



VOLUMEN 1 NÚMERO 2 2013

Revista Internacional del

Libro, Digitalización y Bibliotecas

Haciendo algo de historia sobre los ebooks
en España

ANTONIO QUIRÓS

Haciendo algo de historia sobre los *ebooks* en España

Antonio Quirós, BQ Readers, Madrid, España

Resumen: El artículo aborda, desde la perspectiva de alguien que lo ha vivido en primera persona, las líneas evolutivas que ha seguido el mundo del libro electrónico en España. A pesar de ser como país uno de los líderes mundiales del sector editorial, las editoriales españolas se incorporan tarde a la revolución de los *ebooks*. El artículo analiza algunas claves a este respecto, intentando profundizar en las causas de esta situación y reflejando el estado actual de las cosas.

Palabras clave: *ebooks* piratería, industria editorial, DRM

Abstract: The article treats about the evolution of ebook industry in Spain, from the perspective of someone who has lived it in the first person. Despite being a country leader in the ebook industry, Spanish publishers arrive late to ebooks revolution. The article analyzes certain keys, trying to profound on the causes of this situation and reflecting the current state of things.

Keywords: Ebooks, Piracy, Publishing Industry, DRM

Introducción

Estamos comenzando a vivir en España la segunda fase del proceso de digitalización en el mundo del libro. A pesar de que nuestro país es uno de los líderes mundiales del sector editorial, nos incorporamos tarde a la revolución del libro electrónico, revolución que tuvo sus orígenes comerciales allá por mayo de 2007 con el lanzamiento del Kindle por parte de Amazon en Estados Unidos. En nuestro país podemos decir que prácticamente hasta el año 2011 no ha comenzado a darse una apuesta razonable por parte de las grandes editoriales para no quedar fuera de este fenómeno. Apuesta que, no queda más remedio que indicarlo así, ha venido empujada por el comienzo de la presencia de Amazon en nuestro país y el miedo del sector al empuje de la multinacional americana.

Es cierto que ya desde el año 2008 comenzaron a darse en España incipientes proyectos en el ámbito del libro electrónico. Así son de mencionar en dichos albores las experiencias de Grammata, que comenzó a comercializar su Papyre, el primer reader que gozó de una presencia razonable en el mercado español en dicho año, Leer-e que se orientó como plataforma distribuidora, firmando uno de los primeros acuerdos de relevancia con la principal agente literaria de lengua castellana, Carmen Balcells. También en los primeros días de 2009 vio la luz Luarna, la primera editorial española únicamente digital y la cual me ha cabido el honor de dirigir hasta la fecha.

Desde esos primeros albores hasta hoy el camino ha sido duro. En general, podemos decir que la evolución del sector se ha caracterizado por un fuerte conservadurismo en cuanto al modelo de negocio. El mundo editorial en España, al menos hasta el año 2011 se ha caracterizado por intentar frenar la eclosión digital más que por alinearse con la misma y buscar oportunidades de negocio a través de ella. Esto se ha concretado en que ha habido una fuerte dilación en el tiempo a la hora de sacar contenidos digitales y en que los precios de los mismos han estado bastante alejados de las expectativas que los compradores manifestaban.

Para observar la evolución de los hechos basta con echar un vistazo a los informes de los años 2011 y 2012 del Observatorio de la Lectura y el Libro del Ministerio de Cultura. La

evolución de lo reflejado en los mismos indica con claridad que se está produciendo un cambio de radical importancia. Así, mientras que en el de 2011 se reflejaban los diferentes problemas que estaban reteniendo la eclosión digital en nuestro país, el de 2012 es un catálogo de los múltiples proyectos que en este momento se están poniendo en marcha y que todos pensamos que contribuirán en breve a pintar un escenario diferente.

Elementos de un escenario retardante

Siguiendo el modelo de los dos informes reseñados, antes de hablar de la situación actual conviene que analicemos los diferentes elementos en que se ha venido sustentando nuestro retraso en el mundo del libro digital. Intentaremos a continuación hacer un breve catálogo de los mismos.

El mito de la falta de desarrollo del mercado

Hasta hace muy poco tiempo, la opinión predominante entre los ejecutivos del sector editorial ha sido la de que la demanda de libro electrónico en España era muy baja y que, por tanto, no merecía la pena a las editoriales realizar el esfuerzo inversor necesario para proveer al mercado de contenidos digitales. Baste ver en la prensa las declaraciones del director ejecutivo de la Federación del Gremio de Editores de España durante los años 2009, 2010 e incluso 2011 para ser conscientes de dicha realidad. Estas impresiones muchas veces se encontraban sustentadas en el falso mito de que el número de dispositivos para la lectura electrónica disponibles en nuestro país era muy bajo.

En general me ha tocado rebatir en varios foros este punto de vista. Primero en lo que al número de dispositivos presentes en el mercado se trataba. Ello lo hacía desde la privilegiada posición de quien se dedica a la fabricación y distribución de los mismos, ya que, así hay que indicarlo, el proyecto de Luarna que nació como una editorial digital en seguida amplió sus horizontes hacia el ámbito de la tecnología. Constituimos una compañía denominada Mundo Reader y, a través de ella, comenzamos a fabricar nuestros dispositivos de marca *bq*. Así, pues, a finales de 2010 se podía oír a los ejecutivos del sector editorial hablar de los 30.000 – 40.000 dispositivos presentes en el mercado, cuando nosotros sabíamos con precisión que la cifra de los mismos superaba con creces los 150.000. Este embrollo lo vino a aclarar la prestigiosa consultora GfK cuando a finales de 2011 indicó sus cifras oficiales, realizadas a través de estudios de distribución poco cuestionados en el mercado. Las cifras eran contundentes, para finales de 2011 se esperan alrededor de un millón de dispositivos distribuidos entre los potenciales lectores españoles, seiscientos mil tabletas y cuatrocientos mil *ereaders* de tinta electrónica. Frente a estas cifras, poco puede cuestionarse ya la lentitud del mercado. Tenemos un millón de posibles lectores que nos demandan contenidos.

El falso binomio digitalización-piratería

Al igual que con el mito reseñado en el apartado anterior, se ha ido también construyendo la falsa afirmación de que el libro electrónico era el elemento constituyente del auge de la piratería. Digitalizar una obra, se opinaba desde una buena parte del sector, era abrir la puerta a que dicha obra se pirateara y se divulgara por internet a través de portales de descarga piratas.

La realidad es que hasta la aparición del portal Libranda, del que más adelante hablaremos, en el verano de 2010, la digitalización de la producción editorial española era prácticamente nula y, sin embargo, podíamos encontrar algunas decenas de miles de títulos pirateados, dispersos entre los principales portales de descarga del mundo. Esto demuestra que el pirateo no es consecuencia de la aparición de la obra en digital sino que florece de forma independiente a dicha situación. El asunto es que quienes han mantenido esta tesis parecen desconocer cómo se mueve tanto el mundo tecnológico actual así como el de la colaboración entre usuarios a través de la red.

Quizá al ver el considerable volumen de páginas que algunos de los best-seller de los años 2009 o 2010 tenían el que más y el que menos podía pensar que quién se iba a poner a digitalizar aquello para colgarlo como obra pirateada en la red. Pero desconocían el hecho de que los modernos y baratos escáneres con sistemas OCR son capaces de chuparse dichas obras en menos tiempo del que tarda en grabarse una película para su reproducción. Tampoco se pararon a pensar que miles de usuarios cansados de las altísimos precios de los libros se iban a poner a colaborar para limpiar de errores de escaneo dichos libros o para colgarlos en sus ordenadores y que fueran distribuidos a través de las “legales” redes colaborativas de tipo P2P.

La realidad ha demostrado que si un título está disponible en formato digital se piratea menos que si no lo está, ya que la disponibilidad del mismo hace que muchos usuarios que desean acceder al mismo lo comprenden.

Escasa oferta de contenidos

El punto analizado en el apartado anterior ha sido uno de los factores causantes de la escasa oferta de contenidos digitales de pago que las editoriales han ido poniendo en el mercado. Pero no ha sido el único. Además de este, se ha apelado también al coste que suponía crear los *ebooks* cuando el entorno de negocio esperado no era precisamente boyante. En parte podríamos estar de acuerdo con este punto de vista; somos conscientes de que el coste económico de crear un máster digital es bastante parecido al de crear un máster para impresión y que solo los costes de impresión (actualmente muy bajos) son los que hacen diferir los procesos de producción digital y analógico. Sin embargo hay un importante error a la base del mismo. Y es que la mayor parte de los títulos cuya salida en digital se requiere ya están digitalizados (lo que incluye depuración de texto, maquetación, corrección ortotipográfica y de estilo, etc.) y, por tanto, no requieren de dicho esfuerzo previo. De este modo, si la editorial tiene un máster para edición analógica, por ejemplo, en Adobe InDesign, el coste de producción del *ebook* es absolutamente residual.

En cualquier caso, tanto el elemento de la piratería como el del coste han servido de justificación para que las editoriales hayan sido altamente remisas a sacar al mercado sus obras en formato *ebook*. Esto, lógicamente, ha supuesto un problema de mayor demanda que oferta, lo que ha traído consigo, como no podía ser de otra manera, un importante auge de la piratería. Lo que venía a realimentar la causa por la cuales las editoriales no editaban en digital. Terrible círculo vicioso del que no sé si estaremos comenzando a salir.

El DRM de Adobe, un inhibidor del desarrollo del mercado

Para enfrentarse al problema de la piratería el sector (esto puede considerarse a nivel internacional) ha optado por el DRM de Adobe como solución que permitiera la protección de los intereses de los propietarios intelectuales e las obras. A excepción hecha de Amazon que tiene su propio sistema (Mobipocket), el resto del mundo editorial ha optado por la enrevesada mecánica de protección de Adobe. El problema está en que a través de este sistema tanto la compra como la posterior gestión del contenido adquirido se torna muy compleja. Ya en el proceso de compra hay que destacar que comprar un libro protegido por el DRM de Adobe supone un doble registro para el usuario, uno en la tienda dónde compra y otro en la web de Adobe. Bien es cierto que una vez gestionada la primera compra, y obtenido el correspondiente ID de Adobe, las sucesivas son más sencillas, sin embargo, el sistema, en general, es complejo para los usuarios no avezados en el mundo tecnológico y, además, supone una cesión de tus datos personales a una compañía privada, como es Adobe, que está fuera del ámbito fiscal normalizado que se produce entre quien compra algo y quien se lo vende. Además el sistema supone un esfuerzo de soporte muy fuerte tanto para los usuarios como para las librerías online que venden los *ebooks*, ya que son ellas quienes deben atender las múltiples dudas y problemas que les surgen a los usuarios.

La construcción del precio en los *ebooks*

El elevado precio con que, en la mayor parte de los casos, están saliendo al mercado los *ebooks* constituye, junto con la escasa oferta y el engorroso mecanismo de protección, la triada básica de elementos que dificultan la expansión de libro electrónico en nuestro país.

En general, el precio del *ebook* suele estar entre un 60%-70% del precio del libro en papel. Para la determinación de este importe, en general se tiene en cuenta el coste de producción de los libros electrónicos que, efectivamente, suele estar en esa relación con respecto al libro electrónico, ya que casi la única diferencia de importancia en el despiece de costes es el asunto de la impresión, pero todo el resto del ciclo de producción del libro: selección, corrección, composición y distribución representan costes similares en ambos mundos.

Sin embargo, cuando se opta por este camino se está olvidando un par de asuntos de gran importancia. El primero es que, en general, lo que se edita en *ebook* también se está editando en papel, de forma que el coste puede considerarse compartido entre ambos ámbitos o, incluso, diseñando ya para amortizarse con la versión en papel, de forma que el *ebook* vendría a ser como un subproducto de este proceso a través del que podemos generar ingresos adicionales, pero que apenas si tiene coste de producción. El segundo es que la determinación de precio debe estar fuertemente vinculada con las expectativas de pago que los clientes tienen respecto al producto y en este caso hay que tener en cuenta que estas expectativas son muy, muy bajas, ya que el editor legal se encuentra en un fenómeno de competencia con el mundo de la piratería donde el precio es cero.

En este ámbito de cosas hay que reseñar que han surgido también proyectos editoriales alternativos que han entendido perfectamente este asunto del precio, lo mismo que también está sucediendo con el tema antes citado del DRM. De hecho en los datos reportados de libros electrónicos más vendidos, lo normal es que nos encontremos obras de precios bajos y, en muchos casos, sin protección DRM.

Como aportación curiosa en este ámbito del precio hay que reseñar que las editoriales estrictamente digitales son las que en este momento tienen precios más bajos para sus obras, mientras que, por el contrario, las editoriales tradicionales que lanzan la obra en papel y en formato electrónico son las que ponen precios más altos. Esto viene a demostrar que la milonga del coste de producción para determinar el precio del libro electrónico frente al tradicional no deja de ser una justificación más sin base real alguna, ya que quienes producen el libro desde cero lo pueden vender más barato que quienes solo lo obtienen como un subproducto del libro en papel. Supongo que no necesitamos muchos más argumentos para defender la tesis que los precios altos para el mundo del *ebook* tienen solo la finalidad de defender el negocio tradicional de la venta del libro en papel.

Temas legales: ley del libro, IVA específico...

El tema del precio posiblemente habría ya dejado de ser un problema si el precio del libro en España pudiera fijarse libremente. Es más que probable que el normal entorno de competencia ya hubiera ayudado a corregir los excesos en la determinación del precio. Sin embargo, nuestra legislación es absolutamente proteccionista respecto a la fijación de precios e impide que una vez determinado el precio por la editorial que lanza una obra, este precio pueda cambiarse libremente por las librerías que lo distribuyen.

Esta ley de cierta raigambre decimonónica no es el único elemento que contribuye a no dinamizar el entorno de competencia y, por tanto, a encarecer el precio del libro electrónico. También incide de forma muy directa el hecho de que el tipo de IVA que grava los libros electrónicos sea del 18% en lugar del tipo reducido del 4% que es el que grava los libros en papel.

Pero la ley del libro no solo determina el asunto del precio fijo sino que también dificulta nuevas modalidades de comercialización como son los sistemas de pago a través de publicidad o tarifas planas. En sus principios subyace el intento de defender los intereses del autor y para ello recorta las posibilidades empresariales de sacar partido a la obra. Esto, que pudo estar bien en un origen donde el canal de distribución era claro y único: imprenta, distribución a través de librerías, etc., es una locura hoy en un mundo dominado por la distribución online y los nuevos sistemas, que permanentemente aparecen, de divulgación para los contenidos de ocio sean del tipo que sean.

El panorama actual

Todo lo pintado en el apartado anterior sirve para darnos pistas del estado de la cuestión en España entre finales de 2007 y mediados del 2011. En general podemos describir dicho estado como de escasa madurez en el desarrollo de los modelos de negocio para el libro electrónico y donde el sector empresarial de la edición se ha ocupado más de poner los medios para conservar el actual estado de cosas que de indagar en nuevos modelos de negocio para hacer frente a la revolución que se estaba poniendo en marcha.

Y no será por falta de indicios. La información que venía de Estados Unidos era clara. Ya a finales de 2010 se hablaba de un 8% del total del sector ocupado por el libro electrónico. Y a final de año, Amazon anunciaba que había una considerable base de títulos donde la venta digital superaba ya a la analógica.

En España las cifras de penetración de los *ebooks* seguían siendo notoriamente bajas y la preocupación del sector acerca de su futuro se centraba fundamentalmente en la piratería. Sin embargo, quizá por aquello de nadar y guardar la ropa, ya después del verano de 2010 surgen los primeros intentos medianamente serios de abordar el fenómeno digital. Nos referimos a la creación de Libranda, la agregadora perteneciente a las principales editoriales española a la que se le encomienda el rol de vehiculizar todo lo referente al libro electrónico en nuestro país.

A continuación vamos a analizar cómo ha ido evolucionando esta situación desde sus albores para terminar tratando de fijar el punto en el que en este momento nos encontramos y que, no podemos negarlo, comienza a presentar una mucho más fuerte situación de dinamismo.

Libranda

Desde su nacimiento hasta casi finales del 2011 podemos hablar de una fase intermedia en esta breve historia de los *ebooks* en nuestro país, presidida por el modelo de Libranda (que, lógicamente, era el modelo impuesto por sus propietarios), caracterizado por casi todos los elementos que se han descrito en el apartado anterior.

El sector editorial trata de concentrar a través de Libranda todos sus esfuerzos para dar a la luz contenidos digitales. El modelo consiste en que esta plataforma no venda directamente sino que haga el papel de una especie de mayorista, un agregador de contenidos que los recibe del sector editorial y los pone a disposición de las librerías digitales que deseen distribuirlos.

A Libranda se la criticó fuertemente desde sus orígenes debido a que participaba claramente de los que antes hemos denominado elementos retardantes: alto precio, pocos contenidos y DRM de Adobe. Cuando en el verano de 2010 anuncia su salida indica al mercado que tendrá disponibles alrededor de 10.000 títulos para las navidades de dicho año. La realidad es que a esa fecha solo tenía alrededor de 2.000. Los precios eran altos, por ejemplo cuando se lanza uno de los best sellers del momento, “La caída de los gigantes” de Ken Follet, sale en precio de tapa dura a 24,99 € y en digital a 16,99 € (aunque hoy, pasado el tiempo, se puede comprar ya a 8,99 €), correlación de precios que como ya se ha explicado es absolutamente incomprensible. Salvo un testimonial libro de Enrique Dans toda la oferta de títulos se encontraba protegida por el engorroso DRM de Adobe. Además, con el modelo de Libranda, el sector editorial español trata de enfrentarse al modelo de Amazon. En lugar de potenciar que alguna gran distribuidora se asentara en la red, se impulsa la política del “café para todos”, con esto se lanza también un

mensaje al sector de la distribución, tan afectado por la caída de ventas. “Estamos con vosotros, muchachos”, se les dice a los libreros, “Nuestro modelo no va contra vosotros, Librandia no va a vender, con ella tratamos solo de aislar la complejidad del proceso de distribución digital para que vosotros podáis entrar de modo fácil”. Ciertamente cualquier librería podía abrir sus servicios de venta por internet sirviendo el material de Librandia e invirtiendo del orden de 2.000 €. Pero el problema de este modelo es que, como cualquier hombre de empresa conoce, un mercado que no tiene barreras de entrada, tecnológicas o económicas, posiblemente no sea un mercado para casi nadie. Y en eso se ha convertido el mercado del libro electrónico en nuestro país para las 91 tiendas de libro electrónico que en este momento están afiliadas a la red de Librandia. Solos los grandes distribuidores que ya vendían, FNAC, Casa del Libro y El Corte Inglés, siguen haciéndolo; las otras varias decenas de pequeñas librerías siguen en la más absoluta indigencia de ventas.

Y, sin embargo, no podemos quitar a Librandia el mérito de haber contribuido de manera importante al comienzo de la dinamización del mercado del libro electrónico en nuestro país. Más allá de los intereses que persiguieran los consejos de administración de sus propietarios, si colocas a un conjunto de buenos profesionales y les dices “chicos, hay que mover el mundo de los *ebooks* en España”, lo normal es que lo muevan. Y, en parte, así ha sido. A pesar de las múltiples dificultades del modelo, hay que reconocer a Arantza Larrauri y su equipo que han sabido poner el tema del libro electrónico en la mesa de debate, preparando así el entorno de la nueva época que habría de venir a continuación.

Amazon en España

Y, desde luego, uno de los elementos cruciales de esa nueva época es la llegada de Amazon a nuestro país. Amazon compró el portal de venta por internet español, BuyVIP, con la finalidad de asentar a través de él su lanzamiento en España y, por ende, en el mercado de habla española. Pasó bastante tiempo hasta que la anunciada presencia del gigante norteamericano se asentara realmente en nuestro país, pero en el otoño de 2011 esta se produjo finalmente, primero a través de su tienda de mercancías analógicas y, a partir del 1 de diciembre, con su Kindle y su tienda de *ebooks*.

La noticia que tanto temía el sector de la distribución en España, y en parte también el sector editorial, por fin se había producido. La compañía más innovadora y rompedora de reglas por fin había puesto el foco en la industria del libro en lengua castellana y ello, desde luego, amenazaba con ser un revulsivo de gran importancia para el futuro del libro electrónico en nuestro país.

Su salida al mercado no se realizó en cualquier modo ni en cualquier momento. Realmente todos los analistas coincidían en que la campaña de Navidad del 2011 sería el gran momento para el libro electrónico en nuestro país. Las ventas de los dispositivos electrónicos de apoyo a la lectura subían como la espuma y, aunque las de los *ebooks*, seguían siendo muy parcas, cualquiera podría apostar a que el desarrollo de los sistemas electrónicos haría caer como fruta madura el de los contenidos.

El modelo de Amazon suponía una fortísima amenaza para las diferentes industrias del sector, incluida la electrónica. La apuesta de la compañía de Jeff Bezos ha sido siempre bastante clara y pasaba por proporcionar el *ereader* al precio más bajo posible (incluso perdiendo dinero con su venta) para hacer de los contenidos el negocio. Los precios bajos y la excelente atención al cliente han sido dos de sus pautas fundamentales y ambas le han llevado a ser una compañía altamente considerada por sus clientes. Todo ello hace de Amazon un enemigo con el que resulta difícil competir. Sin embargo, en España se encuentran con una dificultad importante para la puesta en marcha de su modelo de negocio, se trata de la ley del libro que determina la fijación del precio por parte de la editorial sin posibilidad de que este pueda ser modificado por el canal.

A pesar de todo esto, el solo anuncio de la presencia de Amazon en nuestro país propició que los operadores más importantes comenzaran a mover ficha para no dejarse matar sin pelear.

Debido a ello, el año 2011 constituye el punto de partida de la mayor parte de los proyectos de libro electrónico que se han puesto en marcha recientemente.

Los importantes proyectos de fin del año pasado

El primero de dichos proyectos fue el de nuestra multinacional de referencia: Movistar. Ya desde primeros de 2011, y propiciados por el cambio de dirección en el área de contenidos para internet, Movistar comienza a sentar las bases de su futuro modelo en el área de libro electrónico. Hasta ese momento, la compañía se ha centrado en el mundo de las tablets, haciendo de la Samsung Galaxy su máquina de referencia recomendada para la lectura. Sin embargo, en ese momento se cambia de orientación y se busca un *ereader* icónico para su proyecto y una arquitectura para su ecosistema de lectura que trate de fortalecer la experiencia lectora como elemento clave para atraer usuarios a la lectura electrónica. Por fin se comienza a hablar de eliminar del proyecto el DRM de Adobe y se propone una mecánica de lectura en la nube que, al no realizarse a través de descargas, impide la piratería. El dispositivo icónico lo constituye uno de la marca *bq*, el Movistar *ebook bq* y el desarrollo del ecosistema ha continuado su desarrollo hasta el momento aunque aún no ha sido puesto en funcionamiento.

A pesar de la lentitud de movimiento de la multinacional española, sus ideas han estado en la base de los otros dos proyectos relevantes que se lanzaron alrededor de las navidades de 2011, el de Casa del Libro y el de FNAC. Estos dos proyectos han sido los que realmente han estado en la competencia con Amazon desde ese momento. El ecosistema propuesto por ambos es muy similar al que hemos citado para Movistar *ebooks*. Estamos ante sistemas que, como el de Amazon, parten de un dispositivo icónico basado en tinta electrónica (en estos dos casos también fabricados por la firma española, *bq*, el Tagus y el FNAC book). Ambos también proponen un sistema de lectura en la nube sin pasar por el DRM de Adobe, aunque ambos lo soportan también. Se trata de sistemas que, contrariamente a lo que sucede con el de Amazon, tratan de dar la máxima libertad al lector. Así, los libros pueden comprarse en la tienda de ambas distribuidoras, pero si se compran en otras, se pueden igualmente emplear esos mismo *ereaders* para leerlos, siempre, claro está, que esté en los formatos usuales. Los dispositivos se sincronizan con la biblioteca personal que tenemos en la nube, pero permiten también que los carguemos con libros protegidos por el DRM de Adobe o sin protección. Los dispositivos icónicos tienen pantalla táctil Sipix de tercera generación, de muy buena calidad lectora, y se conectan a la biblioteca personal a través de WiFi. Esta conectividad se usa también para la continua actualización del firmware de los mismos a través de OTA.

Los proyectos de Casa del Libro y FNAC son los que realmente han estado ocupándose de la competencia con Amazon. Entre los tres reúnen las más altas cifras de ventas actualmente y los tres parecen, a pesar de todas las dificultades, que mantienen en movimiento el mundo del libro electrónico en España.

Los sistemas de suscripción

Pero, desde nuestro punto de vista son necesarios otros escenarios diferentes para que el mundo de la edición digital eclosionen. Y uno de los más importantes es el de los sistemas de suscripción. Modelos como los de Spotify han demostrado en el mundo de la música que dichos modelos pueden funcionar bien y, además, en el mundo del libro son conocidos de viejas experiencias analógicas, como la del Círculo de Lectores en España, basada en esas premisas.

En este momento, ya tenemos en nuestro país algunas experiencias pioneras, como la del propio Círculo que acaba de poner en funcionamiento booquo.com que, aunque no es específico para el mundo del libro, parte del sistema de pago de una cuota mensual y acceso por la misma a una importante base de datos de contenidos de pago. Si se quiere algo más específico se paga aparte. Además de booquo.com, las diferentes plataformas actuales de venta están preparando sistemas que van en esta misma dirección.

Sistemas Freemium-Premium.

Realmente el sistema de Spotify en el mundo de la música puede denominarse de tipo Freemium-Premium. Esto quiere decir que si se está dispuesto a soportar una buena dosis de publicidad podemos acceder de forma gratuita, aunque con ciertas limitaciones, a un conjunto razonable de contenidos. Pero si se paga una cuota, este sistema se convierte en un sistema de tipo Premium o de suscripción ordinario. En nuestro país tenemos la apuesta de 24symbol.com que lleva más de un año funcionando bajo el esquema Freemium y ahora acaba de pasar a soportar también el sistema Premium.

Pero el problema crucial que tienen en este momento los sistemas Freemium es que el sector editorial no ha hecho ninguna clase de apuesta por ellos, de forma que los contenidos que compañías como 24symbols.com pueden ofrecer bajo esta mecánica son absolutamente residuales. Las editoriales no están dispuestas a perder las ventajas que para ellas significa la aplicación de la actual Ley del Libro y el pago por publicidad es algo que en ningún caso está cubierto por esta ley.

Nuevos modelos para un negocio antiguo: autopublicación

Pero el libro electrónico no solo está suponiendo un cambio en cuanto a cómo se lleva a cabo la distribución de los contenidos. También está acelerando la aparición de nuevas modalidades de plantearse la relación entre los autores y los lectores. Precisamente en los últimos días hemos podido acceder a la noticia de cómo J.K. Rowling, la célebre autora de las obras de Harry Potter, se está haciendo cargo por completo de la edición y comercialización de sus obras, sin ninguna editorial intermediaria. Más allá de alguna de las grandes figuras conocidas, el fenómeno de la autoedición toma fuerza cada día. Plataformas generalistas como las de Amazon o Apple ofrecen servicios de autopublicación a los autores que deseen dar a luz sus obras. Otras plataformas más específicas como la española Bubok también lo hacen.

En general, la red simplifica fuertemente lo que un autor necesita para poner un libro a disposición de un conjunto de lectores. Muchos piensan que en esto se encuentra el futuro de la literatura, aunque quizá esto no deba afirmarse de forma tan rotunda. Un autor desconocido tiene tantas o más dificultades para dar popularidad a su obra en la maraña de internet como las tendría en el mundo analógico. La necesidad de editoriales, o de cualquier otro tipo de entidad, que puedan dar una fuerte visibilidad a las obras de sus autores se torna necesaria en un espacio tan amplio y complejo como es el de internet.

Dónde estamos y a dónde vamos

Para concluir convendría que fijáramos algunas ideas base que nos ayuden a determinar de un modo relativamente aproximado el momento en que se encuentra el desarrollo del mundo de los *ebooks* en España. A continuación revisaremos algunas de ellas

Nos encontramos en lo que podemos denominar la tercera época en la aventura del libro digital en España. Tras una primera caracterizada por la práctica de tácticas de retención para mantener su modelo de negocio, el sector editorial pasó a una segunda monopolizada por la estrategia de Librandia en la que se intentaba dominar un proceso que claramente caminaba ya por derroteros que el sector no podía controlar. En esta tercera abundan ya los proyectos en distintas direcciones y todo hace pensar que, como una derivada de la fuerte venta de dispositivos electrónicos y de la presencia en el mercado español de enormes operadores internacionales como Amazon, el futuro se dibuja como de cambio prometedor.

De los tres fenómenos retardantes que hemos mencionado: falta de contenidos, precios y sistemas enrevesados de protección, podemos decir que, aún sin una apuesta generalizada, la oferta de contenidos va aumentando; de hecho, la agregadora Librandia está alcanzando ahora la

cifra de los 10.000 títulos que prometió para las navidades de 2010. El DRM de Adobe es cada día más criticado y comienzan a abundar los ecosistemas de importancia (Apple, Casa del Libro, FNAC...) que lo han abandonado. La única cuestión que persiste sin tener un sistemático abordaje es la del precio. Los precios siguen siendo altos, el IVA continúa siendo del 18% y solo algunas experiencias editoriales como la de B de Books y otras similares están haciendo una apuesta en el sentido de poner buen material a precios razonables.

Tenemos a la vista numerosos proyectos innovadores que van a ir viendo la luz a lo largo de este año. Su reto es fuerte, tienen que luchar en un escenario donde la piratería ha pervertido todas las reglas. Un mercado inundado de dispositivos y con pocos contenidos y caros será el caldo de cultivo ideal para el hundimiento de todo un sector, como en su día sucedió con el de la música. Ya no es hora de clamar porque no se repitan los mismos errores. Eso ya lo hicimos y los errores se cometieron. Ahora solo falta pedir que los ejecutivos de una industria tan vieja como la humanidad tengan la suficiente amplitud de miras como para reconstruir un modelo válido para todas las partes presentes en el mismo.

SOBRE EL AUTOR

Antonio Quirós: Licenciado en Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid y PDG del IESE. Su trayectoria profesional ha estado siempre ligada al mundo de las tecnologías de la información. Fundó en el año 1991 su propia compañía tecnológica, Grupo Eidos. En 2002 esta compañía se integró en un grupo plurinacional europeo. Durante los siguientes ocho años ejerció como Director de Operaciones de la filial de dicho grupo en España. Es socio fundador de Luarna Ediciones, la primera editorial española que sólo realiza edición digital, y de Mundo Reader, especializada en la fabricación de e-readers de tinta electrónica así como tablets y smartphones basados en Android. La marca *bq*, bajo la que se presentan los dispositivos de Mundo Reader se encuentra entre las más difundidas en el mercado español.

La *Revista Internacional del Libro, Digitalización y Bibliotecas*, ofrece un foro para profesionales de la edición, bibliotecarios, investigadores y educadores para hablar de ese artefacto icónico, el libro, y reflexionar sobre su pasado, su presente y su futuro. ¿Anuncian realmente los nuevos medios digitales (Internet, textos multi-media, etc.) la muerte del libro?

La revista es relevante para cualquier persona relacionada con el mundo del libro y de las publicaciones: autores, editores, impresores, bibliotecarios, especialistas en informática, librerías, editores, formadores e investigadores académicos. Las discusiones se ocupan de lo teórico (historia, análisis, presentación de informes de investigación) y de lo práctico (presentación de tecnologías, modelos de negocio, nuevas prácticas de escritura, de edición y de lectura).

La *Revista Internacional del Libro, Digitalización y Bibliotecas* es una revista académica sujeta a revisión por pares, y acepta artículos en español y en portugués.

ISSN 2255-2871

