

El e-book y la industria editorial española*

Mercedes López Suárez**

Julio Larrañaga Rubio***

Resumen

A partir de una reflexión sobre el concepto de *e-book*, la investigación realiza una revisión bibliográfica y se aproxima a las previsiones del desarrollo del sector editorial en España, mediante un estudio comparativo. Como fuente de análisis se tomaron cifras de los años 2008 y 2009 que proporcionan numerosos informes del sector sobre hábitos de lectura, mercado editorial y oferta de e-books en España. Se presenta una caracterización de los lectores de libros impresos y de e-books, y se estudia el posicionamiento de la industria del libro español ante el libro electrónico, para concluir que el e-book tendrá un elevado crecimiento en el corto plazo, aunque se cree que no sustituirá al libro físico.

Palabras clave: libro impreso, texto, e-book, editor, edición digital, editorial, lectura digital.

Cómo citar este artículo: LÓPEZ SUÁREZ, Mercedes; LARRAÑAGA RUBIO, Julio. El ebook y la industria editorial española. *Revista Interamericana de Bibliotecología*. Ene.- Jun. 2010, vol. 33, no. 1, p. 85-103

Artículo recibido: 5 de octubre de 2009. **Aprobado:** 24 de mayo de 2010

Abstract

This study reflects on the concept of the e-book. It reviews the available literature and uses a comparative approach to develop forecasts about publishing in Spain. We take our figures from industry reports for the years 2008 and 2009 which contain information on the publishing market, reading habits, and e-book availability in Spain. We present detailed descriptions of the typical readers of printed books and e-books, studied the current standing of the Spanish publishing industry with respect to the electronic book, and conclude that in the short term, the e-book will have considerable growth but that it will not replace the printed book.

* Artículo derivado de las investigaciones: *Métodos emergentes para la optimización de redes de nueva generación*, desarrollada entre 2006 y 2009 con la financiación del Ministerio de Ciencia e Innovación de España, y *La industria editorial: de los old media a los new media*, llevada a cabo entre 2005 y 2007, con la financiación de la Universidad Complutense de Madrid.

** Doctora en Filología Románica. Profesora Titular y Catedrática Acreditada, Vicedecana de Investigación, Departamento de Filología Española III de la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid – UCM. Madrid – España. mlsuarez@ccinf.ucm.es

*** Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesor Titular de Escuela Universitaria, Departamento de Análisis Económico, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid - UCM. Madrid – España. juliolr03@hotmail.com

Keywords: printed book, text, e-book, editor, digital edition, publishing, e-reading

How to cite this article: LÓPEZ SUÁREZ, Mercedes; LARRAÑAGA RUBIO, Julio. The e-book and the Spanish Publishing industry. *Revista Interamericana de Bibliotecología*. Ene.-Jun. 2010, vol. 33, no. 1, p.85-103

1. Introducción

El sector editorial en España atraviesa una difícil situación económica. Las nuevas tecnologías, que determinan un nuevo sistema de producción y distribución de contenidos culturales, pueden ayudar a paliar los problemas del sector. Para entender mejor esta situación se hace necesario abordar previamente los factores que han constituido la edición tradicional, a fin de establecer la intensidad del cambio que las nuevas tecnologías están provocando en este ámbito.

Con el fin de establecer si la edición electrónica supone nuevas posibilidades y rentabilidad económica para el mercado de la edición en España, se hace un análisis comparativo de los datos estadísticos que proporcionan los distintos informes realizados en la materia por: la consultora PricewaterhouseCoopers, la Federación de Gremios de Editores de España, la Association of American Publishers, el Centro de Documentación del Libro del Ministerio de Cultura de España, el Taller de Ideas sobre el Libro (TILO), el Observatorio sobre el Uso de las Nuevas Tecnologías en el Sector Cultural: Dosdoce.com, la red social Adiciona y la empresa Publidisa. Esta información permite una amplia visión sobre la situación actual del e-book tanto en el mercado editorial mundial como en el español.

2. Libro impreso, e-book: algunas reflexiones

Partamos de un hecho evidente: el e-book es una realidad derivada de los últimos avances de la tecnología. Desde esta perspectiva estrictamente técnico-científica, el libro electrónico es un producto innovador cuya aparición en el panorama mediático ha suscitado una gran inquietud que se ha expresado en términos de rivalidad respecto a su inmediato antecesor: el libro impreso. Ciertamente existen elementos diferenciadores entre estas dos modalidades culturales y comunicativas que determinan que la relación entre ambas se haya entendido como una ruptura o cambio radical. Estas apreciaciones, derivadas de la idea básica de oposición entre lo “viejo” (libro impreso) y lo “nuevo” (e-book), no son del todo correctas. En este sentido debe señalarse cómo lo esencial de la definición de libro electrónico no estriba tanto en su novedad, sino en una consideración más general sobre cómo

las nuevas tecnologías han provocado una reformulación fundamental del universo mediático, y dado que el libro constituye un medio, o para ser más exactos, el primer vector de comunicación cultural, participa de todos esos cambios que afectan a cualquier medio (sus técnicas, sus contenidos, sus formas de producción/distribución, así como sus modalidades de recepción y consumo). Por tanto, no se trata de concebir el e-book como un producto insólito, atribuyéndole una serie de características exclusivas o de aspectos ex –novo respecto al libro tradicional. De hecho, ya el crítico americano McLuhan (1964) afirmaba, allá por la década de los sesenta del siglo XX, cómo todo nuevo medio contiene a su antecesor. Esta idea nos lleva a pensar en un proceso de evolución de los medios como una cadena sin interrupción, integradora y diacrónica, en la que los cambios que se producen derivan, como acabamos de señalar, en la intervención de las nuevas tecnologías. Estas han potenciado, pues, las posibilidades preexistentes en el libro impreso, como la hipermedialidad, la interactividad y la hipertextualidad, que el mundo digital (inmaterial) al que pertenece el e-book ha extremado hasta desestabilizar el circuito de la comunicación cultural, y fundamentalmente el mundo de la edición. Y en esta misma línea de pensamiento recordaremos la intervención de J.D. Bolter y R. Grusin (1999), con la acuñación del término “remediation”, que remite no sólo al objetivo de la inmediatez comunicativa (perseguida ya en la tradición, base por ejemplo, del ideario del movimiento vanguardista del Futurismo) y de la hipermediación, sino a la idea de la “remodelación”, lo que determina un proceso de competición/integración entre los viejos medios y los nuevos.

Sobre estos principios teóricos intentamos una aproximación al e-book, el nuevo aporte del desarrollo tecnológico en su última fase.

El impacto del libro electrónico en nuestra sociedad, fruto de una revolucionaria tecnología, marca una ruptura sustancial con el libro impreso, si se compara con la producida a finales del siglo XVI entre este último y el libro manuscrito, cuyas diferencias formales apenas percibieron los lectores. Porque, en efecto, el libro impreso imitaba, salvo la técnica aplicada para su reproducción, al libro manuscrito. Ambos participaban de una idéntica materialidad (papel, tinta, formato, tipo de letra). Pero en el caso del libro electrónico, la inmaterialidad origina un mayor distanciamiento entre éste y su antecesor. En ello radica el principal rasgo diferencial entre el impreso y el e-book, si bien la innovación no debe entenderse en términos absolutos, pues también en el último la tinta (electrónica o e-ink), el papel (e-paper), y la accesibilidad del manejo y de la lectura constituyen las principales preocupaciones. En consecuencia, el libro electrónico arrastra la misma dificultad en su definición, aunque con mayor complejidad, de su antecesor, el libro impreso. Desde su introducción en el mercado editorial, el término e-book campea libremente por diversos sectores con diferentes acepciones que sólo recientemente los

teóricos de las distintas disciplinas (y no tanto, curiosamente, los profesionales de la biblioteconomía), intentan acotar. A nadie escapa el carácter compuesto de dicho término, aspecto que no debería asombrar si se tiene en cuenta el denominador común, esto es, el término “libro” que vincula a los tres conceptos engarzados en una cadena secuencial activada por los cambios tecnológicos a través del tiempo. Pero, ¿qué es un libro?. Tradicionalmente su representación mental es la de un objeto material conformado por un conjunto de hojas de papel cosidas y protegidas por unas tapas. Sin embargo, por lo que concierne al e-book, su representación mental tiene escasa concreción, y oscila entre la realidad de un dispositivo o soporte de visualización (desde los primeros que salieron al mercado, hasta el más sofisticado como el *Kindle* de Amazon) y el texto procesado digitalmente que en él se cobija.

En cualquier caso, la definición de ambos productos es compleja. Es más, la del e-book resulta bastante controvertida, no sólo por la tecnología necesaria en su factura, sino porque arrastra la propia complejidad de definición del libro tradicional. El término libro, de hecho, desde la Antigüedad, acogió diferentes significados, y se ha caracterizado por su valor polisémico. Roger Chartier, hace algún tiempo advertía cómo los autores no escriben libros sino textos, y con ello tocaba una problemática de base: la diferenciación entre texto y libro, en la que se sustenta la dificultad de definir el concepto de libro. Raffaele Simone (2000, p. 97), por su parte, señala cómo tradicionalmente el libro es el que hospeda físicamente un objeto completamente diferente de él: contiene un texto, es decir, un cuerpo discursivo organizado según leyes propias. Las dos entidades, añade, se suelen fundir y confundir bajo el término único de libro, si bien conviene insistir en que son distintas y que, en determinadas ocasiones, es necesario separarlas con cuidado.

Si nos vamos al pasado expurgando algunos testimonios sobre la definición de libro, se ratifica la pluralidad de significados que encierra el término por cruce de otros conceptos. En los prolegómenos del Humanismo Petrarca, por ejemplo, eliminó del primer título de su *Canzoniere* el término “liber”, corrigiéndolo por el de “rerum fragmenta”. Indicaba así cómo “liber” era sinónimo de “opus” (obra), lo que reclamaba la idea de unidad finita, concluida, mientras que su *Canzoniere*, según lo concibió, no era sino un conjunto de rimas susceptibles de ser permanentemente corregidas o incrementadas. Un macrotexto, en definitiva, abierto. Esta rectificación petrarquesca apunta hacia la noción de libro como texto perfectamente cerrado, estable. Ya en pleno Humanismo, Lorenzo Valla, en sus *Elegantiae* (edición de 1538), tras recorrer los distintos soportes o materiales en los que desde la Antigüedad Clásica se depositó el mensaje cultural escrito, señala las distintas acepciones de “liber”. En primer lugar, la distribución del texto en partes, es decir, la organización textual (“Virgilio Aenis non liber est, sed duodecim libri”), pero asimismo otras valencias como “opus”, o incluso “volumen”, es decir, la unidad

material aglutinadora del texto, en definitiva, esa idea de libro que hoy entendemos como objeto material único.

Esta noción de libro se consolidaría con el advenimiento y uso de la imprenta, en especial a partir del primer editor, Aldo Manuzio, quien desde finales del siglo X sentara las bases del sistema editorial, concibiéndolo como un circuito de comunicación con sus propias leyes y factores. Con ello, configuraría al editor como intermediario entre el autor y el público y, sobre todo, como responsable de la transmisión del mensaje cultural con fines pedagógicos, esto es, como educador de una sociedad. De ahí su idea de la imprenta como un arte divino (concedido por Dios a los hombres, según confesara en uno de los prefacios a una de sus primeras ediciones), en definitiva, una técnica propicia y destinada a multiplicar y ensanchar el espacio del mensaje cultural. Asimismo entendería la misión de editor, desde estas responsabilidades asignadas, como hiperlector en tanto es seleccionador de textos ajenos (“alienos libros”), pero también como responsable de cuidar y fijar el texto con el auxilio de especialistas en cada materia, otorgándole una estabilidad definitiva. A esta preocupación aldina por el contenido intelectual se suma su empeño por la accesibilidad de su producto o mensaje, aspecto que concierne tanto a la elección del papel, la tipografía (recordemos su empleo por primera vez de la cursiva), y la disposición tipográfica del texto, como a la facilidad del manejo en el formato en octavo, es decir los “enchiridii portatiles” que desplazan a los “libros de banco” destinados sólo a la consulta e imposibles de transportar por su excesivo tamaño. Pretendía así ampliar el público de lectores, extendiéndolo más allá de los habituales circuitos académicos. Pero, ante todo, percibía el libro como un “medium” con el cual poderse comunicar personalmente con el lector. Para tal fin se reservaría un espacio de naturaleza paratextual y de carácter dialógico: los prefacios y postfacios, además de las dedicatorias, todos ellos estructurados en forma de epístola y ajustados a normas retóricas, con el fin de persuadir al lector sobre el beneficio de la obra editada. En este espacio, Manuzio suele indicar las “normas” de uso del libro, ofrecerlo como guía de lectura, explicitar la intención de la publicación o la forma del manejo textual, etc. En definitiva, este espacio paratextual, sumado a la factura material de su producto y a su intención pedagógica, determina su concepto de edición como proyecto informativo, formativo y comunicativo.

Estos tres pilares ideológicos permanecerían hasta no hace mucho en los editores, que han entendido su profesión con una proyección formativa y todo lo que esto comporta. Sin embargo, las grandes empresas editoriales que aparecen en el escenario de la edición hacia la década de los ochenta del siglo XX (véase el caso de Mondadori, entre otros), han ido ahogando este tipo de ediciones y de editores, y de ahí el sintomático surgimiento de memorias, sin duda de tono nostálgico, de

una forma de edición que hoy las nuevas tecnologías han modificado definitivamente en un proceso muy complejo que escapa a la extensión de estas páginas.

El avance tecnológico en estos últimos tiempos ha afectado de modo muy incisivo el mundo de la edición, y especialmente el libro electrónico, como eje principal, hasta convulsionar el tradicional circuito de la comunicación editorial. Las modalidades ya existentes de hipermedialidad, interactividad e hipertextualidad, que erróneamente se esgrimen como privativas o innovadoras del libro electrónico, se han acentuado, sin duda contribuyendo a desestabilizar lo que acabamos de apuntar como circuito de la comunicación editorial y afectando a todos sus factores constitutivos. En primer lugar, el e-book subraya la ruptura o disyunción del concepto de libro tradicional como unidad objetual o supraunidad (fusión de cuerpo y alma, como definía el libro el impresor Víctor de Paredes, 1680); se explica así el incremento de la polisemia que encierra este término, aún mayor respecto a la del libro tradicional.

El papel del autor, cuya muerte fue señalada (desde otra perspectiva) por R. Barthes, y como se está vaticinando repetidamente en diferentes foros, se modifica según la posibilidad de intervención textual del lector (interactividad). Éste, en consecuencia, se convierte en autor, no sólo por su capacidad de interpretación del mensaje original, sino porque puede modificar el texto respecto a su configuración primitiva. El texto, por ello, se ofrece como una realidad abierta, y por tanto inestable, de modo que, cuando se habla del futuro del libro tradicional, ello comporta la pregunta sobre el futuro del autor y del texto. La configuración tradicional de este último esto es, su linealidad, se quiebra para fragmentarse, para presentarse en porciones de información superpuestas (hipertextualidad), y en muchos casos abre la posibilidad de enriquecerse con textos de naturaleza diferente a la alfabética, como los sonoros y los iconográficos. De ahí que se piense incluso en una “regresión” hacia la oralidad. Sin embargo, si se acepta esta suposición, ha de entenderse como neo-oralidad u oralidad mediática, en tanto se tiende a recuperar el dinamismo de la comunicación cultural a través de un texto, ahora definitivamente inestable. En consecuencia, se replantea el concepto de paternidad de la obra o mensaje intelectual, a lo que se añaden nuevas formas de disposición textual y nuevas nomenclaturas. Así, por ejemplo, la aparición en el mercado del *Kindle 2* de Amazon, uno de los últimos dispositivos de avanzada tecnología para vehicular textos, desecha el concepto de página, sustituyéndolo por una distribución textual en párrafos denominados “locations”, que evocan la primitiva organización de los primeros rótulos griegos.

El procesamiento digital de un texto comporta, por otra parte, la intervención y la incorporación de especialistas en el proceso editorial (codificación digital y programas de software de lectura). A ello se unen las empresas responsables de la ela-

boración de dispositivos cada vez más sofisticados pero que tienden a re-modelar / imitar superando el libro impreso o sus posibilidades de acceso y manejo del texto. De ello se deduce cómo el e-book es un producto híbrido donde confluyen, además de la informática o de las nuevas posibilidades textuales, los programas de lectura y la materialidad concreta de dispositivos que, en su singularidad como objetos, permiten diferentes aplicaciones o usos ajenos a la lectura cultural.

Como ya preconizaba McLuhan, todo nuevo medio comporta una serie de “amputaciones” y de extensiones” en el tejido social. En esta línea, y en lo concerniente a la nueva edición, se quiebra además el equilibrio que sostenía la edición tradicional o impresa entre proyección cultural y proyección de mercado, y se inclina la balanza hacia esta última, apostando por un tipo de edición informativa y no formativa, por lo que los contenidos tienden hacia el entretenimiento. La novela, generalmente la ya sancionada por un público amplio (best sellers), ocupa un lugar privilegiado en el nuevo sistema editorial.

La digitalización de obras y la distribución online agudizan el problema de los derechos de autor, que afecta asimismo al editor de quien se cuestiona ya su tradicional papel como “intermediario” cultural, reduciéndolo al de “infomediario” (véanse, por ejemplo, los catálogos on line). Mientras tanto, parece que los agentes literarios podrán cobrar un mayor protagonismo en la nueva edición como gestores (intermediarios) de los derechos de autor. Sin embargo, en el circuito de la comunicación editorial, hay un claro caso de “amputación”: el sector de los librerías tradicionales, que se siente amenazado y cuyo temor a la desaparición se ha percibido en distintos foros.

No obstante, la edición digital, en su “desmaterialización” (relativa), comporta no sólo “amputaciones”, sino ventajas: la reducción de costes (papel por ejemplo) y la eliminación del almacenamiento o depósito de libros, problema recurrente en la edición impresa. La llamada edición “bajo demanda” es una posibilidad favorable tanto para los lectores como para los editores. En este sentido, como auspiciaba J. Epstein (El futuro de una profesión, 2001), posiblemente los pequeños editores puedan obtener ventaja de la nueva edición.

3. Previsiones de crecimiento de la industria editorial a nivel mundial y en España

La consultora PricewaterhouseCoopers (PwC) estima en el informe “Global Entertainment and Media Outlook: 2008-2012” que el sector de Ocio y Medios de Comunicación tendrá, a nivel mundial, un crecimiento medio anual del 6,6%; en España el crecimiento será algo mayor, del 7,9%. Esta consultora afirma que la dis-

tribución digital será la principal generadora de los nuevos ingresos y, aunque sólo representó el 5% de los ingresos del sector en el 2007, se prevé que alcanzará el 11% en el 2012. En este informe también aparecen las previsiones de crecimiento de catorce industrias, entre ellas la edición de libros.

La consultora PwC estima que el mercado español de la edición de libros crecerá un 2,1% en este mismo período, tasa menor que la media mundial del mercado editorial: 2,8%, y mucho más reducida que la tasa del sector de Ocio y Medios de Comunicación en España. También considera que los libros electrónicos tendrán un elevado crecimiento en el periodo, y en el año 2012 supondrán el 5% de los ingresos de la industria editorial. No se considera que los e-books canibalicen las ventas de libros físicos que tengan un número elevado de páginas.

4. Evolución de la lectura en España

Para analizar la evolución de la lectura en España en los últimos años se emplearán los informes de “Hábitos de lectura y compra de libros en España”, elaborados por la empresa Conecta Research & Consulting para la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE). En el informe correspondiente al año 2008 se clasifica la población española según su frecuencia de lectura en los siguientes tres grupos:

- Lectores frecuentes: el 40,4 % de la población española mayor de 14 años. Son los que leen todos o casi todos los días, 25,6%, y los que tienen una frecuencia de lectura de una o dos veces por semana, 14,8%.
- Lectores ocasionales: el 14,2% de la población. Son los que leen al menos una vez al mes, 9,3%, o alguna vez al trimestre, 4,9%.
- No lectores: 45,4% de la población. Son los que casi nunca leen, 14,0%, o no leen nunca, 31,4%.

Tabla 1. Evolución de la frecuencia de lectura (% población española mayor de 14 años)
Fuente: FGEE, 2009

Frecuencia de lectura / Año	2004	2005	2006	2007	2008
Todos o casi todos los días	23,8	24,2	24,6	25,5	25,6
Una o dos veces por semana	15,8	16,9	15,0	15,5	14,8
Alguna vez al mes	10,7	11,1	12,0	10,5	9,3
Alguna vez al trimestre	4,7	4,9	3,9	5,4	4,9
Casi nunca	16,6	15,0	15,9	21,2	14,0
Nunca	28,4	27,9	28,6	21,9	31,4

Si se comparan los principales datos sobre los distintos tipos de lectores del año 2008 con los correspondientes al 2004 (**Tabla 1**) se observa que:

- Los lectores con una frecuencia de todos o casi todos los días aumentan del 23,8% en el año 2004, de la población mayor de 14 años, hasta el 25,6% en el 2008. Por otra parte, el número de las personas que leen una o dos veces por semana se reduce del 15,8% al 14,8%. Este colectivo de lectores frecuentes prácticamente no cambia, del 39,6% hasta el 40,4%.
- Los lectores que tienen una frecuencia de alguna vez al mes bajan del 10,7% en 2004 al 9,3% en el 2008. En cambio, aumenta el porcentaje de aquellos que leen alguna vez al trimestre, aunque muy poco, del 4,7% al 4,9%.
- Las personas que indican en la encuesta que no leen nunca, crecen desde el 28,4% de la población en el 2004 hasta el 31,4% en el 2008. Por el contrario, los que leen con una frecuencia de casi nunca han disminuido desde el 16,6% hasta el 14,0%. Estos cambios indican que el grupo de no lectores ha tenido una variación mínima en el periodo analizado, del 45,0% al 45,4%.

5. Principales cifras económicas del sector editorial español en el 2008

Para exponer los datos económicos más relevantes del sector editorial español se utilizará el informe “Comercio Interior del libro en España 2008”, de la FGEE. La facturación global del sector ascendió en dicho año a 3.185,50 millones de euros, con un crecimiento anual del 2,0%. En los últimos diez años la facturación ha aumentado un 31,0%, pero si se valora en euros constantes para obviar la inflación, la facturación disminuye un 1,2%.

Se editaron 72.982 títulos, un 3,5% más que en el 2007, lo que quiere decir que continúa la tendencia de incrementos en los títulos editados. Esta situación ha provocado una elevada oferta disponible, con un total de 393.012 títulos vivos en catálogo. El aumento de la oferta con respecto al año 2007 ha sido del 6,3%. En el año 2003 la oferta era de 291.966 títulos. Además, las ventas han disminuido un 4,1% con respecto al 2007. Se han vendido en el mercado interior 240,29 millones de ejemplares, el 65% de la producción; por tanto, un elevado porcentaje de los ejemplares se destinan al mercado exterior o son devueltos. En el informe no se da ninguna información sobre la tasa de devoluciones en 2008, aunque distintas fuentes estiman que ha estado entre el 32% y el 35%.

6. La oferta de e-books en España

El libro electrónico contribuiría a paliar parte de los problemas que tiene el sector editorial español, porque permite un fácil acceso a la elevada oferta de títulos disponibles, lo que incentivaría la demanda de los lectores potenciales, y elimina el problema de las devoluciones, que encarece los costes de todos los agentes económicos del sector. Además, reduce los costes de producción y de distribución. Pero los editores españoles, en líneas generales, ven los e-books más como un peligro que como una posibilidad para incrementar sus cifras y reducir costes. Por otra parte, la digitalización de los libros es un tema que suscita fuerte controversia entre todos los agentes del mundo del libro.

Los datos disponibles muestran que, a pesar de las ventajas que reportan al editor, la producción de libros electrónicos es muy reducida en nuestro mercado editorial. En el año 2007, su facturación representó el 10,5% de la facturación total de la edición en otros soportes (no hay datos disponibles sobre la facturación de 2008). En el mercado norteamericano, donde está mucho más implantado, se ha producido un incremento en las ventas de e-books. Según la Association of American Publishers (AAP) las ventas aumentaron un 68,4% (sólo se cuantifican las cifras de 13 editoriales) con respecto al 2007; en cambio, las ventas totales de la industria tuvieron una variación anual negativa, del -2,8%.

En España, durante el primer trimestre del 2009 (**Tabla 2**) ha aumentado el número de ISBN inscritos de edición electrónica, con un total de 4.015 entre enero y marzo (suponen el 18,6% de los inscritos en formato papel). En el 2008, los e-books inscritos sólo fueron 5.667.

Tabla 2. Evolución de la edición en otros soportes (ISBN inscritos)

Soportes / Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Edición electrónica	4.478	4.890	3.986	7.503	5.667	4.015
Microformas	10	25	11	0	0	0
Videolibro	169	55	8	4	2	0
Audiolibro	181	77	116	46	76	55
Diapositivas	2	0	0	0	0	0
Total Otros soportes	4.840	5.047	4.121	7.553	5.667	4.070

* ISBNs inscritos enero-marzo 2009 Fuente: Centro de Documentación del Libro, 2009

7. Análisis comparativo de las principales características de los lectores de libros impresos y de los lectores de e-books.

El análisis utiliza la información de la FGEE, “Hábitos de lectura y compra de libros en España 2008”. Las principales diferencias que hay entre ambos tipos de lectores son:

- Los libros electrónicos todavía tienen un reducido grado de implantación en España; el número de lectores de e-book, el 10,5% de la población, es la cuarta parte del número de lectores frecuentes de libros impresos, el 40,4%.
- Los libros electrónicos reducen la brecha de género. El porcentaje de sus lectores, el 10,8%, es mayor que el porcentaje de lectoras, 10,1%. En cambio, en los libros impresos estas últimas tienen un porcentaje superior, 43,2%, que los hombres, 37,5%.
- En los libros offline, a medida que aumenta la edad del individuo se produce una reducción del número de lectores; el menor porcentaje, el 20,4%, lo tienen las personas de 65 y más años. Por el contrario, en el caso de los e-books, este colectivo es el segundo, con el 11,1%, y el colectivo con menos lectores lo constituyen personas de 45 a 54 años, con el 6,5%.
- En los e-books se reducen las diferencias en cuanto al grado de formación del lector. En los libros impresos el porcentaje de lectores con formación universitaria es más de tres veces mayor que el correspondiente a los que sólo tienen una formación hasta primaria. En cambio, en el caso de los e-books, la diferencia es un poco mayor del doble.
- Los libros electrónicos también acortan las diferencias entre el número de lectores, en términos relativos, de los municipios más grandes y los más pequeños. En los libros impresos el porcentaje de lectores en los municipios de menor tamaño (menos de 10.000 habitantes) es el 59,27% del que tienen los municipios más grandes (más de 1.000.000 de habitantes), en cambio este porcentaje se eleva hasta el 90,15% en el caso de los e-books.

8. Principales posicionamientos de la industria del libro española ante los libros electrónicos

En la actualidad, los e-books están en España en una etapa de crecimiento. Un claro ejemplo de ello es el reciente lanzamiento que hizo la cadena de grandes

almacenes El Corte Inglés, de su propio lector de libros electrónicos. Inclusive Pedro de Andrés, presidente de la FGEE, afirmó que el e-book será el rey de las próximas navidades; también piensa que coexistirá durante muchos años con el libro impreso. Hizo estas afirmaciones en el curso de verano 2009 de la Universidad Complutense de Madrid, en El Escorial, “Del escritor al lector: creación y difusión de la literatura”. Pedro de Andrés considera que las principales ventajas de los libros electrónicos para el lector son: acceso inmediato, movilidad e interactividad. Y para el editor: aumentar la vida comercial del libro, cubrir necesidades específicas, enriquecer los contenidos mediante multimedia y experimentar con modelos comerciales. Pero también especifica que el e-book plantea un problema a la industria editorial nacional, ya que es necesaria una gran inversión tecnológica para un producto con una escasa demanda y baja rentabilidad. Por su parte, José María Díez Borque, director del curso y catedrático de Filología Española, indicó que el e-book plantea grandes incógnitas y que los editores se enfrentan al reto de conseguir competir a un precio reducido; además, implicará elevadas pérdidas a algunos de los agentes económicos del sector. Durante el mismo curso, Magdalena Vinent, directora del Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO), comentó que el planteamiento de la cultura gratis implica una vuelta atrás en el tiempo.

Otro hecho relevante, que confirma la etapa de relanzamiento del e-book en el mercado nacional, es el acuerdo logrado entre la agencia literaria de Carmen Balcells y la empresa Leer-e para la digitalización y venta de los libros electrónicos de los autores que representa. El proyecto se llama *Palabras Mayores* y el precio de los e-books es de 4,99 euros. En España se les presenta un problema a las editoriales que han publicado un determinado título impreso, ya que usualmente no disponen de los derechos para su publicación en formato electrónico, y por ello tienen que negociar de nuevo con el autor para conseguirlos. Por su parte, *Leer-e* es una empresa que vende lectores de libros electrónicos y, ante la reducida oferta de e-books disponibles en el mercado nacional de los autores más recientes, se ha lanzado a crear esta oferta. Esta empresa estima que tendrá 120 e-books disponibles antes de las navidades del 2009, de los autores de la agencia de Balcells, entre los que se encuentran autores muy conocidos como Camilo José Cela, Mario Vargas Llosa, Miguel Delibes, Terenci Moix, Manuel Vázquez Montalbán, Julio Cortázar, Juan Marsé, Rosa Montero, Juan Goytisolo, Gabriel García Márquez, Alfredo Bryce Echenique, Eduardo Mendoza y José Luis Sampedro, entre otros. Los precios de los e-books son muy competitivos, por ejemplo, los títulos de la obra de Camilo José Cela tienen un precio de 4,99 euros, en cambio en edición impresa de bolsillo, 8,50. Además, hay libros que son más baratos porque no se consideran una novedad digital, por ejemplo, el precio de *El proceso, de Kafka*, es de 2,16 euros.

Un tercer hecho que confirma la etapa de relanzamiento del e-book en el mercado español es la reciente creación de Libranda, una plataforma editorial de Planeta, Santillana y Random House Mondadori junto con algunos agentes literarios para negociar la compra de los derechos de los libros electrónicos. La plataforma propone comercializar sus e-books en las librerías con códigos de descarga; además, como el precio del e-book es más reducido que su versión impresa propugna por aumentar los derechos de los autores desde 10% del PVP de los impresos, hasta un porcentaje entre el 25% y el 40%. Por otra parte, afirma que se deben conceder los derechos de publicación electrónica de un título determinado a la editorial que haya publicado anteriormente el libro impreso. En otros países también se han producido movimientos parecidos en varias editoriales, por ejemplo en Francia, las editoriales Gallimard, Flammarion, y La Martinière han creado una plataforma para la distribución de e-books llamada Eden-Livres, después de que Hachette creara su plataforma digital Numilog.

El libro electrónico trae grandes cambios al sector del libro. Para exponerlos se van a mencionar las principales conclusiones del Taller de Ideas sobre el Libro – TILO (2008) denominado “El libro electrónico: ¿Cambio en los modelos de negocio?”, celebrado en Madrid el 23 de octubre de 2008. En primer lugar, el e-book supone un nuevo escenario en la cadena de comercialización en la que se deben posicionar los actuales agentes y, además, se incorporan otros nuevos a la cadena, como por ejemplo: fabricantes de dispositivos de lectura, empresas que digitalizan contenidos, operadores de comunicaciones, e incluso agencias publicitarias. Se especifica en el informe que el principal problema que presenta el e-book para los editores es que muchos de ellos no tienen bajo contrato la propiedad de los contenidos digitales de sus autores. Además, deberán incurrir en costes adicionales para digitalizar sus fondos y surgen dificultades de monetización en la comercialización de todo tipo de contenidos vía Internet en España debido al principio, muy asentado en los usuarios de la Red, de la gratuidad en el acceso a la información y a los contenidos. Los niveles de piratería existentes en la actualidad también dificultarán la comercialización de los libros.

Desde el punto de vista de la cadena de comercialización, en el informe de TILO se especifica que, según la experiencia de otros países, los distribuidores tradicionales han digitalizado los fondos del editor como un servicio añadido. También se afirma, en función de experiencias internacionales, que hay una clara preferencia entre los editores para que sus producciones digitales sean distribuidas por un distribuidor de contenidos digitales. Y en relación con las librerías, se comenta en el mismo informe que se deben posicionar tanto en relación con los dispositivos para la lectura de los libros electrónicos como en la comercialización de los libros electrónicos.

Si se compara la actitud ante el e-book de los profesionales del sector en España con la de otros países, se observa que existen claras diferencias. Para exponerlas se utilizará la información del informe “Digitalización del libro en España”, realizado por el Observatorio sobre el Uso de las Nuevas Tecnologías en el Sector Cultural: Dosdoce.com y la red social Ediciona. En él se comparan las opiniones de la industria nacional en relación con el mercado de los e-books (encuesta realizada en el LIBER 2008), con los puntos de vista ante las mismas cuestiones de profesionales del sector del libro de otros países (encuesta en la última Feria del Libro, Frankfurt 2008). Las principales divergencias se concretan en los siguientes aspectos:

- Grado de implantación del e-book en 10 años: el 40% de los encuestados en la Feria de Frankfurt consideran que la cifra de negocio de los e-books será superior a la correspondiente a los libros impresos. En cambio, para el 48% de los encuestados en el LIBER los libros impresos continuarán siendo la principal fuente de ingresos en el año 2020 y sólo para el 16% los e-book serán la primera.
- Acuerdos con otras industrias para incrementar los ingresos del sector: el 22% de los encuestados en la Feria de Frankfurt considera muy importante llegar a acuerdos con la industria del cine, 18% con la industria discográfica y 13% con la industria del videojuego. Esta posibilidad no es relevante para la gran mayoría de los profesionales españoles.
- Por otra parte, para el 44% de los encuestados españoles el principal beneficiario de la digitalización de los libros es el lector, y para el 38%, empresas como Google y Amazon. Y los principales perjudicados según el 49% de los encuestados son las librerías y para el 30% los distribuidores.

En encuestas más recientes se observa que en los agentes del sector español hay ahora una visión más optimista con respecto al futuro inmediato del e-book; por ejemplo, según las conclusiones de los expertos del eforo Publidisa 2009, “e-book & Edición digital: Hacia una nueva cadena de valor del contenido”, en el año 2010 el mercado del e-book supondrá el 5% del volumen de negocio de la industria y llegará hasta el 10% en el 2013. La cifra de negocios prevista para el año 2015 suscita cierta controversia: la mitad de los expertos afirma que supondrá el 50% y las opiniones de la otra mitad se reparten entre el 70% y otros más pesimistas la reducen al 30%.

Las principales barreras que le dificultan a la industria editorial española adoptar el modelo de negocio de los e-books, según las conclusiones de los expertos del eForo Publidisa 2009, son, en orden de mayor a menor importancia: el papel de los distribuidores y las librerías, la existencia de un número suficiente de dispo-

sitivos lectores de libros electrónicos, los hábitos de lectura de los consumidores, el proceso de digitalización de los fondos editoriales y la gestión de los derechos digitales. Por otra parte, todos los expertos coinciden en afirmar que es necesario que el editor evolucione y llegue a ser un facilitador y habilitador del contenido.

Esta situación ha tenido repercusiones directas en el mundo del e-book hispanoamericano. En Latinoamérica, el e-book llega al mercado con retraso respecto a Europa, y con un ritmo de difusión diferente en los diversos países. Su penetración, lenta, se está produciendo desde la segunda mitad de 2009. Las causas estriban mayormente en el alto precio de los dispositivos de lectura, o en la desconfianza de los editores en las posibilidades de que el e-book sea un buen negocio a corto plazo. A ello se suma el bajo índice de lectura que acusan, en términos generales, estos países, unido al temor de los editores por las copias piratas, como afirmaba para Argentina la presidenta de la Unión Internacional de Editores, Ana Cabanellas. Generalmente, el acceso al libro electrónico se logra a través de las descargas por Internet para una lectura parcial como la que ofrece Google desde su digitalización de libros impresos. Respecto a los contenidos, el sector del entretenimiento es de escasa relevancia. La literatura (como contenido de ficción), que tradicionalmente ha constituido el nicho más atractivo para los usuarios o lectores de los medios de comunicación de masas, tiene de momento escaso futuro. Sin embargo, el e-book en Latinoamérica está penetrando a través del mundo universitario, y sobre todo a través de una apuesta por el libro español. Esto se explica por la política editorial española, que viene estableciendo una serie de acuerdos por parte de grandes grupos editoriales españoles, como Santillana, Planeta y Mondadori, para su distribución y venta por medio de los canales que éstos utilizan, como librerías online y la colaboración de agentes literarios que manejan los derechos de autor. De modo especial cabe señalar la actividad de la compañía española Publidisa, con su presencia en países latinoamericanos como México y Argentina. En su proyecto expansivo ha participado de manera relevante Colombia, país pionero en lo concerniente a la difusión del libro electrónico, y hay que mencionar la apuesta en este sentido de *lalibreriadelau.com*, creada hace unos cinco años. El 27 de febrero de 2009 se presentó en Bogotá el e-book de la mano de Publidisa, dentro del proyecto activado por dicha empresa, al que se ha vinculado la Universidad del Rosario con su propia editorial (Editorial de la Universidad del Rosario), aportando una serie de propuestas innovadoras entre ellas la configuración del sistema “print on demand” y contribuyendo desde la gestión de contenidos, a la promoción de obras editadas por docentes e investigadores de dicha universidad. No por nada esta editorial es la presidenta de la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia – ASEUC. Se trata, pues, de un aprovechamiento de las nuevas tecnologías para el fortalecimiento de la edición universitaria. A sus contenidos se accede a través de los ordenadores y de los dispositivos de lectura o dispositivos móviles, y su di-

fusión/adquisición se realiza desde la librería (electrónica) de la U y de su página web. Para el citado proyecto de Publidisa, al que están también vinculadas otras librerías electrónicas como Gandhi en México o la propia de El Corte Inglés o La Casa del Libro, han colaborado también las ferias internacionales del libro, como la de Bogotá, la de Guadalajara en México o la Expoliber de Barcelona.

Todo ello, sin duda, contribuirá a incentivar la expansión del mercado del e-book en Latinoamérica: en Chile, por ejemplo, Google planea estrenar tienda de e-books en 2010, mientras en Argentina, Amazon anuncia la distribución de su e-reader (*Kindle*) a cien países, entre ellos Chile y Argentina, mientras en Venezuela, el e-book, que ha penetrado también en 2009, lo hace asociado a este dispositivo.

9. Conclusiones

- Se estima que en el período comprendido entre los años 2008 y 2012 la distribución digital será el principal generador de los nuevos ingresos en el sector de Ocio y Medios de Comunicación. En relación con los e-books, se prevé un elevado crecimiento en el período, y en el año 2012 supondrán el 5% de los ingresos de la industria editorial. Por otra parte, no se considera que los e-books canibalicen las ventas de los libros físicos, por lo menos de los que tienen un número elevado de páginas.
- En los últimos cinco años ha permanecido prácticamente estable en España el número de lectores frecuentes, que ha pasado del 39,6% de la población mayor de 14 años en el 2004 hasta el 40,4% en el 2008. Por su parte, el grupo de no lectores también ha tenido una variación mínima en este periodo, del 45,0% al 45,4%.
- En los últimos diez años, la facturación del sector editorial español ha aumentado un 31,0% si se expresa en euros corrientes, pero si se valora en euros constantes para obviar la inflación, la facturación disminuye un 1,2%. En el año 2008, la oferta de títulos vivos en catálogo ha llegado hasta los 393.012 títulos. En el mercado interior se ha vendido el 65% de la producción editorial del año 2008, con una caída anual del volumen de ventas del 4,1% con respecto al 2007, y se estima una tasa de devoluciones en 2008 de entre el 32% y el 35%.
- El e-book contribuiría a paliar parte de los problemas que tiene el sector editorial español, ya que permite un fácil acceso a la elevada oferta de títulos disponibles, lo que incentivaría la demanda de los lectores potenciales y elimina el problema de las devoluciones, que encarece los costes de todos los

agentes económicos del sector. Además, los libros electrónicos reducen los costes de producción y tienen unos costes de distribución mucho menores. Pero, en líneas generales, los editores españoles ven los e-books más como un peligro que como una posibilidad para incrementar su cifra de negocio y reducir costes.

- En la actualidad se está produciendo un cambio en los editores españoles con respecto a los libros electrónicos, y en el primer trimestre del 2009 el número de ISBN inscritos de edición electrónica ha llegado hasta los 4.015 cuando en el 2008, sólo fueron 5.667.
- Los libros electrónicos tiene en la actualidad en España un reducido grado de implantación, ya que el número de lectores de e-book, el 10,5% de la población mayor de 14 años, es la cuarta parte del número de lectores frecuentes de libros impresos, el 40,4% de dicha población. Por otra parte, los libros electrónicos reducen la brecha de género que existe en los libros impresos, también disminuyen la brecha existente en los offline en relación con el grado de formación del lector y acortan las diferencias entre el número de lectores, en términos relativos, de los municipios más grandes y los más pequeños, facilitando un mayor acceso a los libros a los lectores que habitan en los municipio de menor tamaño. También permiten un mayor acercamiento a los libros de las personas que tienen 65 y más años, hasta el punto de que este colectivo es el segundo con un mayor número de lectores de e-books.
- El e-book está en una fase de expansión en España, incluso parte de la industria editorial española considera que será el rey de las próximas navidades. Distintos agentes económicos del sector están firmando acuerdos para posicionarse en el mercado de los e-books; dos buenos ejemplos de ello serían el acuerdo logrado entre la agencia literaria de Carmen Balcells con Leer-e, una empresa que vende dispositivos para la lectura de e-books, para la digitalización y venta de los libros electrónicos de los autores que representa, y la creación de Librandia, la plataforma editorial de Planeta, Santillana y Random House Mondadori junto con algunos agentes literarios, para negociar la compra de los derechos de los libros electrónicos.
- El libro electrónico trae grandes cambios al sector del libro, ya que supone un nuevo escenario en la cadena de comercialización en la que se deben posicionar los actuales agentes y además permite la incorporación de otros nuevos a la cadena, como por ejemplo los fabricantes de dispositivos de lectura, las empresas que digitalizan contenidos, los operadores de comunicaciones e incluso las agencias publicitarias.

- El 44% de los profesionales del sector editorial español responden en una encuesta que el principal beneficiario del proceso de digitalización de los libros es el lector, y en segundo lugar empresas como Google y Amazon, para el 38%. son los principales perjudicados de este proceso, según el 49% de los encuestados, las librerías, y para el 30%, los distribuidores
- Las previsiones de crecimiento del mercado del e-book en España son muy elevadas. Según los resultados de una encuesta formulada a expertos del sector, se prevé que supondrá el 5% del volumen de negocios de la industria en el año 2010 y llegará en el año 2013 hasta el 10%. El porcentaje se incrementa hasta el 50% en el año 2015, según la mitad de los expertos encuestados. También se estima que debe cambiar el papel del editor y todos los expertos indican que es necesario que evolucione para convertirse en facilitador y habilitador del contenido.

Referencias bibliográficas

- THE ASSOCIATION OF AMERICAN PUBLISHERS. 2009. *AAP reports book sales estimated at \$24.3 billion in 2008* [en línea] [citado agosto 27, 2009]. Disponible en Internet: http://www.publishers.org/main/IndustryStats/IndStats/2008/2008_Stats.htm
- BOLTER, J.D. and GRUSIN, R. 1999. *Remediation: understanding new media*. Cambridge, MA: The Mit Press.
- CENTRO DE DOCUMENTACIÓN DEL LIBRO. 2009. *Panorámica de la edición en España 2009* [en línea]. [citado agosto 28, 2009]. Disponible en Internet: <http://www.mcu.es>
- DOSDOCE.COM y EDICIONA. 2008. *La digitalización del libro en España* [en línea] [citado julio 18, 2009]. Disponible en Internet: <http://www.dosdoce.com/articulo/estudios/3068/la-digitalizacion-del-libro-en-espana/>
- eFORO PUBLIDISA 2009. *eBook & Edición Digital: hacia una nueva cadena de valor del contenido* [en línea]. Madrid: Publidisa, 2009 [citado julio 15, 2009]. Disponible en Internet: <http://www.publidisa.com/eforopublidisa/2009>
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA. 2005. *Hábitos de lectura y compra de libros 2004* [en línea]. Madrid: FGEE, 2005 [citado julio 8, 2009]. Disponible en Internet: <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp>
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA. 2006. *Hábitos de lectura y compra de libros 2005* [en línea]. Madrid: FGEE, 2006 [citado julio 8, 2009]. Disponible en Internet: <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp>
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA. 2007. *Hábitos de lectura y compra de libros 2006* [en línea]. Madrid: FGEE, 2007 [citado julio 8, 2009]. Disponible en Internet: <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp>
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA. 2008. *Hábitos de lectura y compra de libros 2007* [en línea]. Madrid: FGEE, 2008 [citado julio 7, 2007]. Disponible en Internet: <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp>

- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA 2009. *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2008* [en línea]. Madrid: FGEE, 2009 [citado julio 7, 2009]. Disponible en Internet: <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp>
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA. 2009. *Comercio interior del libro en España 2008: avance*. Madrid: Nueva Imprenta, 2009. 40 p.
- LARRAÑAGA RUBIO, J. El mercado del ebook en España: un análisis económico. En: *Documentación de las Ciencias de la Información*, 2008, vol. 31, p. 183-209.
- LAURENTII VALLAE. 1534. De Linguae Latinae elegantia libri sex, Ludguni, apud Seb. Gryphium, 1534. en octavo
- LÓPEZ SUÁREZ, M. y LARRAÑAGA, J. 2005. El *e-book*: aspectos culturales y socioeconómicos del sistema editorial online. En: *Documentación de las Ciencias de la Información*, 2005, vol. 28, p. 257-267
- LÓPEZ SUÁREZ, M. y LARRAÑAGA, J. 2007. Apuntes sobre el *e-book*, un producto de la industria cultural online. En: *Orbis Tertius*, 2007, no. 2, p. 23-32.
- McLUHAN, M. 1990. *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Mondadori, 1990.
- PRICEWATERHOUSECOOPERS. 2008. *Global entertainment and media outlook: 2008-2012. Resumen Ejecutivo* [en línea]. Madrid: PwC, 2008 [citado julio 10, 2009]. Disponible en Internet: [http://lide-raentemposdecrisis.pwc.es/lcrisis/lcrisis.nsf/down/pubtice5.pdf/\\$FILE/pubtice5.pdf](http://lide-raentemposdecrisis.pwc.es/lcrisis/lcrisis.nsf/down/pubtice5.pdf/$FILE/pubtice5.pdf)
- SIMONE, R. 2000. *La terza fase: forme di sapere che stiamo perdendo*. Bari: Laterza, 2000.
- TALLER DE IDEAS SOBRE EL LIBRO, TILO. 2008. *El libro electrónico: ¿cambio en los modelos de negocio. Conclusiones* [en línea]. Madrid: CEDRO: ADILE: FGEE, 2008 [citado julio 8, 2009]. Disponible en Internet: <http://www.convalor.biz/tic/tilotic2008.pdf>

