido. El concepto de empobrecimiento lector que se maneja en el desplazamiento tecnológico parte de una dimensión cultista de la lectura para la cual la única forma de esta es la lectura de libros, sin tener en cuenta, como demuestran las etnografías lectoras que se desarrollan en muchos países, que su versatilidad y su variedad son grandes. Se aducen estadísticas centradas en el mundo del libro, según las cuales la mitad de la población no lee, sin tomar en consideración soportes y medios diferentes a él. Si cambiamos las variables, los datos son contundentes: la población no lectora no sobrepasa el 10 %. ¿Por qué razón es más formativa la lectura de un libro que la de una revista, un blog o una página web? Y, admitiendo esa premisa, ¿es lo mismo leer un libro de jardinería que a Faulkner? Lo importante no es lo que se lee, sino cómo se lee, y esto es válido para el papel y el formato digital. Las jeremiadas con respecto a este están fundamentadas en prejuicios carentes de sustentación empírica.

La tecnofobia camuflada de argumento cultural ha demostrado históricamente su corto recorrido, precisamente porque la cultura se alimenta de la tradición, pero también, y muy poderosamente, de la renovación. La aparición de todo nuevo soporte de comunicación ha representado siempre una redistribución de roles con respecto a los preexistentes, pero casi siempre desde la óptica de la coexistencia, y no de la exclusión. Y, con el libro electrónico, ocurrirá algo parecido. Ahora estamos en la época de los incunables digitales, desconocemos cuál será la forma definitiva que adoptarán los textos y cuáles serán los estándares de lectura que acabarán imponiéndose. Por ello, es importante su estudio y su observación en estos momentos.

Los libros electrónicos se están introduciendo con relativa naturalidad en la población, sobre todo entre la más joven. Una de las razones para ello es la familiaridad que gran parte de esta tenía ya con los contenidos electrónicos, principalmente las obras de referencia, enciclopedias, diccionarios y bases de datos, y las revistas científicas, de tal manera que, en su práctica académica, estaba implícita la migración entre soportes sin solución de continuidad. Los libros electrónicos ya existían desde hace años en las universidades españolas. Lo que ocurre es que se trataba de colecciones suscritas para consulta en pantalla de ordenador, con contenidos escasamente actualizados y restricciones de uso considerables, lo que dificultaba su acceso.

El cambio que se produce ahora es la posibilidad de descargar los contenidos en dispositivos de lectura portátiles, con unas prestaciones de ergonomía y legibilidad muy superiores a las tradicionales pantallas de ordenador. Aunque tímidamente, ya son bastantes las bibliotecas que han iniciado este camino. Evidentemente, esto resitúa no solo el espacio del libro, sino todas las categorías conceptuales asociadas a él. La pérdida de la referencialidad y los elementos contextuales fruto de la estructura bibliográfica tradicional, desde los paratextos hasta los índices y los contenidos textuales, determinará un cambio de concepto, no solo entre los usuarios, sino también entre los profesionales.

Como ha ocurrido con otros dispositivos, como los móviles, los desarrollos tecnológicos están introduciendo una aceleración exponencial que se traduce en una mejora permanente del propio dispositivo y de las infraestructuras y el ecosistema informático en que se inscribe. Con los libros electrónicos ocurre lo mismo. Desde los primeros prototipos con pantallas retroiluminadas, se ha pasado a la tinta digital, con niveles de grises que garantizan una elevada legibilidad y una lectura cómoda y prolongada, al imitar a la perfección el efecto papel tradicional. Recientemente, han aparecido dispositivos en color como el Nook de Barnes and Noble, o *tablets* como el iPad de Apple (ya en su segunda versión, presentada en marzo del 2011) con conexiones 3G o Wi-Fi que facilitan la descarga de contenidos. Además, muchos de estos lectores están asociados a colecciones bibliográficas de cientos de miles de títulos, como los arriba mencionados, vinculados respectivamente a Barnes and Noble y a iBookstore, o el Kindle a Amazon. Su uso no requiere de competencias informáticas especiales ni de habilidades complejas, al menos no más que cualquier móvil, por lo que no están diseñados para un empleo de carácter especializado. Eso no quiere decir que no hayan de mejorar considerablemente, para adaptarse a los requerimientos de un mercado habituado a aparatos cada vez más amigables. El problema de los dispositivos de lectura no está en su manejo, fácil incluso para un niño, sino en sus precios, la oferta de contenidos existentes y los precios de estos. Los precios de los dispositivos siguen siendo elevados, y la oferta editorial relativamente pobre, sobre todo en España, donde los editores aún no han desplegado todo su arsenal logístico para la producción y la distribución de estos libros, pero su tendencia es a la baja, como demuestran los movimientos de Barnes and Noble, Sony y Amazon, que han bajado un 25 % el precio de sus dispositivos de lectura en unos meses. Por lo tanto, el problema de los precios se resolverá con el tiempo, pues la tendencia será necesariamente a la baja. El problema de los contenidos dependerá de cómo se resuelva la cuestión de los derechos y los formatos, algunos de ellos de carácter propietario e incompatible, carentes de la interoperabilidad necesaria para que el mercado sea fluido. Otra cuestión es la de los precios de los libros electrónicos, que aparentemente deberán ser más bajos que los de papel por cuanto se prescinde de las intermediaciones de distri-

bución propias de este, lo que permitiría abaratar sus costes hasta en un 50 %. La estrategia seguida hasta ahora es muy variada, desde la de Amazon, con precios limitados a unos máximos de 9,99 dólares, hasta la de Apple, en la que los editores gozarán de libertad para fijar los precios. De cualquier modo, el modelo de Amazon se ha caído por la oposición de MacMillan y otros importantes editores americanos a proseguir con una política que entendían perjudicial para ellos. Ante la amenaza de retirar sus contenidos, Amazon ha tenido que ceder. HarperCollins de Rupert Murdoch o Hachette han seguido el mismo modelo que MacMillan. La cuestión es que, si los editores pretenden fijar precios al mismo nivel que los de los libros en papel, cometerán el mismo error que ocurrió en la industria discográfica, y promoverán circuitos paralelos de distribución e intercambios de contenidos.

La edición, en el sentido tradicional del término, cambia al hilo de todas estas transformaciones. La aparición de contenidos digitales en general y del libro electrónico en particular ha generado el surgimiento de sistemas de edición multiplataforma como una de las exigencias del mercado del libro digital. Se dan experiencias de cierta relevancia. Random House compró la empresa Vocol, que ofrece tests de preparación para el examen SAT (requerido en Estados Unidos para ingresar en la universidad), clases de idiomas y juegos de estrategia, todo a través del móvil, y en febrero del 2011 incorporó 17.000 títulos al Ibook Store de Apple para ser distribuidos en el iPad. La *Enciclopedia Británica* ofrece un servicio de consulta a sus obras, tanto a la enciclopedia como a diccionarios Webster, a través del móvil en un *joint venture* con la empresa SkyZone Entertainment. Se han efectuado más de ocho millones de descargas de *e-books* para iPhone e iPod Touch. Los libros de Amazon se pueden descargar a la BlackBerry gracias a la aplicación Kindlebb y, en la actualidad, hay una oferta de más de 40.000 títulos que serán comercializados igualmente para el iPhone. Harlequin, Feedbooks, Project Gutenberg, Munseys, BookGlutton, Random House, MacMillan, etcétera, proveen contenidos para descargas directas al móvil. Japón, donde dos de cada tres habitantes posee un móvil, lidera el mercado de novelas en teléfonos. Los grandes editores japoneses, como Shinchosha Co.'s y Shincho Keitai Bunko (Shincho Mobile-Phone Collection), han comenzado a crear websites de contenido para aprovechar el potencial de las descargas de «novelas móviles». El sitio japonés Bunko Yomihodai, lanzado en el 2003, ofrece una gran cantidad de títulos y tiene decenas de miles de abonados a su servicio. Ofrecen servicios de suscripción con uso ilimitado con precios entre 0,91 y 2,73 dólares o 3,64 dólares por libro a los operadores móviles. El hito editorial para móviles fue una serie llamada *Deep Love*. La novela fue un éxito, con más de 20 millones de descargas. Posteriormente, fue publicada en papel y generó una serie de manga y una película.

En España, Telefónica y Vodafone han llegado a acuerdos con Publidisa, la Biblioteca Nacional y Todoebook para la distribución de contenidos digitales a través de

móviles. La evolución de los terminales con pantallas cada vez más grandes y una mejor resolución facilitará esta nueva forma de distribución. La importancia que pueden cobrar estos dispositivos, más versátiles en prestaciones y ubicuidad que los lectores electrónicos convencionales, plantea la duda de cuál será el prototipo que se imponga en la distribución de contenidos digitales.

La aparición del iPad en enero del 2010 y sus desarrollos a lo largo de todo este año han demostrado que un dispositivo no previsto preferentemente para la lectura puede representar un revulsivo de este mercado gracias al resto de aplicaciones que posee. Las estadísticas han ido mostrando un crecimiento imparable que ha ido canibalizando a su más directo competidor, el Kindle, y que apenas ha dejado margen en el mercado de los *tablets*, acaparando el 95 % de los mismos. Por otra parte, la definición de Google en la creación de su plataforma de venta digital, finalmente denominada Google eBooks, introduce un potente actor en el negocio de los libros electrónicos con una oferta de varios millones de títulos difícilmente alcanzable por ninguno de sus competidores, disponibles para todo tipo de dispositivos.

En el XXVI Encuentro sobre la Edición, celebrado en la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo durante los días 7 a 9 de julio del 2010, la ministra de Cultura, Ángeles González Sinde, afirmó, en la sesión de inauguración, que el libro digital «ha llegado y ha venido para quedarse». El Informe PISA del 2010 ya tuvo en cuenta el incremento de jóvenes que leen en formato digital. Por ello seleccionó una submuestra de 2.300 alumnos de 170 centros que fueron sometidos a la realización de una prueba de lectura electrónica. Las conclusiones forman parte del volumen: *Students on Line: Reading and Using Digital Information*.

El libro electrónico es ya una realidad incuestionable a la que todos los actores de la cadena de valor han de enfrentarse con imaginación y voluntad creativa. Autores, editores, librerías, bibliotecarios y lectores se encuentran ante un fenómeno que sin duda alguna enriquecerá la oferta cultural existente y dotará al ecosistema de la comunicación cultural de elementos novedosos que animarán y estimularán el entorno general de la lectura.

Parafraseando a Derrida, quizá nos encontremos ante el final de libro y el principio de la lectura.