

EL LIBRO Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS. EL LIBRO ELECTRÓNICO

Servicio de Estudios y Documentación
Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas
MINISTERIO DE CULTURA
Septiembre 2009

EL LIBRO Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS. EL LIBRO ELECTRÓNICO

El asentamiento de la edición en red, el progreso del comercio electrónico del libro, el recurso creciente a la impresión bajo demanda y la aparición de sencillos terminales de descarga que permiten prescindir del ordenador personal, han determinado que cualquier análisis sobre la realidad editorial haga referencia inevitablemente a la **edición electrónica**. Muestra de ello es la incorporación del libro electrónico dentro de la **definición de libro** aportada por la **Ley 10/2007 de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas de los libros**: *“obra científica, artística, literaria o de cualquier otra índole que constituye una publicación unitaria en uno o varios volúmenes y que puede aparecer impresa o en cualquier otro soporte susceptible de lectura. Se entienden incluidos en la definición de libro, a los efectos de esta Ley, los libros electrónicos, los libros que se publiquen o se difundan por Internet o en cualquier soporte que pueda aparecer en el futuro, los materiales complementarios de carácter impreso, visual, audiovisual o sonoro que sean editados conjuntamente con el libro y que participen de su carácter unitario, así como cualquier otra manifestación editorial”*.

Desde que en 1985, con motivo de la celebración de la *Feria del Libro de Frankfurt*, se diera a conocer uno de los primeros productos en CD-Rom, la edición electrónica ha vivido un espectacular aumento a nivel mundial. España no ha sido una excepción: de 220 obras publicadas en soporte electrónico¹ en el año 1994 hemos pasado a 8.447 títulos en 2008² que vienen a representar el **8,1% del total de la edición en nuestro país**.

La relevancia de estas cifras y sus profundas implicaciones en el mundo del libro y la lectura, hacen necesario un análisis en profundidad de la situación actual, siendo conscientes de que, por muy exactas que sean las mediciones de la realidad contemporánea, la rapidez con la que evoluciona la tecnología plantea multitud de incertidumbres que no permiten establecer con rigurosidad las coordenadas de futuro. Lo que sí puede aventurarse es que la edición electrónica ofrece un futuro prometedor, en el que surgirán alternativas cada vez más manejables y amigables imposibles de describir e imaginar en el momento actual. Los retos y oportunidades que plantean en el ámbito del libro han sido el tema de debate de las Jornadas sobre el libro digital que, bajo el título *Del Sinodal al libro digital* organizó el *Observatorio de la Lectura y el Libro* del *Ministerio de Cultura* en el marco de la *Feria del Libro de Madrid* durante el mes de junio, con la finalidad de iniciar el análisis sobre el impacto de los nuevos soportes en el sector y en las formas de lectura.

El presente informe, se inicia con el análisis de nuestro panorama editorial partiendo de los datos relativos a la producción y comercialización de publicaciones en soporte electrónico, la participación de las editoriales españolas, la edición por comunidades autónomas, por soportes y por lenguas de publicación y traducción entre otros aspectos. A continuación, se presentan algunos datos y conclusiones relativos a los principales avances tecnológicos relacionados con la edición electrónica como la impresión bajo demanda, el desarrollo y progresivo asentamiento en nuestro país de los e-readers, la presencia web de los distintos agentes editoriales, los sistemas y herramientas de gestión generados desde el ámbito del libro, el crecimiento de bibliotecas virtuales y los principales retos que todos estos adelantos están planteando en la industria editorial.

¹ Incluye CD-Rom, DVD, CD-I, CDV, CD-Photo, disquetes y archivos de Internet

² Avance *Panorámica de la Edición Española de Libro 2008*. Ministerio de Cultura

ÍNDICE DE MATERIAS

EL LIBRO Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS. EL LIBRO ELECTRÓNICO.....	2
LOS DATOS DE LA EDICIÓN ELECTRÓNICA EN ESPAÑA.....	5
➤ Datos de evolución: producción editorial.....	5
➤ Datos de evolución: comercialización del libro electrónico en el mercado interior.....	9
IMPRESIÓN BAJO DEMANDA.....	10
➤ Principales aportaciones de la IBD en el ámbito del libro y la lectura.....	10
➤ Algunas cifras sobre IBD en el mundo.....	14
E-READERS.....	16
➤ Principales aportaciones y retos del e-reader. Algunos datos en España.....	17
➤ Patrones de lectura.....	21
➤ Modelos en España.....	22
➤ Otros dispositivos de lectura digital.....	24
DESARROLLO WEB DE LA INDUSTRIA EDITORIAL.....	25
➤ Presencia en la Red.....	25
➤ Internet como herramienta comercial.....	27
➤ La Web Social o Web 2.0.....	33
SISTEMAS Y HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EN EL SECTOR DEL LIBRO.....	36
BIBLIOTECAS.....	38
PRINCIPALES RETOS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN EL ENTORNO TECNOLÓGICO.....	42
➤ Las Redes P2P.....	42
➤ Gestión de los derechos de autor de contenidos digitales.....	43
➤ Otros retos.....	45
CONCLUSIONES.....	46
BIBLIOGRAFÍA.....	49

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - <i>Evolución de la edición electrónica sobre el total editado</i>	5
Gráfico 2 - <i>Evolución de la edición electrónica según soportes</i>	6
Gráfico 3 - <i>Evolución de la participación editorial en la edición electrónica sobre el total de empresas editoriales</i>	7
Gráfico 4 - <i>Evolución de la edición electrónica por subsectores de edición</i>	8
Gráfico 5 - <i>Porcentajes de representación anual de la facturación relativa a otros soportes respecto al total facturado</i>	9
Gráfico 6 - <i>Devolución de libros 2004-2007. Editoriales</i>	12
Gráfico 7 - <i>Porcentajes anuales de nuevos títulos en IBD respecto al total editado en EEUU</i>	15
Gráfico 8 - <i>Evolución anual (2006-2008) y mensual (2009) de la facturación del libro electrónico en Estados Unidos</i>	17
Gráfico 9 - <i>Principales motivos de compra / no compra potenciales del e-reader</i>	20
Gráfico 11 - <i>Lugares potenciales de lectura de libros en e-book y en papel vs. Lugares reales de lectura de libros en e-book</i>	22
Gráfico 13 - <i>Presencia de la Industria Editorial en la Red</i>	26
Gráfico 14 - <i>Secciones incluidas: Editoriales vs. Librerías</i>	26
Gráfico 15 - <i>Porcentajes de representación de usuarios de Internet en Europa y en los principales países europeos y porcentajes de penetración en los respectivos países (2008)</i>	27
Gráfico 16 - <i>Evolución en el número de internautas / internautas compradores españoles (2000-2007)</i>	28
Gráfico 17 - <i>Porcentaje de compra de libros no de texto a través de Internet (2002-2008)</i>	29
Gráfico 18 - <i>Evolución en la facturación editorial española a través de Internet (2000-2007)</i>	30
Gráfico 19 - <i>Evolución en la representación de la facturación a través de Internet según el tamaño de la editorial (2002-2007)</i>	30
Gráfico 20 - <i>Cuota media de comercialización a través de Internet (2004-2007). Librerías</i>	31
Gráfico 21 - <i>Evolución en la cuota de la comercialización a través de Internet según el tamaño de la librería (2004-2007)</i>	32
Gráfico 22 - <i>Evolución de la influencia de Internet como referente de compra de libros</i>	34
Gráfico 23 - <i>Grado de incorporación de la Web 2.0 en el sector editorial español</i>	35
Gráfico 25 - <i>Grado de implantación de sistemas y herramientas de gestión 2008. Editores, Distribuidores y Libreros</i>	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 10 - <i>Lectura Potencial vs. Real en función del contenido y variables personales</i>	21
Tabla 12 - <i>Comparativa de algunos dispositivos disponibles en España y el Kindle 2</i>	23
Tabla 24 - <i>Evolución en la implantación del SINLI en las librerías españolas</i>	37
Tabla 26 - <i>Incorporación de Internet en el ámbito bibliotecario</i>	38

LA EDICIÓN ELECTRÓNICA EN ESPAÑA

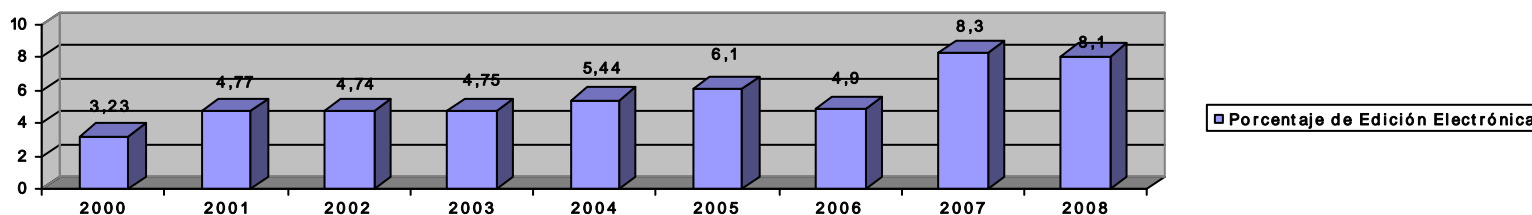
DATOS DE EVOLUCIÓN: PRODUCCIÓN EDITORIAL

Los datos de producción editorial recogidos en el presente epígrafe han sido extraídos del avance de la publicación *Panorámica de la Edición Española de Libros*. Editada por la *Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas* del *Ministerio de Cultura*, esta publicación nos viene ofreciendo, desde el año 2007, un desglose específico sobre la producción española en soportes electrónicos, una muestra más de la relevancia creciente de este tipo de edición.

DATOS DE EDICIÓN

- La edición electrónica en nuestro país ha sufrido un **aumento espectacular en los últimos años**, pasando del 3,23% del total editado en el año 2000 (2.011 ISBNs) al **8,1% en 2008 (8.447 nuevos títulos)**.
- Esta cifra supone una subida del **5,2% frente al año anterior**, aunque disminuye su porcentaje de representación respecto al total de la edición.

Gráfico 1 – Evolución de la edición electrónica sobre el total editado



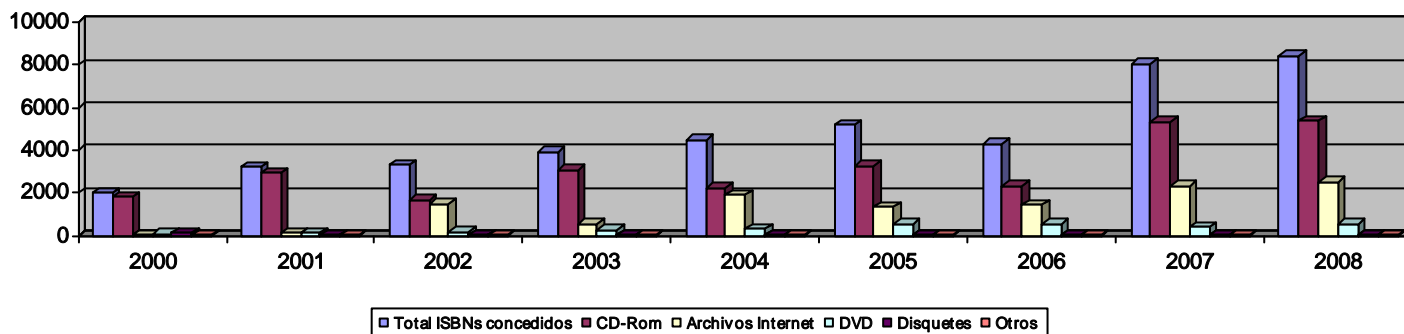
Fuente: *Panorámica de la Edición Española de Libros 2008*. Ministerio de Cultura

EDICIÓN POR SOPORTES

- Las publicaciones electrónicas se editan en un **63,8%** de los casos en **soporte CD Rom**, en correspondencia con un total de 5.392 nuevos títulos. Éstos han experimentado una subida del 1,6% respecto al año anterior.
- Le siguen los **archivos de Internet** que, con 2.519 ISBNs representan el **29,8%** del total, reflejando un incremento del 8,3% respecto al año 2007.

- Con menor representación pero especial incremento (del 35,2% respecto al año anterior), los **DVD** vienen a suponer el **6,1%** del total de la edición electrónica.

Gráfico 2 – Evolución de la edición electrónica según soportes



Fuente: *Panorámica de la Edición Española de Libros 2008*. Ministerio de Cultura

PRECIO MEDIO DE LAS PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS

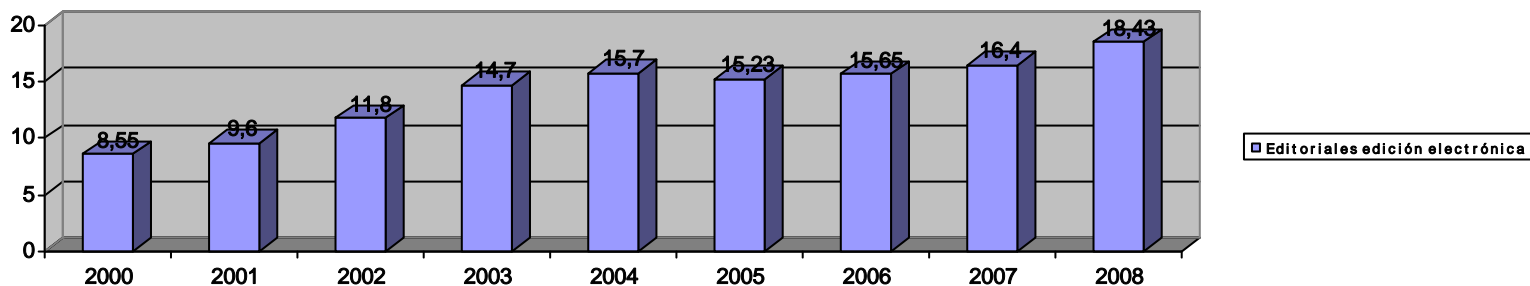
- Aumenta sensiblemente el **precio medio** del libro electrónico en relación al del año anterior, situándose en el año 2008 en **19,70 €** (3,66 € por encima del precio medio por ejemplar del año 2007). No obstante, desde el año 2000, el precio del libro electrónico viene reflejando una bajada progresiva (en el año 2000 estaba en 101,63 € por ejemplar).

PARTICIPACIÓN EDITORIAL

- Las **editoriales españolas han ido entrando progresivamente** en este tipo de soportes: en el año 2000, un total de 288 editoriales publicaron en soporte electrónico; en 2008 este número se ha incrementado hasta alcanzar las **640 editoriales** (62 más que en el año anterior), es decir, **el 18,43% del total**.
- A pesar de esta elevada participación, la producción electrónica se caracteriza por su **concentración en un reducido número de entidades editoras: más del 60% de la edición electrónica** se concentra en un total de **17 editoriales**. En contrapartida, un elevado porcentaje de agentes editoriales publican un reducido número de títulos en estos soportes: en 2008, un total de 512 editoriales publicaron 5 ó menos títulos cada una.
- El **perfil de la editorial** que publica en estos soportes se corresponde con **empresas privadas de tamaño medio**: un 75,6% del total editado en formato electrónico se publica a iniciativa de editoriales privadas y un 46,1% de editoriales de tamaño medio; estas últimas no obstante han reflejado un importante descenso en la producción de publicaciones electrónicas frente al año anterior (de 4.229 títulos, que representaron el 52,7% en el año 2007 a 3.897 títulos en 2008).

- Un **9,7%** de las editoriales publican exclusivamente en formato electrónico; en contrapartida, el 90,3% publican también en soporte papel.
- Se observa un **incremento progresivo en el número de autores-editores** que publican bajo estos soportes: del 6,1% (490 títulos) en 2007 al 8,2% (690 títulos) en 2008.

Gráfico 3 – Evolución de la participación editorial en la edición electrónica sobre el total de empresas editoriales



Fuente: *Panorámica de la Edición Española de Libros 2008*. Ministerio de Cultura

EDICIÓN ELECTRÓNICA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

- **Andalucía** concentró el **45,6%** del total de la edición electrónica en 2008, reflejando cierto descenso respecto al año anterior (un 50,5% en 2007). La **Comunidad de Madrid** viene situándose desde el año 2007 en segundo lugar, alcanzando en 2008 el 18,7% del total (1.578 títulos).
- La mayoría de las **restantes comunidades autónomas** han experimentado en el año 2008 una **subida más o menos sensible**, incremento que se ha dejado notar especialmente en la edición catalana: del 6,6% (529 títulos) en el año 2007 al 16,6% (1.401 títulos) en 2008; también es de destacar el caso del País Vasco donde las cifras se han duplicado, alcanzando en 2008 el 4,3% del total editado en nuestro país en estos soportes.

LENGUAS DE PUBLICACIÓN

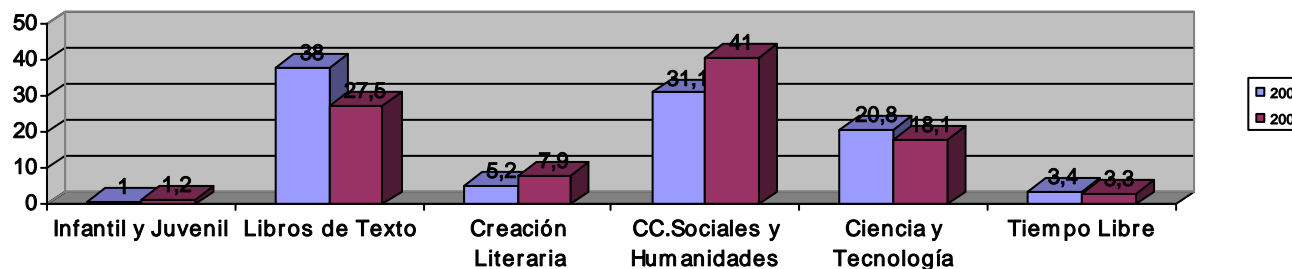
- En consonancia con los datos globales de edición, se mantiene la clara **primacía del castellano como lengua de publicación en estos soportes**: con un total de 6.945 ISBNs concedidos, esta lengua concentra el **82,3%** del total editado en soportes electrónicos en 2008. Los títulos publicados en edición electrónica en el resto de lenguas cooficiales, representaron en 2008 el 6,6% del total: un 3,5% (292 títulos) son títulos en catalán, el 1,5% (123 ISBNs) en gallego, el 1,1% (93 títulos) en euskera y el 0,5% (40 títulos) en valenciano.
- Las ediciones multilingües han supuesto el 6,2% del total publicado en 2008; las publicaciones en inglés un 4,0%.

- **Disminuyen** sensiblemente las **traducciones** publicadas en soporte electrónico: del 3,72% (299 títulos) del total publicado en estos soportes en 2007 al **2,73%** (231 títulos) en 2008. Esta **bajada** ha sido especialmente sensible en el caso de las traducciones realizadas del **castellano**, que el año anterior, con 253 títulos, representaron el 3,2% de la edición en estos soportes y que en 2008 han representado únicamente el 0,9% (79 títulos).
- En contrapartida, **las traducciones realizadas desde otros idiomas han experimentado una ligera subida**; tal es el caso de las realizadas del inglés (que han pasado de 19 a 69 títulos), del catalán (de 14 a 21 ISBNs), del danés (de 1 a 10 títulos) o del alemán (de 1 a 8 títulos).

EDICIÓN ELECTRÓNICA POR MATERIAS

- Un **41,0%** de la edición electrónica se concentra en libros de **Ciencias Sociales y Humanidades** (3.461 títulos), reflejando un considerable aumento respecto al año anterior. Por el contrario, **disminuye la edición electrónica de Libros de Texto**, que ha pasado de representar el 38,0% (3.051 títulos) en 2007 a suponer el 27,5% (2.372 títulos) en 2008.
- Con cambios menos sustanciales, aumenta la edición electrónica en el **ámbito literario** que en 2008 supuso el **7,9%** del total editado en estos soportes (un 5,2% en el año anterior); igualmente el *Libro Infantil y Juvenil*, que ascendió del 1% al 1,2% en 2008.

Gráfico 4 – Evolución de la edición electrónica por subsectores de edición (datos en porcentajes)

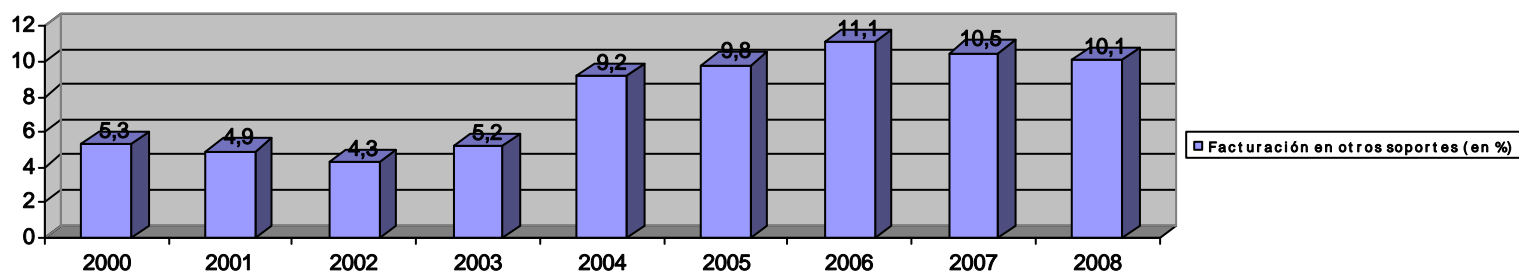


Fuente: *Panorámica de la Edición Española de Libros 2008*. Ministerio de Cultura

DATOS DE EVOLUCIÓN: COMERCIALIZACIÓN DEL LIBRO ELECTRÓNICO EN EL MERCADO INTERIOR

- De acuerdo con el informe *Comercio Interior del Libro en España 2008*³, un **10,1%** (321,73 millones de euros) del volumen total de facturación relativa libro en el comercio interior español, correspondió en dicho año a **otros soportes**; frente al año 2000, las cifras prácticamente se han duplicado.

Gráfico 5 – Porcentajes de representación anual de la facturación relativa a otros soportes respecto al total facturado



Fuente: *Comercio Interior del Libro 2008*. Federación de Gremios de Editores de España

- La **mayor cuota de facturación** (un 35,1%) se obtiene de la comercialización del **DVD**, seguido por el CD-Rom y el CD-I (24,9%). En menor medida otros (21,2%), edición On-line (13,2%), Revistas y hojas intercambiables (4,7%), Audiolibros (0,8%) y Vídeos (0,3%). La edición on-line ha aumentado de forma significativa respecto al año anterior, con un incremento en facturación que roza el 3,0%.
- Por **materias**, los libros de **Ciencias Sociales y Humanidades** son los que presentan mayores porcentajes de facturación en otros soportes respecto al total facturado por dichos contenidos, alcanzando el **28,0%** (un 27,0% en 2007); esto se explica en parte porque es la materia con mayor producción en soporte electrónico (recordemos que abarca el 41,0% de la oferta editorial en formato electrónico). Dentro de esta materia los libros de **Derecho** alcanzan valores especialmente elevados: **un 50,1% de la facturación editorial de carácter jurídico se obtiene de materiales en soportes distintos al papel**.
- En el caso de **Diccionarios y Enciclopedias**, la facturación en otros soportes representa el **21,5% del total de su edición** (el 20,0% en 2007).
- En contrapartida, la facturación en el caso de los libros de **Literatura** editados en otros soportes sólo alcanza el **3,2% del total obtenido por esta materia**; no obstante esta cifra está por encima de la obtenida el año anterior (1,7%).
- Es de destacar, finalmente, la **subida** en la facturación en soportes on-line en el caso del **cómic**, que ha pasado del 5,0% en 2007 al **15,2% en 2008**.

³ Informe anual realizado por la *Federación de Gremios de Editores de España* con el patrocinio del *Ministerio de Cultura*

IMPRESIÓN BAJO DEMANDA

La **Impresión Bajo Demanda**⁴ es un sistema que permite la publicación de textos electrónicos en soporte papel en el mismo momento en que se realiza un pedido, así como la publicación de un número de ejemplares acorde a la demanda. Requiere, en consecuencia, la existencia previa de un fondo de libros digitalizado y una maquinaria específica de impresión.

Esta tecnología se ha ido convirtiendo en una opción altamente beneficiosa tanto para la industria editorial como para los lectores. La idea, iniciada en los años ochenta con la máquina *Docutech* de *Xérox*, comienza a despegar a principios de siglo; en ese momento existen ya casi treinta mil máquinas *Docutech* en el mundo, un 15% de ellas destinado al ámbito editorial⁵. Progresivamente se van incorporando empresas en la fabricación de esta tecnología al tiempo que otras comienzan a ofrecer nuevos servicios como proveedoras de contenidos, ejemplos de ello son *IBM* y *Livres Hebdo* en el primer caso o *Xlibris* y *Lightning Source* en el segundo. Esta última inicia su actividad en el año 1997 y se erige en la actualidad como una de las más punteras en el ámbito internacional, con más de medio millón de títulos digitalizados que pueden ser editados a través de sistemas de IBD.

También nos encontramos con empresas de servicios que ofrecen esta posibilidad a los agentes del ámbito editorial; en nuestro país, una de las más implantadas es *Publidisa*. Creada en el año 2000 con la finalidad de ofrecer servicios de producción y gestión documental de libros bajo demanda, permite además al editor, desde su web www.todoebook.com, colgar sus obras en formato digital y comercializarlas a través de Internet. Esta entidad ha anunciado su colaboración con *Google Books Search*⁶ en el proyecto *Read On Time*, un distribuidor que permite enviar pedidos de libros a cualquier parte del mundo en menos de cinco días.

En la actualidad, la maquinaria que parece tener mayor implantación es la *Espresso Book Machine*, comercializada por la empresa estadounidense *On Demand Books* especialmente instaurada en Estados Unidos y Reino Unido. Con una capacidad equivalente a 37 kilómetros de estantería, permite obtener un libro encuadernado a color en menos de diez minutos. Tan sólo durante el año 2008, desde su sede en Gran Bretaña, se comercializaron más de 2 millones de libros bajo este sistema.

PRINCIPALES APORTACIONES DE LA IBD EN EL ÁMBITO DEL LIBRO Y LA LECTURA

Las aportaciones de la IBD en el ámbito del libro y la lectura se concentran en los siguientes aspectos:

- La innecesaria determinación previa de la tirada
- La innecesaria inversión en espacio físico, ya que la IBD no genera stocks; esto, a su vez, repercute en la eliminación de algunas operaciones y costes derivados del almacenamiento de ejemplares.
- La posibilidad de extender la oferta a nuevos nichos de mercado, fundamentalmente lectores con intereses especiales cuyas demandas no suelen encontrar respuesta en los circuitos comerciales habituales; la IBD permite mantener títulos descatalogados, ejemplares raros o títulos de autores noveles que de otra forma podrían tener más dificultades de salida al mercado editorial.

⁴ *Print on Demand* o *POD* en el lenguaje anglosajón. En castellano también recibe otras denominaciones como *Impresión Digital*, *Impresión Bajo Pedido*, *Impresión a la carta* o *Impresión según demanda*.

⁵ *Delibros*, nº132 – mayo 2000

⁶ Proyecto comentado en página 41

- Permite dar a conocer los fondos a través de Internet, así como responder a la demanda de cualquier consumidor en cualquier parte del mundo.
- Permite reducir costes asociados a las devoluciones de ejemplares.
- Facilita al autor novel la publicación de sus creaciones.

La progresiva incorporación de este sistema de impresión en el entorno del libro, ha ido modificando algunos engranajes básicos del sector editorial. Editores, librerías y distribuidores se van posicionando frente a este reto, a menudo a través de acuerdos y alianzas para compensar el alto coste de adquisición y mantenimiento de esta maquinaria y afrontar con mayores garantías la oferta de servicios posibilitada por este sistema.

No obstante, el uso de esta tecnología plantea también algunos **inconvenientes** entre los que cabría destacar la escasa calidad del producto final, especialmente en cuanto a la estandarización de formatos de impresión y la impresión a color, los elevados costes de inversión en una tecnología que no está al alcance de cualquiera⁷, el requerimiento de un respaldo logístico y de distribución adecuados y la necesaria existencia de contenidos previamente digitalizados.

EDITORIALES

VENTAJAS	DESVENTAJAS
➤ Posibilidad de entrada directa en los procesos de compra-venta.	➤ Posible pérdida del rol como proveedoras de contenidos.
➤ Ajuste de la tirada; posibilidad de realizar un “ <i>estudio de mercado</i> ” antes de decidirse a lanzar un título.	➤ Digitalización previa de títulos de escasa demanda
➤ Disminución de pérdidas asociadas a las devoluciones(Gráfico 6)	➤ Mayor coste del producto final.
➤ Posibilidad de beneficiarse del <i>cross publishing</i> o la edición de un mismo contenido en diferentes formatos según las necesidades del mercado.	➤ Pérdida de poder de decisión sobre el material a editar a favor del lector.
➤ Ampliación y mantenimiento de la oferta de títulos.	➤ Necesidad de mayor inversión en digitalización de contenidos.
➤ Customización del producto, es decir, ofrecer al lector la posibilidad de adquirir partes de una publicación que sean de su interés.	➤ Elevados costes de inversión (maquinaria, distribución)
➤ Disminución de costes de almacenaje.	➤ Menor calidad del producto final (encuadernación, impresión a color, estandarización del producto)

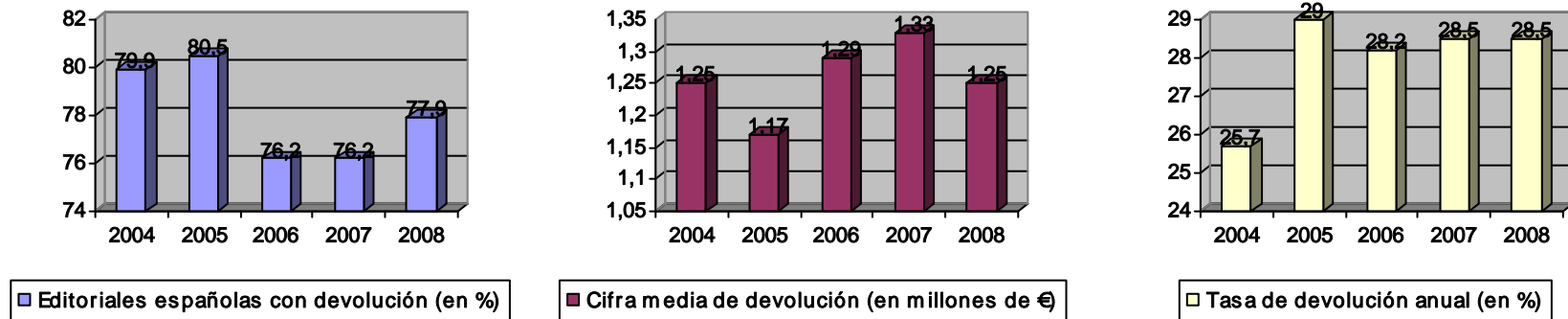
Un dato a favor de el uso de esta tecnología en el ámbito editorial es el **ratio ejemplares editados / ejemplares vendidos** que, en el último año, se situó en el **65,5%**; esto significa que hay un 34,5% de ejemplares que se editan y no encuentran salida en el mercado.

Por otro lado, respecto a la posibilidad de reducir costes asociados a la devolución de ejemplares, el último informe sobre **Comercio Interior del Libro en España 2008** ofrece algunas cifras:

- Durante dicho año, las devoluciones afectaron a un total de **668 editoriales españolas**, el 77,9% del total de las editoriales analizadas en dicho estudio.
- La **cifra media de devolución** alcanzó los **1,25 millones de €**
- Finalmente, la **tasa de devolución anual**, es decir, la representación de las devoluciones sobre el total facturado por aquellas editoriales afectadas por la devolución de ejemplares, se situó en el **28,5%**, porcentaje idéntico al reflejado el año anterior.

⁷ La *Expresso Book Machine*, por ejemplo, supone un desembolso de aproximadamente 81.000 €

Gráfico 6 – Devolución de libros 2004-2008. Editoriales



Algunos ejemplos de editoriales que han incorporado sistemas de impresión bajo demanda son *Faber and Faber*, *McGraw Hill*, *Random House* o *Penguin*; esta última cuenta ya con un servicio de libros a la carta (*Penguin Custom*) para ofrecer al lector libros a medida. Dentro de nuestras fronteras existen también algunas iniciativas como *Edi.cat*, la primera plataforma de edición independiente en catalán formada por las editoriales *Angle*, *Cossetània* y *Bromera*; o *BookAndYou*, una autodefinida editorial-biblioteca que imprime bajo demanda obras de autores noveles.

LIBRERÍAS

Oportunidades	Retos
➤ Optimización en el desarrollo de otras actividades distintas a la venta y asesoramiento.	➤ Pérdida del rol como principal espacio referente de compra.
➤ Disminución de pérdidas asociadas a las devoluciones	➤ Mayor coste del producto final.
➤	➤
➤ Ampliación de la oferta a otros títulos de menor demanda.	➤ Necesidad de mayor inversión en digitalización de contenidos.
➤ Customización del producto, es decir, ofrecer al lector la posibilidad de adquirir partes de una publicación que sean de su interés.	➤ Elevados costes de inversión
➤ Disminución de costes de almacenaje.	➤ Menor calidad del producto final.

De acuerdo con el informe *Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería en España 2008*⁸, existe en la actualidad en España un importante porcentaje de librerías que realizan actividades complementarias a la venta de libros, actividades que pueden optimizarse con la incorporación de servicios IBD y entre las que se encuentran:

- Servicios de **distribución**: entre un **12,8%** y un **21,4%** de librerías (las medianas - pequeñas y las más grandes respectivamente)

⁸ Informe anual realizado por la *Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL)* con la colaboración del *Ministerio de Cultura*

- Servicios relacionados con la **edición**: entre un 11,8% y un 21,4% (las medianas - pequeñas y las grandes respectivamente)
- Actividades de **impresión**: menos del 5,0% de los establecimientos.

Pero además, según el mismo informe, uno de los problemas más graves del sector librero son los **costes derivados de las devoluciones y reediciones**, problemática que en dicho año afectó a **entre el 27,7% y el 29,08% de las librerías españolas** analizadas (las muy grandes y las medianas - grandes respectivamente).

Los **ejemplos** de implantación de sistemas de IBD en librerías los encontramos especialmente fuera de nuestras fronteras. Así, en Europa, la primera iniciativa ha sido la desarrollada por la cadena *Blackwell's* de Reino Unido, especializada en libros académicos; esta compañía ha incorporado en uno de sus locales una *Espresso Book Machine* con el objetivo de extender dicho servicio paulatinamente hasta alcanzar los 60 establecimientos con los que cuenta en la actualidad. De momento, permite la edición de más de un millón de títulos que pueden ser adquiridos a un precio que oscila entre los 6,6€ y los 13,0€, respondiendo a una demanda que ronda los 20 ejemplares diarios. Entre sus máximos demandantes se encuentran, principalmente, editores independientes, librerías, estudiantes y autores. No obstante, el uso de esta maquinaria presenta algunas deficiencias fundamentalmente relacionadas con la calidad del libro (sólo imprime en blanco y negro, a excepción de la cubierta y se aplica un formato estándar).

En otros casos, la impresión bajo demanda se ofrece a través de acuerdos con las editoriales; tal es el caso de la *Asociación de Libreros de Estados Unidos (BEA)*: el librero paga una cuota por título a la editorial para que ésta lo digitalice, le asigne el ISBN e incluso le distribuya el libro.

AUTORES

Oportunidades	Retos
➤ Facilita la entrada de sus creaciones en el mercado editorial (autoedición)	➤ Pérdida de la garantía de calidad aportada por el editor
➤ Mayores márgenes de beneficio para el autor (del 10% al 20%-40%)	➤ Incertidumbre respecto a su visibilidad en la Red

Sin duda, una de las grandes aportaciones de la impresión bajo demanda es la posibilidad que ofrece al *autor* novel para incorporarse al mercado editorial. En los últimos años han ido surgiendo una larga lista de **portales de creación literaria** que facilitan la publicación de obras en la red y que ofrecen, en principio, mayores márgenes de beneficio para el autor. Entre las pioneras en el ámbito internacional pueden citarse *Amazon* y *Lulu.com* (www.lulu.com); según los responsables de esta última, sus ingresos aumentaron entre 2006 y 2007 un 86% y cuenta, en nuestro país, con más de 70.000 usuarios registrados y obras de más de 9.000 autores. Dispone de una herramienta que permite al autor calcular los costes de impresión para poder establecer el precio de su obra; éste conserva sus derechos y el control creativo de su obra, aunque no los de impresión y comercialización, ya que esta plataforma funciona también como librería a través de la Red.

Con un esquema similar al de *Lulu*, un portal español con creciente implantación es *Bubok* (www.bubok.es). Esta plataforma, lanzada en abril de 2008, contaba nueve meses después con un catálogo de alrededor de 6.000 títulos y publicaciones de más de 14.000 autores. El potencial de este medio ha atraído también a autores consagrados como Alberto Vázquez Figueroa, quien colgó 20 libros de descarga gratuita a este portal.

A la expansión de estos portales y las nuevas posibilidades de publicación a través de la Red, hay que añadir **otras formas de creación**. Muchas de ellas tienen en común la autoría compartida, cuyo máximo exponente son las *wikinovelas*, un nuevo fenómeno en el campo literario en el que más que la figura del autor, el foco de atención es el contenido de la historia: un autor lanza un contenido en la Red y otros lo van completando. Un buen ejemplo es la obra titulada *Q*, escrita por *Luther Blissett*⁹, un colectivo de autores boloñeses que están replanteando no sólo la figura del autor del siglo XXI sino también la forma de promocionar los títulos en el entorno digital; recientemente han

⁹ *Wu Ming* actualmente, término chino que significa "sin nombre"

publicado *Mantuana*, una obra abierta cargada de altas dosis de interactividad: en la web oficial del libro se incluye un trailer de la novela, una cronología que permite al lector situarse en el contexto histórico, una sección que informa de los lugares donde transcurren los hechos e incluso las páginas no publicadas en la edición impresa, permitiendo además al lector realizar sus aportaciones. Pero existen proyectos que van aún más allá como el lanzado a principios de septiembre por *Level 26*, a través de esta web se accede a las denominadas *diginovelas*, libros que funden narrativa, vídeo e Internet.

LECTORES

Oportunidades	Retos
➤ Customización del producto	➤ Mayor coste del producto final
➤ Ampliación de la oferta de títulos disponibles, especialmente los que no suelen tener mucha demanda	➤ Menor calidad del producto final
➤ Mayor rapidez de acceso a publicaciones	

BIBLIOTECAS

Las aplicaciones de la impresión bajo demanda en el ámbito bibliotecario cobran cada vez mayor valor ante la progresiva digitalización de fondos que, con el fin de facilitar el acceso a sus colecciones, están desarrollando estas instituciones.

En algunos casos, la IBD se ofrece a través de convenios con otras entidades; tal es el caso de la *Biblioteca Nacional de España* y *Bubok*, plataforma que gestiona la edición y comercialización de las joyas reunidas en la *Biblioteca Digital Hispánica*¹⁰. Esta iniciativa permite al lector disponer de buena parte del tesoro bibliográfico español, con precios variables en función del número de páginas de la obra. Ya en la esfera internacional, también es de destacar la iniciativa de la *Biblioteca de la Universidad de Cornell* (EEUU) cuyos fondos digitalizados, unos 80.000 títulos de dominio público, pueden imprimirse ya bajo demanda a través de *Amazon*, portal con el que colabora desde el año 2006. En otros casos, es la biblioteca quien ofrece directamente este servicio; por ejemplo, la *Biblioteca Pública de Nueva York*, la primera biblioteca del mundo que ha incorporado una *Espresso Book Machine* en su local.

ALGUNAS CIFRAS SOBRE IBD EN EL MUNDO

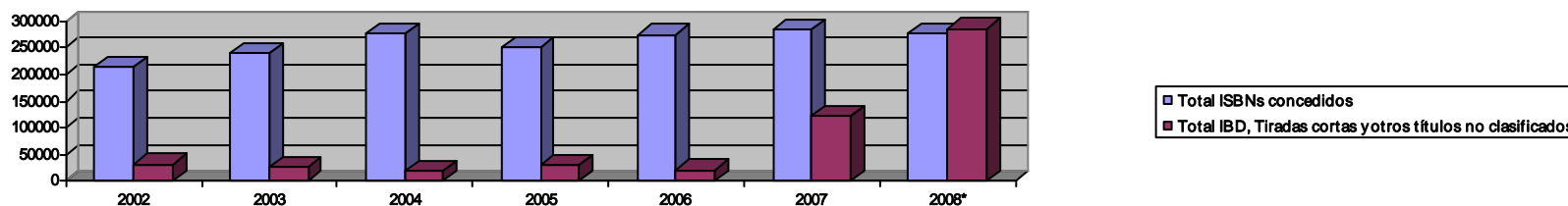
Es difícil ofrecer cifras fiables sobre edición bajo demanda, básicamente porque o bien no son recogidas específicamente, o bien se consideran pero en conjunción con otro tipo de publicaciones. En este último caso se ubican las ofrecidas por la compañía *Bowker*¹¹ relativas a la IBD en **Estados Unidos**. Basándose en la información recogida en su base de datos *Books In Print*, nos ofrece los siguientes datos relativos a libros impresos bajo demanda, títulos con tiradas cortas y otros no clasificados:

- El incremento en el número de libros producidos bajo este sistema entre los años 2007 y 2008 alcanzó el 132% (de 123.276 a 285.394 títulos), cifras que además contrastan con un descenso en la producción de nuevos títulos del 3,2%.
- De confirmarse estas cifras, el incremento en IBD entre los años 2006 y 2008 alcanzaría el 462%.

¹⁰ Proyecto comentado en la página 40

¹¹ Bowker (www.bowker.com) es la Agencia del ISBN estadounidense

Gráfico 7 – Porcentajes anuales de nuevos títulos en IBD respecto al total editado en EE.UU.



Fuente: *Books In Print*. Bowker 2008

* Los datos de 2008 son una estimación

También disponemos de datos de IBD en **Italia**, ofrecidos por la *Associazione Italiana Editori* en su informe *Editoria libraria, stampa digitale, Print on Demand. Report di ricerca, 2007*. Los datos más destacados son:

- El 53% de los impresores recibieron en 2007 solicitudes de impresión digital e IBD, dato que implica una subida del 11% respecto al año anterior.
- El 4,9% de los editores censados utilizan sistemas de edición digital e IBD, reflejando un aumento del 76% respecto al año 2006.
- El 22% de los títulos para adultos (entre once mil y doce mil títulos) se editaron en digital, un 15% más frente al año anterior.

En lo que a **España** respecta, en el año 2008 se solicitaron para ser editados bajo demanda un total de **1.868 ISBNs**.

E-READERS

El **e-reader** es el resultado de los muchos esfuerzos centrados en erradicar las barreras persistentes entre la lectura tradicional, en soporte papel, y la lectura en pantalla. Se trata de un dispositivo en soporte rígido, de tamaño normalmente similar a una cuartilla, que permite la descarga y lectura de contenidos digitales, pudiendo definirse como *un dispositivo diseñado expresamente para permitir la lectura de contenidos en formato digital emulando la forma y dimensiones de un libro convencional*¹².

Recibe muchas otras denominaciones: **libro-e**, **e-libro**, **e-book** o, desde no hace mucho también **e-reader** para distinguir este soporte de los contenidos que pueden descargarse a través de él y de otros muchos dispositivos, contenidos que suelen identificarse bajo el término **libro electrónico**.

Desde finales de los años noventa, han sido muchos los dispositivos de lectura digital que han ido intentando hacerse un hueco en el mercado sin demasiado éxito, fundamentalmente por las deficiencias en lo relativo a la facilidad de lectura, el precio del soporte lector y las restricciones derivadas de la rigidez de uso y la incompatibilidad de formatos, restricciones que finalmente limitaban la descarga de títulos. No obstante, la salida al mercado a finales de 2007 del dispositivo *Kindle* de *Amazon*, ha ido modificando la actitud del mundo editorial y de los lectores hacia este tipo de soportes de lectura; con un catálogo inicial de alrededor de 88.000 títulos, en 2008 había alcanzado el medio millón de dispositivos vendidos. Actualmente su catálogo se compone de unos 345.000 títulos.

El lanzamiento a principios de este año del *Kindle2*¹³, parece haber reforzado la difusión de estos soportes, impulsando el desarrollo versiones más avanzadas de los ya existentes o la aparición de otros nuevos por todo el mundo; algunos ejemplos de ello son:

- Desde el mercado asiático, la creación del *Flepia* japonés, de *Fujitsu* (el primer modelo con textos e imágenes a color, aunque a un precio superior que ronda los 800 €), del *Papyrus* coreano de *Samsung* o del *Zaapa* de en Taiwán.
- Desde el europeo, el *Cybook Opus*, de la empresa francesa *Booken*, un e-reader de bolsillo.
- Desde el norteamericano, el *Kindle 4*, diseñado para estudiantes y el *Kindle DX* especialmente destinado a la lectura de periódicos que, durante el próximo otoño, será utilizado en varias universidades americanas en sustitución de los libros impresos. El potencial del colectivo de estudiantes como usuario de este tipo de dispositivos quedó patente en el informe *2008 Global Student E-Book Survey* realizado por *E-Brary*¹⁴ cuyos resultados concluyeron que el e-book fue, durante el año 2008, el segundo recurso electrónico más utilizado (un 51% de los encuestados), reflejando una importante escalada frente al año 2006, cuando se situaba en sexta posición.
- Ya en nuestro país, es llamativo el reciente lanzamiento del libro electrónico *Inves Book 600* distribuido por *El Corte Inglés*, fundamentalmente porque evidencia la entrada de un gigante de la distribución en estos formatos, una muestra más de la incipiente demanda española de este tipo de dispositivos.

Pero más allá de la mera fabricación de dispositivos de lectura, un aspecto especialmente determinante es la **oferta de contenidos** a la que puede accederse desde cada uno de ellos. Hasta no hace mucho, la oferta de *Amazon* era la más extensa pero, recientemente, la mayor librería del mundo, *Barnes and Noble*, irrumpió en el mercado con un catálogo de 700.000 títulos accesibles desde su lector, el *Plastic Logic eReader* y desde otros dispositivos como el *iPhone*, la *Blackberry* y el propio ordenador.

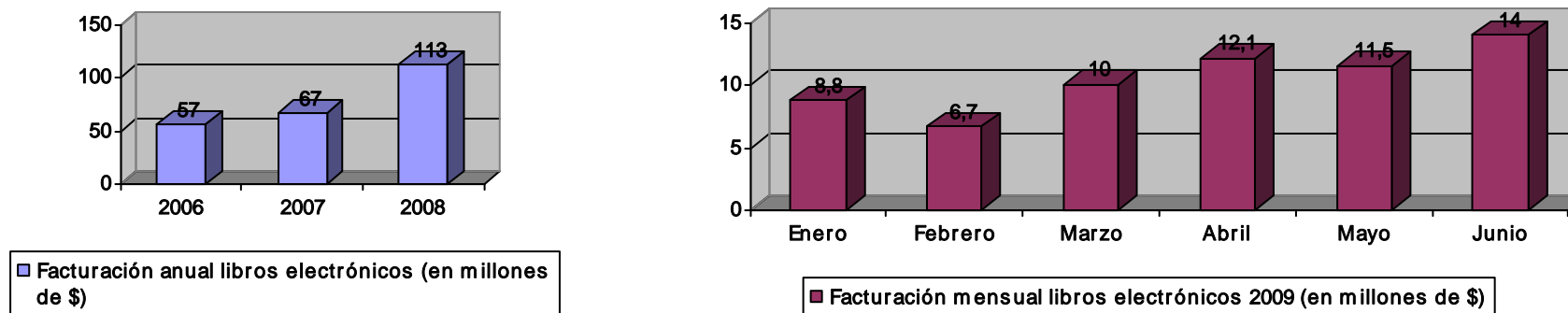
¹² José Antonio Millán

¹³ Entre las mejoras del *Kindle 2* pueden mencionarse el acceso a 345.000 títulos, una capacidad de almacenamiento de más de 1.500 títulos listos para la descarga en menos de un minuto, un precio medio de descarga en torno a los 6€, menor peso y grosor que el anterior, función de audio-libro, posibilidad de modificar la letra, de escuchar música y de recuperar la lectura en el mismo punto en que la dejamos en éste o en otros dispositivos como el *iPhone* o el *iPod Touch* de *Apple* entre otros.

¹⁴ Empresa norteamericana proveedora de servicios en Internet

Como vemos, la mayoría de las iniciativas dirigidas a ofrecer contenidos destinados a e-readers proceden de **Estados Unidos**, país en el que, de acuerdo con la *Association of American Publishers*, la venta de libros electrónicos generó, en junio de 2009, 14 millones de dólares, la cifra más alta de su historia; dicha facturación viene a representar casi el 1% del volumen total de ventas de libros en dicho país. Las cifras ofrecidas por esta entidad en los últimos años, reflejan una curva claramente ascendente.

Gráfico 8 – Evolución anual (2006-2008) y mensual (2009) de la facturación relativa al libro electrónico en Estados Unidos



Fuente: *Association of American Publishers*

PRINCIPALES APORTACIONES Y RETOS DEL E-READER. ALGUNOS DATOS EN ESPAÑA

La entrada del e-reader en España parece ser más lenta que en otros países, especialmente en comparación con el mercado norteamericano y el asiático. De acuerdo con *Grammata*¹⁵, en el año 2008 se vendieron en España cerca de 8.000 lectores, cifra muy lejana al medio millón de Estados Unidos.

Es posible que esta dilación se deba, en parte, a la ausencia de una demanda consolidada que frena la entrada de empresas en este mercado emergente, aunque también a la ausencia de una oferta de calidad de contenidos digitalizados en nuestro idioma. Para conocer más a fondo la situación en nuestro país, nos remitimos a la investigación desarrollada por *The Cocktail Analysis*¹⁶ y publicada bajo el título *Prospección del mercado de dispositivos lectores de eBooks* en abril de 2009. A pesar de sus limitaciones muestrales (un total de 821 cuestionarios entre **internautas de 18 a 45 años**, de los cuales sólo 26 son personas que disponen de algún lector electrónico), este estudio nos ha permitido profundizar en el grado de conocimiento de estos dispositivos en nuestro país, así como el interés de compra potencial, los motivos que impulsan o frenan su adquisición, la posibilidad de potenciar el hábito lector con el uso de estos dispositivos y las pautas reales de uso entre aquellos españoles que disponen de algún e-reader en la actualidad.

GRADO DE CONOCIMIENTO DEL E-READER EN ESPAÑA

¹⁵ Una de las empresas españolas que comercializa estos dispositivos en nuestro país

¹⁶ Agencia de investigación y consultoría estratégica especializada en tendencias de consumo, comunicación y nuevas tecnologías (www.tcanalysis.com)

De acuerdo con el citado estudio, un **75% de los encuestados** conoce la existencia de estos dispositivos, aunque se observa bastante **confusión con otros dispositivos** móviles que permiten la lectura en pantalla (*iPhone, Blackberry*). Por otro lado, sólo un 2,7% de los encuestados disponen de algún e-reader.

ASPECTOS MÁS VALORADOS

Entre las principales **aportaciones** comunes a estos aparatos podemos subrayar:

- La reducción del consumo de papel y eliminación de costes ecológicos asociados a la producción y distribución del libro impreso.
- La posibilidad de acceso a la lectura en cualquier momento y desde cualquier parte del mundo, sin necesidad de desplazamiento.
- La posibilidad de disponer de una verdadera biblioteca a gusto del lector, sin necesidad de que los libros ocupen un espacio físico, dadas las elevadas capacidades de almacenamiento de los dispositivos actuales.
- La inmediatez de acceso, especialmente en los casos en los que el dispositivo dispone de conexión Wi-Fi, siendo de hecho ésta una de las características técnicas más valoradas según el citado estudio. Le siguen, la incorporación de pantalla táctil, la conexión a Internet, acceso a diccionarios y sistemas de audio.
- Un precio de descarga inferior a la adquisición en papel.
- La amplitud de la oferta de libros disponibles de forma gratuita (especialmente obras clásicas de dominio público).
- La posibilidad de realizar anotaciones, incluir notas, subrayar parte del contenido o buscar palabras en un diccionario.
- La eliminación del deterioro al que se somete el libro impreso.
- La facilidad de pago de la descarga, generalmente con tarjeta de crédito vía Internet.
- Las aplicaciones de este soporte en determinados colectivos como personas con problemas visuales o auditivos, ya que existen dispositivos que permiten variar el tamaño de la letra o escuchar el contenido.

De todas ellas, de acuerdo con el estudio, la comodidad de transporte y la practicidad de estos dispositivos son los factores que más pueden impulsar la compra, aunque el **hábito lector** y la **edad** juegan un papel importante:

- Un **52%** de la muestra manifiesta su predisposición hacia la compra de algún e-reader, porcentaje que aumenta entre los encuestados de menor edad
- Dicho porcentaje se eleva al 61% entre los lectores de entre 6 y 10 libros y disminuye hasta el 26% entre los no lectores
- Un 5% de los encuestados que disponen de algún e-reader son lectores de más de 10 libros anuales

BARRERAS DE ENTRADA

- El principal factor que parece frenar la compra es la arraigada tradición hacia el libro en papel, fundamentalmente por su **ruptura con el libro tradicional** y por el rechazo a la lectura en pantalla, a pesar de las mejoras introducidas con la aplicación de la tinta electrónica que hacen que la lectura en estos aparatos sea más agradable. En este sentido, las investigaciones realizadas por el *Centro Nacional para la Educación y la Investigación de la Lectura de Noruega* avalan la teoría de que la lectura en pantalla, en este u otros dispositivos, disminuye la capacidad de inmersión y retención del contenido; este es un aspecto especialmente relevante en el proceso de incorporación de estos dispositivos en el ámbito educativo, especialmente si tenemos en cuenta iniciativas que se están llevando a cabo en nuestro país entre las que podemos destacar:
 - La aprobación de un programa piloto lanzado desde el *Departamento de Educación de Cataluña* para la digitalización de libros de texto dirigidos a alrededor de cien institutos públicos concertados de dicha Comunidad Autónoma. Este proyecto, cuyos objetivos se centran en promover la gratuidad de los libros de texto y mejorar la calidad de la enseñanza, supondrá la sustitución de los libros de texto tradicionales por otros digitales y tendrá una duración de cuatro años. Aunque son varios centros los que se encargan de crear dichos contenidos digitales, algunas editoriales participan también su creación.

- El *Proyecto Agrega*: una gran plataforma de contenidos pedagógicos en Internet que pretende estar implantada en todas las comunidades autónomas españolas a lo largo de este año. Este proyecto comenzó en 2006 a iniciativa de *Red.es* como parte del programa *Internet en el Aula* y del *Plan Avanza*. Permite que tanto profesores como alumnos, familiares y empresas aporten contenidos digitales a través de esta plataforma tras una evaluación de su calidad pedagógica, facilitando el intercambio de contenidos entre todos los agentes involucrados.

Al margen de las aplicaciones en el ámbito de la enseñanza, existen determinados contenidos con mayor capacidad de adaptación a estos soportes en los que la ruptura con el libro impreso cobra menor importancia. Por ejemplo, las obras de referencia o consulta cuyo volumen y actualización continua de contenidos las hace más manejables en formato digital, especialmente los textos jurídicos, que de hecho se publican actualmente en su mayoría en formato digital, o las publicaciones científicas y ensayos, ya que su edición digital facilita la accesibilidad y actualización de contenidos.

- Adicionalmente, el e-reader muestra ciertas **dificultades a la hora de reproducir fotos e imágenes no textuales**. No obstante, existen en la actualidad líneas de investigación mucho más sofisticadas que incorporan incluso vídeos y redes sociales; aunque no son propiamente e-readers sino más bien dispositivos que intentan unificar distintas funcionalidades en un solo aparato, mantienen la lectura como aplicación principal¹⁷.
- Su **elevado precio**: de acuerdo con el informe de TCA, el precio es el **cuarto factor** de freno hacia la compra de estos dispositivos; adicionalmente, entre los encuestados que manifestaron interés hacia la compra, el precio medio que estarían dispuestos a pagar se situó en 70€, existiendo un 54% dispuesto a adquirir uno si su precio fuera inferior a los 50€.

La realidad es que el precio de un e-reader oscila actualmente **entre los 250 y los 800 euros**, dependiendo del modelo. En consecuencia, es un producto rentable para determinados perfiles, fundamentalmente grandes lectores o amantes de libros raros, estudiantes o investigadores habituados a la lectura de grandes volúmenes, ejecutivos que necesitan manejar grandes cantidades de documentos, viajeros o personas que encuentran en estos dispositivos la única posibilidad de leer ante determinadas deficiencias físicas, principalmente visuales, pero no tanto para el lector ocasional o incluso el habitual.

Aún así, si tenemos en cuenta que de acuerdo con los datos del informe *Hábitos de Lectura y Compra de Libros 2008*¹⁸, la media de libros leídos **entre los lectores** (*personas que han leído al menos un libro en el último año*) es de 8,9 libros anuales, **en términos meramente económicos**, esto implicaría que, para un aparato como el *Kindle*, **la inversión no se vería amortizada hasta pasados más de 6 años** desde su compra. **En el caso de grandes lectores** (*personas que leen todos o casi todos los días*), la media se eleva a 13,2 libros por año, lo que supondría **4 años y medio** para alcanzar dicha amortización.

- La imposibilidad de **copiar o imprimir** muchos de los libros electrónicos con el fin de proteger los derechos de autor es también una barrera de entrada.
- La **escasa oferta de contenidos electrónicos**, muy inferior respecto a la de libros impresos y muy **especialmente en idioma español**. La gran mayoría de los contenidos digitalizados hasta el momento y ofertados a través de la Red son títulos de dominio público; sería importante la inclusión en la oferta electrónica de novedades cuyo precio además debería reflejar el ahorro de costes del libro electrónico, ya que en la actualidad nos encontramos con algunos casos en los que el **precio de la descarga** de libros es **superior al precio del libro impreso**.
- La **exclusividad** de descarga de títulos en determinados **formatos** en función del dispositivo que se adquiera: existen alrededor de 27 formatos de archivos distintos; se hace necesario el establecimiento de un formato más o menos estándar. En este sentido, destacar la iniciativa de *Adobe* dirigida a la generación de un formato

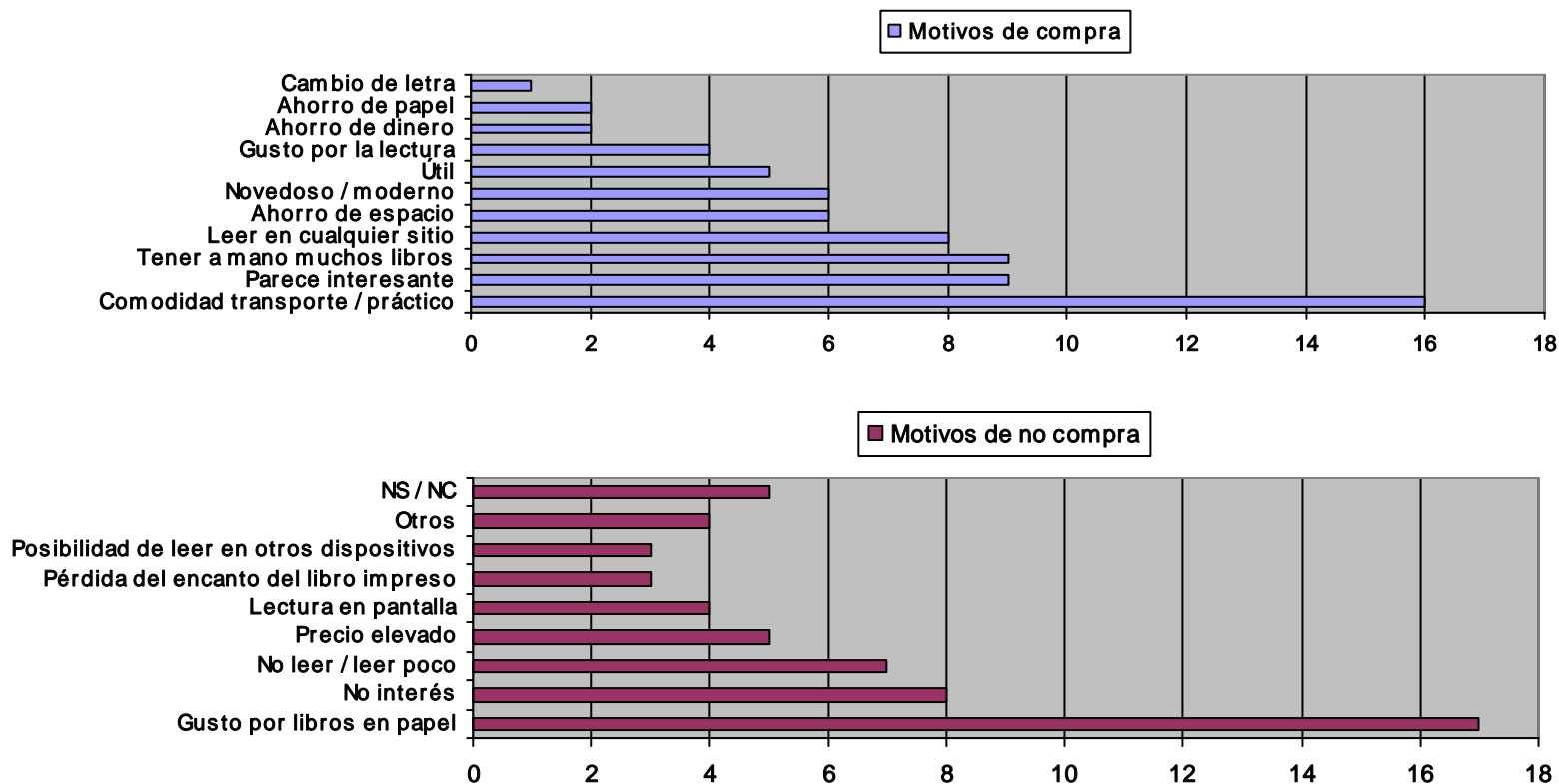
¹⁷ Nos referimos al lanzamiento de *Vook*, una plataforma para libros electrónicos ideada por un empresario norteamericano que todavía no ha salido al mercado

¹⁸ Federación de Gremios de Editores de España

que, bajo la denominación *ePub*, facilita la lectura de libros digitales en los distintos soportes y cumple las normas propuestas por el *International Digital Publishing Forum (iDPF)*. Muchos dispositivos utilizan ya este formato, entre ellos el *e-Reader* de *Sony*, o el *Plastic Logic e-Reader* de *Barnes and Noble*.

- La confrontación del e-reader con la **tendencia actual a la integración de funcionalidades** muy divergentes en un solo aparato. De hecho, el estudio de TCA refleja que la lectura en otros dispositivos distintos al e-reader despierta bastante interés, alcanzando a más de la mitad de los encuestados. En consecuencia, el precio del e-reader unido a la oferta en lectura a través de otros dispositivos pueden ser barreras de entrada.

Gráfico 9 - Principales motivos de compra / no compra potenciales del e-reader



Fuente: *Prospección del mercado de dispositivos lectores de eBooks. The Cocktail Analysis*

PATRONES DE LECTURA

La relevancia de los nuevos modos de lectura que van introduciendo éste y otros dispositivos se pone de manifiesto en la inclusión, en el próximo estudio PISA¹⁹, del análisis sobre **competencia lectora digital** en estudiantes de 17 de los más de 60 países que participan en el estudio, incluido España.

Por el momento, los datos con los que contamos son los ofrecidos en el informe TCA cuyas conclusiones pasamos a enumerar.

- A pesar de ciertas diferencias en función del sexo y la edad, las preferencias de lectura en estos soportes presentan un **patrón muy similar al manifestado en la lectura en papel**:
 - Predilección por la lectura de libros frente a la lectura de prensa, especialmente novelas, seguidas por libros de texto y estudio, las obras de ensayo y divulgación y los cómics.
 - La predilección por la lectura de prensa es superior en hombres que en mujeres
 - Predilección hacia la lectura de los mismos autores que en soporte papel

Tabla 10 – *Lectura Potencial vs. Real en función del contenido y variables personales* (datos en porcentajes)

	Lectura Potencial					TOTALES	
	Sexo		Edad			Potencial	Real
	Hombres	Mujeres	18-25	26-35	>35		
Libros	97	100	98	98	98	98%	89%
Narrativa / Novela	89	96	94	93	89	92%	83%
Libros de texto / Estudio	46	49	51	47	43	47%	19%
Ensayo / Divulgación	37	33	32	37	36	35%	28%
Cómic	42	26	34	36	31	34%	20%
Literatura Infantil y Juvenil	19	30	29	21	25	24%	19%
Libros de Empresa	32	14	16	26	27	23%	-
Teatro	16	21	24	16	16	18%	20%
Poesía	13	23	23	13	20	18%	19%
Otros	12	10	10	11	13	11%	11%
Prensa Generalista	75	54	59	68	67	65%	41%
Prensa Económica	34	13	12	27	31	24%	26%
Prensa Deportiva	54	14	34	38	34	36%	26%

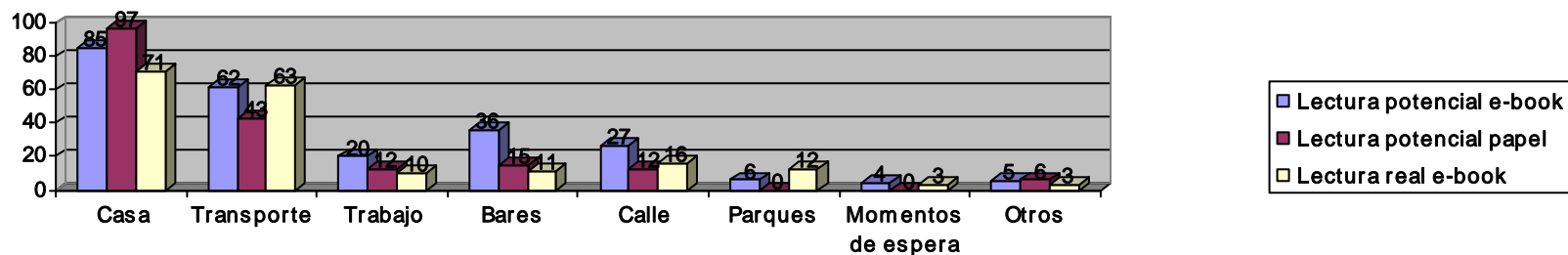
Fuente: *Prospección del mercado de dispositivos lectores de eBooks. The Cocktail Analysis*

- Al igual que ocurre con la lectura en papel, **el lugar preferido para la lectura en este soporte es el hogar**; no obstante, **el uso del e-reader incrementa la lectura real y potencial en situaciones de movilidad**. En conclusión: es posible que el uso de estos soportes incremente tanto el tiempo como los lugares de lectura de libros.

¹⁹ *Programme for International Student Assessment*, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Le elección del lugar de lectura entre usuarios de este soporte sigue, tras el hogar, el siguiente orden de preferencia: transporte, calle, parques, bares o cafeterías, el trabajo y los momentos de espera; entre los usuarios potenciales se observan preferencias más o menos similares.

Gráfico 11 – *Lugares potenciales de lectura de libros en e-book y en papel vs. Lugares reales de lectura de libros en e-book*



Fuente: *Prospección del mercado de dispositivos lectores de eBooks. The Cocktail Analysis*

MODELOS EN ESPAÑA

Uno de los modelos con mayor implantación en España es el **Papyre 6.1**, denominación que recibe el *HanLin eReader V3* bajo licencia española. A pesar de sus escasas prestaciones (no dispone de conexión inalámbrica ni acceso a Internet, la pantalla no es táctil), es uno de los más accesibles y con mayor presencia en el mercado, su precio es más reducido y se comercializa con 500 títulos en castellano listos para la descarga. No obstante, la oferta en nuestro país incluye otros modelos, fundamentalmente:

- **Cybook Gen3**: dispositivo de la firma francesa *Bookeen*, uno de los más populares tras el *Kindle*. Es el más ligero y de dimensiones reducidas.
- **iRex iLiad 2nd Edition**: uno de los más avanzados aunque también de los más caros y pesados del mercado y con menor autonomía.
- **Sony Reader**: es el dispositivo más fino.
- **Inves Book 600**: distribuido por El Corte Inglés, con un catálogo de 120 títulos.

Tabla 12 – Comparativa de algunos dispositivos disponibles en España y el Kindle 2

E-READER	Papyre 6.1	Cybook Gen3	iRex iLiad 2nd Edition	Sony PRS-505	Kindle 2
Empresa	Factor	Bookeen	iRex Technologies	Sony	Amazon
Salida al mercado	2007	2007	2008	2007 (última versión)	2009 (última versión)
Dimensiones	18x12	18x11	21x15	17x12	20x13
Peso	210 gr.	174 gr.	388 gr.	260 gr.	289 gr.
Grosor	9,9 mm.	8,5 mm.	16 mm.	8 mm.	9 mm.
Tamaño pantalla	6 pulgadas	6 pulgadas	8.1 pulgadas	6 pulgadas	6 pulgadas
Resolución	800x600	800x600	1024x768	800x600	800x600
Táctil	No	No	Sí	No	No
Autonomía	10.000 páginas	8.000 páginas	15 horas	7.500 páginas	4 días (con WiFi conectado)
Memoria	512 MB	64 MB	256 MB	200 MB	2 GB
Formato	Mobipocket	Mobipocket	Mobipocket	ePub	Mobipocket
WiFi	No	No	Sí	No	Sí
Precio (aproximado)	300 €	250 €	600-700 €	450 €	275-280 €

Adaptado de www.zonaebook.com

Existen algunas **empresas** y grandes superficies en España que comercializan o distribuyen estos dispositivos pero, de momento, son escasas las empresas del sector del libro que se lanzan a este mercado, bajo la convicción de que el libro electrónico puede ser una línea más de mercado y quizás un elemento estratégico para impulsar la demanda de libros en línea y especialmente su comercialización en tapa dura. Esta idea está avalada por las cifras²⁰: los libros con versión digitalizada han visto incrementar sus ventas hasta un 30% en versión impresa.

Entre las **editoriales** existen iniciativas como la plataforma *Edi.cat* o el *Grupo EDAF*, que permite la descarga de libros electrónicos desde su web al lector *Sony Reader*.

En el caso de las **librerías**, algunas han incorporado en su catálogo la posibilidad de acceso a libros electrónicos y otras, directamente, el dispositivo. Por ejemplo, la cadena de librerías *Elkar*, que ha comenzado recientemente en esta línea con libros electrónicos de dos fabricantes europeos: *iRex iLiad 2nd Edition* y *Bookeen Cybook Gen 3*; la librería *Cámara* de Bilbao, pionera en la introducción de estos dispositivos en el sector librero español, que comercializa directamente los dispositivos *iLiad* y *Hanlin*; la librería madrileña *Diógenes*, que vende e-readers desde finales del pasado año; la librería *Catalonia* o la librería electrónica *Todo eBook*.

Apuntar además la iniciativa de CEGAL de incorporar, en su último informe (*Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería en España 2008*) el análisis **de las ventas de e-readers entre estos establecimientos**. La principal conclusión es que a mayor tamaño del establecimiento, mayor es el número de librerías que los venden: un **35,7% de las librerías muy grandes**, un 20,5% de las grandes, un 8,0% de las medianas grandes y, finalmente, un 5,1% de las medianas pequeñas.

²⁰ *E-Book. ¿Cuál es el modelo de negocio?. ¿Hay contenidos?.* Delibros, mayo 2009

Finalmente, cabe apuntar la progresiva entrada de las **bibliotecas** en el mundo de los e-books. Por ejemplo, la *Biblioteca Pública Francisco Valdés*, en Badajoz, ha sido la primera biblioteca pública española que ha puesto en su servicio de préstamo a domicilio e-readers; también la *Biblioteca Rector Gabriel Ferraté* de Cataluña o, fuera de nuestras fronteras, la *Biblioteca Pública de Nueva York*, que ofrece en préstamo libros electrónicos para ser leídos en distintos soportes.

OTROS DISPOSITIVOS DE LECTURA DIGITAL

Actualmente, cualquier pantalla conectada a la red es candidata a servir como medio para la lectura del libro electrónico con independencia de que no sea ésta su misión principal. De acuerdo con el informe de TCA, la lectura entre la población española en otros dispositivos distintos del e-reader despierta bastante interés, alcanzando a más de la mitad de los encuestados; sólo un 22% manifiesta escaso interés hacia la lectura en pequeñas pantallas.

Entre los principales dispositivos pueden enumerarse los siguientes:

- **Teléfono móvil:** desde este dispositivo es más común el acceso a contenidos de corta extensión, aunque en otros continentes, especialmente el asiático, es también utilizado para la lectura de libros. Por ejemplo, en **Japón**, la facturación por venta de libros electrónicos a través del móvil alcanzó en 2006 los 58 millones de dólares, cifra que supuso un aumento del 331,3% respecto a las obtenidas el año anterior²¹. De hecho, en este país, la mitad de los *best-sellers* impresos durante el año 2007 fueron previamente publicados en formato digital a través de folletines enviados al móvil; uno de ellos, *Koisora*, vendió millón y medio de ejemplares.

Algunas iniciativas a destacar en este sentido son:

- La reciente adaptación de *Google Books Search* a la telefonía móvil, de forma que desde el *iPhone* o móviles que dispongan de la plataforma *Android*, puede accederse a la lectura de los títulos digitalizados.
 - El lanzamiento desde *BlackBerry* de una aplicación gratuita de lectura de libros que permite la descarga de más de 60.000 títulos a través de la tienda *Fictionwise*.
 - La posibilidad de descargar la *Wikipedia* al móvil desde el ordenador, incluidas actualizaciones periódicas; esta es una iniciativa impulsada por la empresa francesa *Wikipock*.
 - También desde Francia nos llegan noticias de iniciativas impulsadas por sellos editoriales como *Casterman* o *AVE! Comics*; esta última ha lanzado varios títulos en este soporte, incluido el último tebeo de *Lucky Luke*, cuyas ventas han igualado a las obtenidas en soporte papel.
 - En lo que concierne a España, la descarga de textos en soportes de telefonía móvil está en desarrollo. Entre las iniciativas impulsadas en nuestro país, destacar el proyecto *Libros para móviles* impulsado por el Gobierno Vasco.
- Las **consolas**, inicialmente creadas para la descarga de juegos, también están integrando funciones destinadas a la lectura; en diciembre de 2008, *Nintendo DS* puso en marcha en el mercado inglés un paquete de un centenar de libros y un programa de lectura.

En conclusión, a pesar de la menor implantación de estos dispositivos en Occidente, todo hace pensar que podrán constituirse como productos en competencia con los e-readers; no obstante, deberán hacer frente a la menor comodidad de lectura en estas pantallas frente a la del e-reader por su tamaño y por la claridad y contraste que ofrece actualmente la tinta electrónica.

²¹ Datos de la *Digital Content Association of Japan*, entidad japonesa que, desde el año 2001, persigue la promoción, distribución y uso de contenidos digitales de calidad.

DESARROLLO WEB DE LA INDUSTRIA EDITORIAL

La entrada de las tecnologías de la información en la industria del libro, como hemos visto, ha introducido nuevas formas de producción, acceso y difusión de contenidos cuya aparición requiere la progresiva adecuación de las realidades de los distintos subsectores. Tal es su influencia que, las **nuevas tecnologías aplicadas a la edición de libros** constituyen, a juicio de sus protagonistas y de acuerdo con el *Estudio sobre la Comercialización del Libro en España*, **el aspecto más determinante del actual desarrollo de la industria editorial**.

En este entorno, disponer de presencia en la Red, explotar las potencialidades que ofrece la Web Social o Web 2.0, incorporar las herramientas y sistemas de gestión generados desde el propio sector del libro e integrarse en el mercado electrónico del libro son factores que cobran cada vez mayor importancia.

PRESENCIA EN LA RED

Son cada vez más las entidades del sector con presencia web. Sus aplicaciones iniciales se centraron en el uso de la red como escaparate y canal de venta de libros en papel, pero con el tiempo la tendencia se ha ido dirigiendo hacia la producción, paralela o exclusiva, de contenidos digitales y su comercialización e incluso distribución gratuita a través de este medio.

Son numerosos los ejemplos en los distintos subsectores:

- Dentro del **editorial**, en enero de 2001 se presentaba en Madrid una de las primeras editoriales digitales españolas, *Novalibro.com*; este será el inicio de una larga lista de iniciativas de lanzamiento al espacio virtual cuya evolución está teniendo como consecuencia la progresiva integración vertical de las grandes editoriales.
- En el caso de las **librerías**, una de las pioneras fue *Veintinueve.com*, creada en el año 2000 a iniciativa del *Grupo Planeta*; no obstante, la escasa demanda de libros electrónicos en aquellos momentos motivó su desaparición un año después. Actualmente es fácil encontrar desde librerías tradicionales con su propia extensión virtual hasta librerías puramente virtuales exentas de una estructura física, pasando por editoriales, distribuidoras y otras instituciones que crean su librería en la red, o por agrupaciones virtuales de librerías. En este último caso se sitúa *Librerías Especializadas Asociadas (LEA)* (www.libreriasespecializadas.com), la mayor librería virtual en castellano, compuesta por libreros independientes con gran tradición en el sector y respaldada por un total de 23 librerías físicas especializadas y sus respectivas versiones digitales.

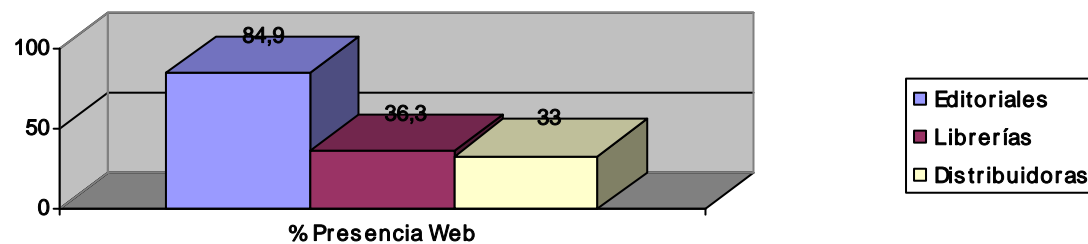
Los distintos sondeos realizados en el año 2008 con motivo del *Estudio sobre la Comercialización del Libro en España*, nos aportan algunas cifras en torno a la **presencia web del sector del libro**:

- Un **84,9%** de las **editoriales españolas** disponen de su propia página web, existiendo en consecuencia un 15,1% sin presencia en este medio. El perfil, en este último caso, se corresponde con editoriales de menor peso en facturación, menor número de títulos vivos en el catálogo y menor número de novedades anuales, así como

las especializadas en libro de bolsillo. La web es un medio especialmente utilizado en la recepción de pedidos y para informar sobre novedades editoriales, desbancando incluso el tradicional envío de catálogos o libros a los puntos de venta.

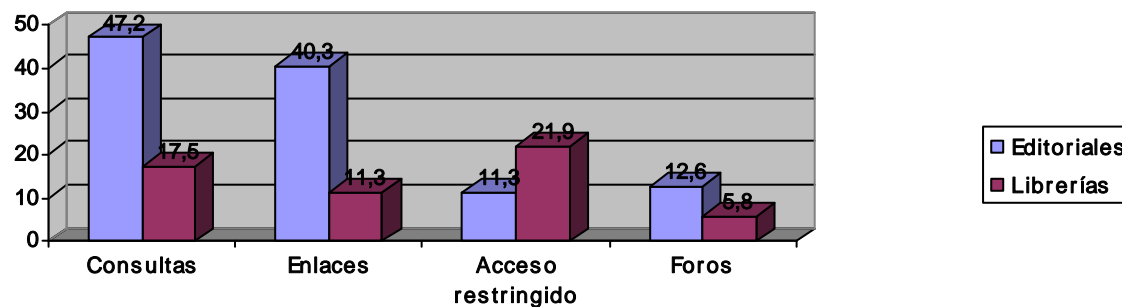
- En el caso de las **librerías**, este porcentaje se sitúa en el **36,3%**. Desde este sector se alude a la dificultad, especialmente de los pequeños establecimientos, para hacer frente a los costes en términos humanos y económicos, derivados de su presencia web y del mantenimiento de los servicios ofrecidos por este medio. Entre los principales usos destacan la tramitación de pedidos y la recepción de novedades.
- Finalmente, un **33%** de los establecimientos de **distribución** disponen de página web propia, aunque con distintos grados de implantación (menor en el caso de distribuidores que trabajan exclusivamente con libros que en el de aquellos que trabajan también con publicaciones periódicas).

Gráfico 13 – Presencia de la Industria Editorial en la Red (datos en porcentajes)



Fuente: *Estudio sobre la Comercialización del Libro en España*

Gráfico 14 – Secciones incluidas: editoriales vs. librerías (datos en porcentajes)



Fuente: *Estudio sobre la Comercialización del Libro en España*

INTERNET COMO HERRAMIENTA COMERCIAL

El desarrollo de Internet ha propiciado también la aparición de un nuevo canal de comercialización del libro, situándose en la actualidad como una poderosa herramienta de negocio, que no sólo afecta al sector editorial sino a cualquier sector de comercialización de bienes y/o servicios.

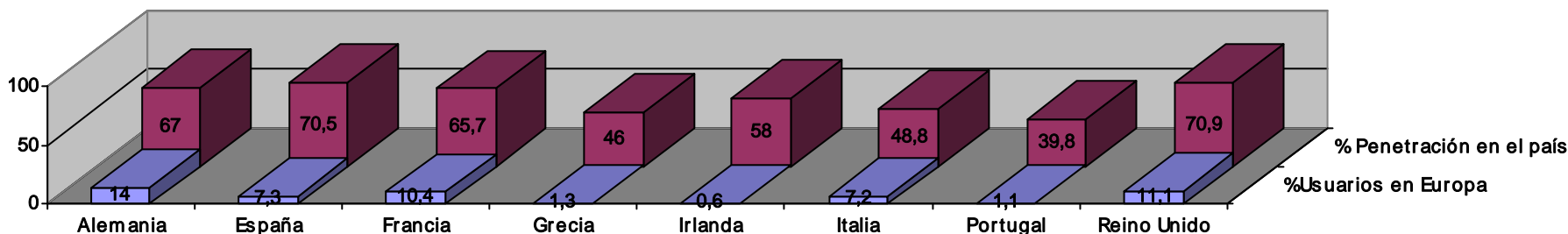
PENETRACIÓN DE INTERNET

De acuerdo con los datos ofrecidos por *Internet World Stats*²², existen en la actualidad un total de 1.596.270.108 usuarios de Internet en el mundo, principalmente ubicados en el continente asiático (41,2% del total), seguido por el europeo (24,6%) y Norteamérica (15,7%). Estas cifras reflejan un aumento espectacular frente a las recogidas en el año 2000, con un total de 360.985.492 internautas. No obstante, se hace necesario analizar las cifras de usuarios en comparación con la densidad de población de cada continente.

En lo relativo a España:

- Somos el **décimo séptimo país del mundo** en número de usuarios, alcanzando al **70,5%** de nuestra población (un total de 27.552.604 españoles). Esta cifra supone un crecimiento del 429,9% respecto a las obtenidas en el año 2000.
- Adicionalmente, entre los países de nuestro entorno ocupamos una posición destacada: del total de internautas europeos, un 7,3% son españoles.

Gráfico 15 – Porcentajes de representación de usuarios de Internet en Europa y en los principales países europeos; Porcentajes de penetración en los respectivos países (2008)



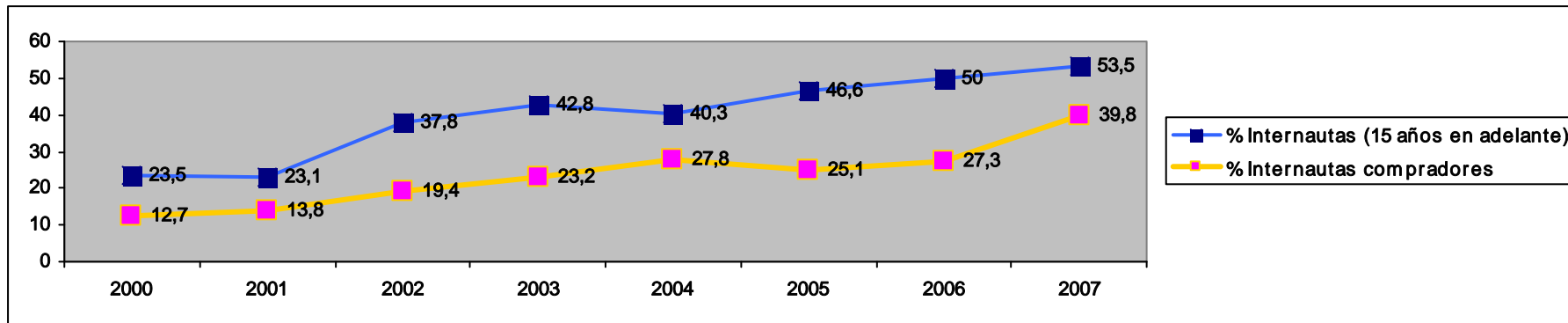
Fuente: *Internet World Stats (2008)*

Las investigaciones realizadas a nivel nacional sobre este tema, ofrecen cifras dispares aunque con conclusiones similares; de acuerdo con los informes publicados por la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECM):

²² Entidad de carácter internacional que analiza periódicamente el uso de Internet en el mundo. Datos de marzo de 2009.

- Ocupamos la **15ª posición en el ranking por países en penetración de Internet** en la población, alcanzando **en el año 2008** un total de **18 millones de internautas españoles**, de los cuales 12 millones acceden a la Red habitualmente.
- En el año 2007 superamos el doble de la población internauta española mayor de 15 años existente en el año 2000.
- Pero además, el número de **compradores en línea** casi se ha cuadruplicado situándose, **en 2008**, en el **49,6% del total de internautas** (alrededor de 10 millones de españoles), con un **gasto medio también en aumento**: de los 595 euros de media en el año 2007 a los **625 euros de gasto medio en 2008**.

Gráfico 16 – Evolución en el número de internautas / internautas compradores españoles (2000-2007)



Fuente: *AECEM*

DATOS SOBRE LA COMPRA DE LIBROS POR INTERNET EN ESPAÑA

De acuerdo con los datos ofrecidos recientemente por la *Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT)*²³ y relativos al año 2008:

- El **comercio electrónico interior y exterior español** alcanzó los **5.183 millones de euros** de facturación, reflejando un **aumento del 39%** frente a la facturación obtenida por este medio durante el año anterior.
- Adicionalmente, y por primera vez desde el año 2002, **las compras realizadas a sitios web españoles** obtuvieron mayor peso por volumen de ingresos que las realizadas desde España a sitios web extranjeros, representando las primeras el **54,7% del total** (2.839 millones de euros).

En lo relativo a la **compra de libros** por este medio, la *AECEM*, nos aporta la siguiente información:

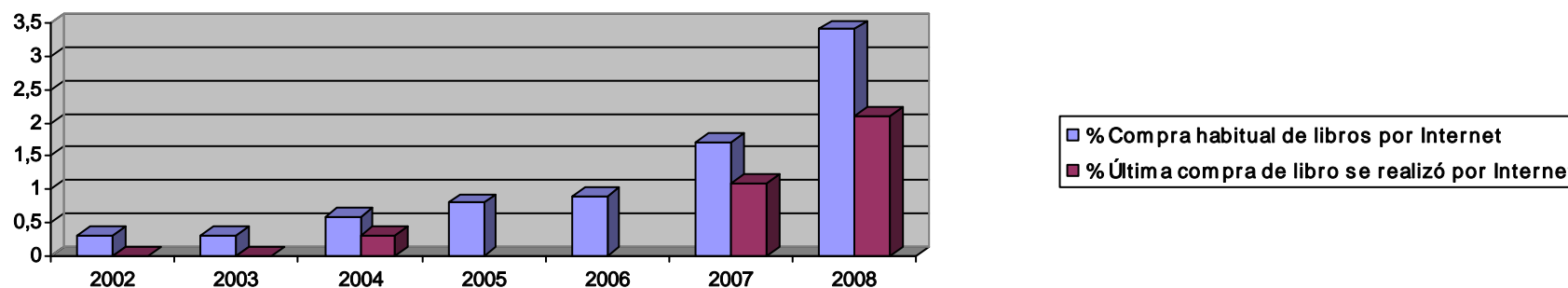
- Dentro de los distintos bienes o servicios que se adquieren online en España, los **libros** ocuparon en el año 2008 la **sexta posición**; la progresiva incorporación de otros productos o servicios ha ido desbancando en posiciones al libro, que en el año 2005 ocupaba el tercer puesto.
- No obstante, se incrementa el número de **internautas que adquieren sus libros por este medio**: del 14,4% en el año 2005 al **17,5% en 2008**.

²³ Organismo Público e independiente que tiene entre sus fines el análisis de mercado de redes y servicios de comunicaciones electrónicas en España.

Finalmente, la *Federación de Gremios de Editores de España* en su informe *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2008* nos ofrece información relativa a la compra de libros por Internet **entre los lectores españoles**:

- **Internet va escalando posiciones** como medio de adquisición de libros entre los lectores: en 2003 un 0,3% de los lectores compraban **habitualmente** los libros por este canal; en 2008 este porcentaje asciende al **3,4%**.
- Las principales **razones que impulsan la compra en la Red** son, por orden: la comodidad que ofrece este canal, el precio del libro, el hecho de que sea el único medio disponible para adquirir determinados títulos, la rapidez de suministro y la amplitud de la oferta.
- El **perfil medio** se corresponde con un hombre, de entre 25 y 49 años, residente en núcleos urbanos, con estudios superiores y de segmento socioeconómico medio alto o alto.

Gráfico 17 – Porcentaje de compra de libros no de texto a través de Internet (2002-2008)



Fuente: *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España*. Federación de Gremios de Editores de España

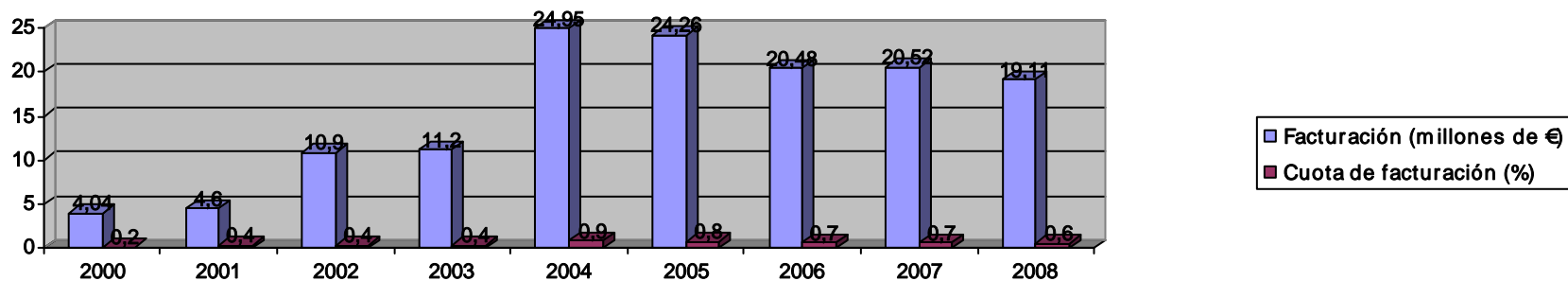
COMERCIO ELECTRÓNICO DEL LIBRO: EDITORIALES Y LIBRERÍAS

Editoriales:

A continuación se resumen los principales datos sobre la comercialización electrónica del libro en España, extraídos del informe *Comercio Interior del Libro en España 2007*.

- La cifra de facturación total de la edición española en el mercado interior alcanzó, en dicho año, los 3.185,5 millones de euros. De éstos, **19,11 millones de euros (el 0,6%)** fueron **facturados por las editoriales a través de Internet**, reflejando una ligera bajada respecto a la obtenida el año anterior.
- La mayor **cuota de facturación** por Internet se alcanzó en el año 2004 con el 0,9%.

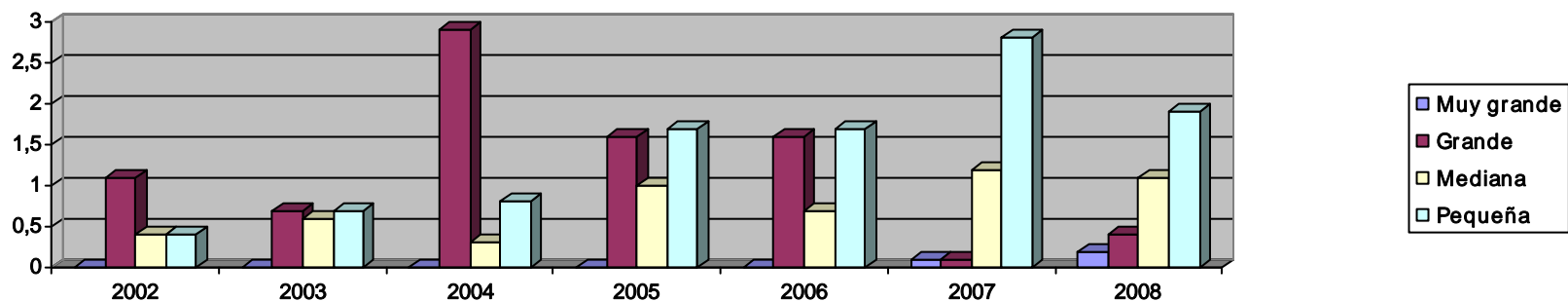
Gráfico 18 – Evolución en la facturación editorial española a través de Internet (2000-2008)



Fuente: Comercio Interior del Libro en España. Federación de Gremios de Editores de España

- La facturación a través de Internet se concentra en editoriales de menor tamaño, siendo en las medianas y pequeñas donde se encuentran los valores más altos y los mayores porcentajes de venta electrónica dentro de su actividad. Así por ejemplo, entre las editoriales más pequeñas la venta electrónica abarcó en el año 2008 el 1,9% de su facturación, mientras en las muy grandes, este canal supuso en dicho año únicamente el 0,2%.

Gráfico 19 – Evolución en la representación de la facturación a través de Internet según el tamaño de la editorial (2002-2008)



Fuente: Comercio Interior del Libro en España. Federación de Gremios de Editores de España

- La facturación más elevada es la relativa a títulos de **Ciencias Sociales y Humanidades** que, con un total de **13 millones de euros**, representan más de la mitad de la facturación total por este medio. Le siguen, por orden, los de *Divulgación General* (1,8 millones de euros), los *Científico Técnicos y Universitarios* (1,4 millones de euros), los *Libros Prácticos* (1,3 millones de euros) y, por último, los de *Literatura y Literatura Infantil y Juvenil* (0,7 y 0,3 millones de euros respectivamente).

- La **Comunidad Autónoma** con mayor cifra de facturación por Internet en el año 2008 fue **Madrid**, abarcando un total de 9,38 millones de euros (el 46,6% del total facturado por Internet); le siguieron Cataluña (9,15 millones de euros), Andalucía(0,52 millones de euros), Castilla y León (0,48millones de euros), Euskadi (0,37 millones de euros) y Valencia (0,16 millones de euros).

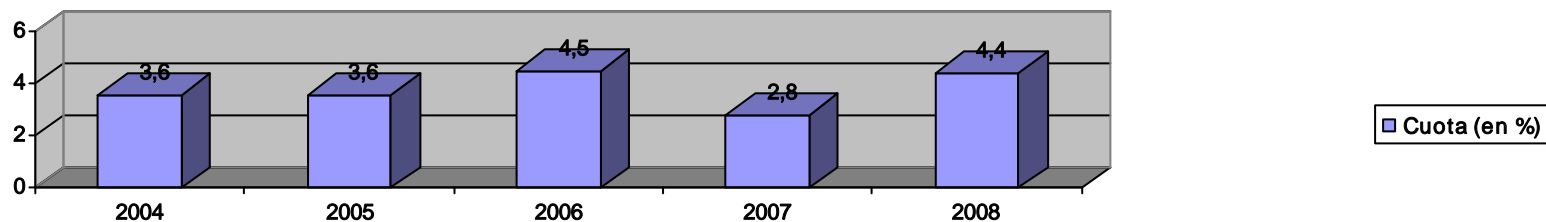
Finalmente, apuntar que, de acuerdo con el *Sondeo a Editores* anteriormente mencionado, un 71,7% de las editoriales analizadas considera **prioritario incrementar las ventas a través de Internet**, especialmente en el caso de editoriales pequeñas. Otros aspectos también resaltados son la necesidad de **incorporar o potenciar la oferta de libros electrónicos** y de **sistemas como la impresión bajo demanda**, medidas destacadas por un 26,7% de las editoriales.

Librerías:

Se exponen a continuación los principales datos de comercialización electrónica del libro dentro del sector librero, extraídos del informe *Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería en España 2008* realizado por la *Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros* (CEGAL):

- La **cuota de comercialización media por Internet** en el caso de las librerías, se situó en 2007 en el **4,4%**; esta cifra supone un importante incremento en comparación con el 2,8% alcanzado el año anterior.

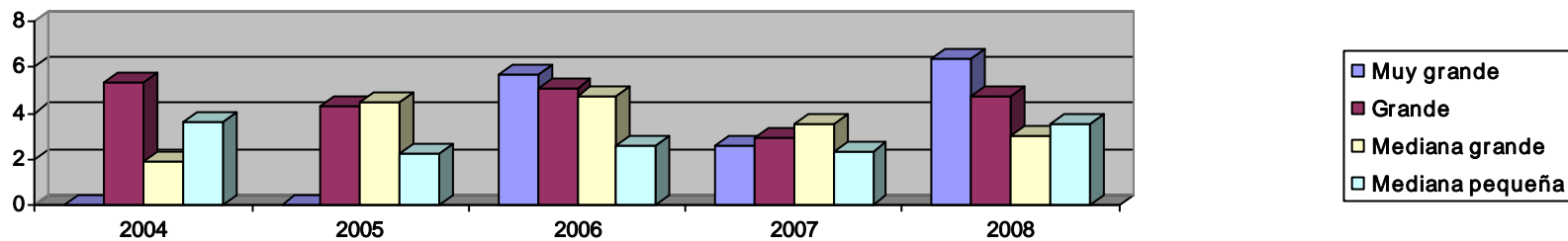
Gráfico 20 – Cuota media de comercialización a través de Internet (2004-2008). Librerías



Fuente: *Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería en España*. CEGAL

- Este porcentaje se eleva hasta el **6,4%** en el caso de las **librerías muy grandes** y disminuye hasta el 3,0% en el caso de las medianas-grandes.
- Es de destacar el **incremento** de las ventas a través de Internet experimentado por las **librerías muy grandes** entre los años 2007 y 2008.

Gráfico 21 – Evolución en la cuota de la comercialización a través de Internet según el tamaño de la librería (2004-2008)



*No disponemos de datos relativos a librerías Muy Grandes durante 2004 y 2005
Fuente: Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería en España. CEGAL

Apuntar finalmente que la **posible competencia por Internet como canal de venta** no parece ser una preocupación generalizada, sólo manifestada por el 5,7% de las librerías analizadas en el *Sondeo a Minoristas*.

LA WEB SOCIAL O WEB 2.0

El término **Web 2.0** se establece en el año 2004 en referencia a una segunda generación en la historia web cuya filosofía se basa en la colaboración y la gestión compartida del conocimiento. Sus principales exponentes los encontramos en las actuales redes sociales, *wikis*, o en la proliferación de los *blogs*; iniciativas que conllevan el paso de la mera publicación de información en la Web a la **participación activa del internauta**, siendo ésta una parte imprescindible de su creación y mantenimiento en la Red.

La tendencia actual en todos los sectores, incluido el del libro, se dirige a la integración del mundo web 2.0 en sus entornos de negocio, garantizando no sólo su presencia en la red sino también una ubicación más estratégica en este medio.

PENETRACIÓN DE LA WEB 2.0 EN ESPAÑA

España es, tras Reino Unido, el **segundo país de Europa con más usuarios** de este tipo de redes²⁴. Los estudios anuales de la *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación* (AIMC), cuyos resultados más recientes exponemos a continuación²⁵ así lo avalan:

- Más de la mitad de los internautas españoles (un 50,8%) está **registrado en alguna red social**, y un 23,4% en más de una.
- Casi un tercio (32,6%) las utiliza con la finalidad de **compartir hobbies**, incluido la lectura.
- La **lectura de blogs** es una práctica extendida, abarcando al 63,4% de los encuestados; menos frecuente es disponer de alguno (30,4%).
- Casi la mitad de los internautas españoles (46%) contribuye **aportando contenidos en la web**, principalmente fotos y, en segundo lugar, **textos** (20,3%)
- Un 64,3% accede a **foros** con frecuencia, al menos, mensual
- La **compra de productos motivada por contenidos de la web** abarca al 75,5% de los internautas encuestados, incluidos los **libros**; éstos se sitúan en **sexto puesto** entre los productos adquiridos por los internautas cuya decisión de compra viene motivada por contenidos de la web, alcanzando al 7,6%.
- La **compra a través de la web**, motivada o no por dichos contenidos, es una **práctica extendida**: un 95,4% de los internautas ha comprado algún producto o servicio a través de ella en el último año; al igual que en el caso anterior, los libros se situaron en un sexto puesto, con un 6,8% de los entrevistados.

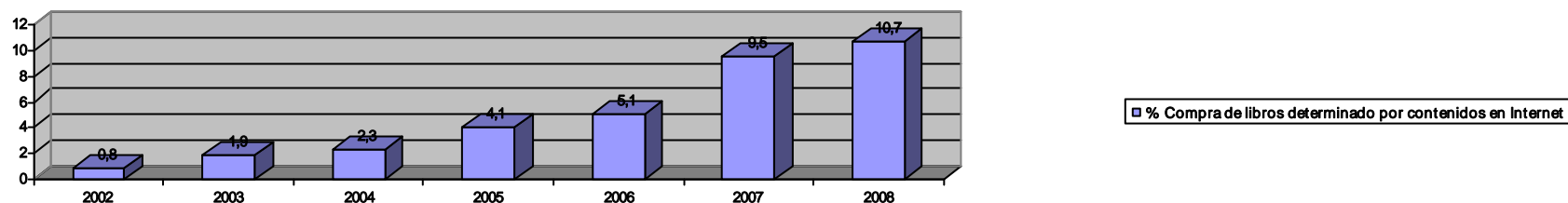
Estos datos parecen mostrar el poder de este medio, capaz de influir e incluso modificar la intención de compra del internauta. Su potencial en el sector del libro se pone también en evidencia en el informe *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España*: tras la temática del libro, el **consejo de otras personas es el segundo aspecto más influyente** en la población española a la hora de decidirse por la compra de un determinado libro (un **53,1%** de la población analizada obtiene la referencia de compra a través de amigos o profesores).

Dicho estudio refleja además la **creciente influencia de los contenidos de la web como referente de compra de libros**: si en el año 2002 un 0,2% de los lectores compradores de libros no de texto obtenían referencias sobre libros en Internet que determinaban su adquisición, en 2008 este porcentaje se eleva hasta alcanzar el 10,7%.

²⁴ Datos de *ComScore*, empresa de estudios de mercado norteamericana especializada en Internet.

²⁵ *11ª Encuesta a Usuarios de Internet*, publicada anualmente bajo el título *Navegantes en la Red* (www.aimc.es)

Gráfico 22 – Evolución de la influencia de Internet como referente de compra de libros (2002-2008)



Fuente: *Hábitos de Lectura y Compra de Libros*. Federación de Gremios de Editores de España

INCORPORACIÓN EN EL SECTOR EDITORIAL

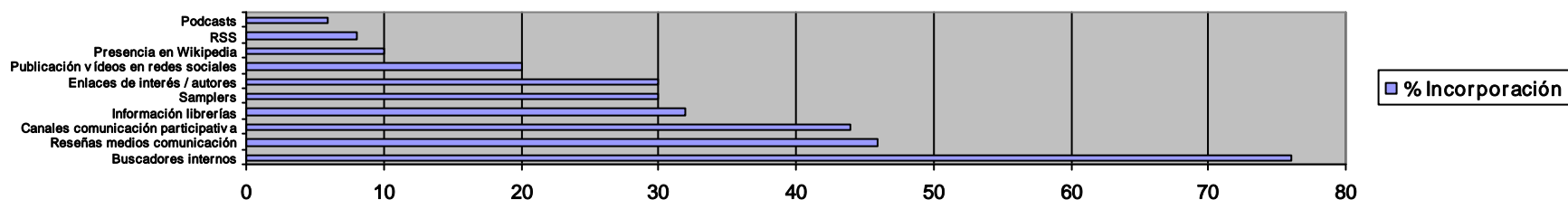
La importancia de la incorporación del mundo de la web 2.0 en el sector editorial, como medio que permite fomentar la lectura y la visibilidad de sus respectivos sites, así como frenar los desequilibrios actuales entre los contenidos publicados en español en la Red y el número de usuarios hispanohablantes, han sido puestas de manifiesto en el informe *Tendencias web 2.0 en el sector editorial*, realizado en el año 2007 a iniciativa de la entidad *Dosdoce.com*²⁶. Adicionalmente nos ha permitido conocer algunos datos sobre su grado de incorporación en el ámbito del libro, fundamentalmente:

- La **inclusión de buscadores internos** que faciliten información sobre autores y libros es la aplicación con mayor grado de incorporación, alcanza al **76%** de las editoriales con página web. Un buen ejemplo fuera de nuestras fronteras es el lanzamiento desde *Amazon* de *Author Stores*, un sitio web en el que cada autor de los libros distribuidos por esta empresa tendrá su propia página web, permitiendo al lector acceder a información sobre el autor, vídeos y participar en foros, aunque de momento sólo incluye alrededor de 2.500 autores.
- La **publicación de reseñas de libros obtenidas en los medios de comunicación** que puedan facilitar al lector potencial información de utilidad de cara a la compra se realiza en un **46%** de las editoriales analizadas, bien a través de enlace al medio de comunicación que publica la reseña o bien a través de descargas de copias en PDF. Frente al año 2005, cuando el 25% de las editoriales disponían de esta funcionalidad, se manifiesta un importante incremento.
- **Acceso a blogs, foros o chats**: un **44%** de las páginas web de editoriales disponen de algún canal de comunicación participativa: un 16% destinado a la participación a través de *blogs*, otro 16% a través de foros y un 12% a través de otros medios. Estos datos muestran una evolución importante frente a las cifras obtenidas en 2005, con un 12%.
- Un **32%** publica **información sobre las librerías** en las que el lector puede adquirir sus libros.
- La **publicación de capítulos (*samplers*)** de algún libro a través de la web que facilite información al potencial comprador o librería sobre el contenido de un libro, alcanza al **30%** de las editoriales analizadas.

²⁶ Portal cultural que tiene entre sus objetivos la introducción de tecnologías sociales entre las entidades del sector editorial

- **Enlaces de interés o con autores:** un **30%** de las editoriales analizadas ofrecen al lector la posibilidad de informarse a través de enlaces a blogs o webs especializadas en cultura o incluso participar en conversaciones con el autor de un libro a través de enlaces a su propia web o blog, alcanzando en este último caso al 26% de las editoriales.
- La promoción de libros a través de la **publicación de vídeos en redes sociales** se realiza en un **20%** de las editoriales.
- La presencia corporativa en **Wikis o Webs colaborativas** que contribuyan a fomentar la lectura sobre sus autores o libros está menos extendida. Por ejemplo, un **10%** de las editoriales analizadas tienen presencia corporativa en *Wikipedia*, enciclopedia colaborativa con importante implantación en la actualidad: cuenta ya con más de 11 millones de artículos escritos en 253 idiomas (de los cuales, casi medio millón se han publicado en castellano, ciento cuarenta mil en catalán, cuarenta mil en gallego y más de treinta mil en euskera).
- La incorporación de técnicas que avisen directamente al lector sobre novedades, presentaciones de libros o noticias del sector, en sustitución o paralelamente a los tradicionales boletines de novedades (*Sindicación de contenidos* o *RSS*) alcanza al **8%** de las editoriales aunque su evolución es creciente (en 2005 no tenía ninguna implantación).
- La **descarga de podcasts** o canales de audio que permiten acceder a contenidos sonoros (como entrevistas con los autores) se extiende al **6%** de las editoriales.

Gráfico 23 – Grado de incorporación de la Web 2.0 en el sector editorial español



Fuente: *Tendencias web 2.0 en el sector editorial*. Dosdoce.com

Por otro lado, cabe apuntar el crecimiento progresivo de las **redes sociales centradas en la lectura y/o los libros**. Entre las internacionales podemos destacar *LibraryThing* o *Shelfari* son algunas de las más conocidas; ya en nuestro país, de acuerdo con *Dosdoce.com*, la red social con mayor número de menciones de editoriales españolas fue *Del.icio.us* (una web de intercambio de enlaces y favoritos), seguida de *Culturizame.net* (una red social especializada en el intercambio y votación sobre temas culturales).

Finalmente, en el citado informe se insiste en la necesidad no sólo de incorporar estos servicios sino también de **mejorar la visibilidad de las páginas web en la Red**, dado el rápido crecimiento experimentado por ésta; el elevado número de usuarios y sitios web requiere actuaciones dirigidas a mejorar el posicionamiento de las editoriales entre los principales buscadores, por ejemplo, mediante la inclusión de etiquetas o palabras clave que fomenten su visibilidad.

SISTEMAS Y HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EN LA INDUSTRIA EDITORIAL

Una de las consecuencias de la informatización ha sido la proliferación de herramientas creadas y dirigidas a facilitar la gestión de procesos abarcados por los principales agentes involucrados en el mundo editorial. Es de destacar el **esfuerzo de las instituciones y entidades relacionadas con el libro** en la generación y asentamiento de estos sistemas, cuyos acuerdos y colaboración han favorecido su integración en las actividades cotidianas de información, distribución, promoción y comercio del libro español. Fundamentalmente:

- **ISBN (*Internacional Standard Book Number*)**: es una de las herramientas que goza de mayor notoriedad entre los agentes del mundo editorial. De acuerdo con los sondeos realizados en el *Estudio sobre la Comercialización del Libro en España*²⁷, este sistema es conocido y utilizado por la práctica totalidad del colectivo de editores y en menor medida, distribuidores; para las librerías es la principal fuente de información dirigida a la descarga telemática de referencias de libros. Un importante avance ha sido la posibilidad, desde el año 2005, de solicitar de forma telemática el número a la *Agencia Española del ISBN*, en cumplimiento de la política de acceso telemático de la Administración.
- **DILVE (*Distribuidor de Información del Libro Español en Venta*)**: proyecto de *libro-es.com* promovido por la *Federación de Gremios de Editores de España* con la colaboración de la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez* y con el patrocinio del *Centro Español de Derechos Reprográficos* (CEDRO). Constituye una plataforma tecnológica de gestión y distribución de información bibliográfica y comercial del libro español en venta que permite el intercambio eficaz de información entre profesionales del sector establecidos en cualquier parte del mundo, superando en la actualidad los 1000 agentes, fundamentalmente editores (un total de 551 según la página oficial de DILVE, www.dilve.es) y en menor medida librerías (262), distribuidoras (100), tiendas en línea (67) y bibliotecas (46). Desde el año 2007, su colaboración con la *Agencia Española del ISBN* permite además la tramitación telemática de solicitudes; pero además facilita la recepción de información sobre novedades según los requisitos del usuario, sobre los cambios producidos en la oferta editorial (precios, situación en el catálogo, título o cualquier otro dato de la obra), o la actualización de la web y servicios electrónicos de forma automática.
- **SINLI (*Sistema de Información Normalizada para el Libro*)**: sistema gratuito que, desde el año 2003, ha facilitado la normalización de los 17 documentos de gestión que intercambian diariamente los profesionales del sector. El uso de esta herramienta aporta mayor rapidez de servicio, disminuye los errores humanos de tramitación y grabación de datos, permite tener un mayor control de los envíos y aporta mayor fiabilidad a los datos sobre facturación o devoluciones, entre otros aspectos. El conocimiento y utilización de SINLI está algo más extendido que el del anterior, alcanzando actualmente a más de 1.700 establecimientos entre los que se encuentran fundamentalmente librerías (un total de 1.164, principalmente las de mayor tamaño) y en menor cuantía distribuidoras (174) y editoriales (127)²⁸. De acuerdo con el último informe *Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España*, el grado de implantación y utilización de esta herramienta entre las librerías españolas ha experimentado una importante evolución desde el año 2004, afectando principalmente a las librerías de mayor tamaño, evolución que queda resumida en el siguiente cuadro.

²⁷ *Estudio sobre la Comercialización del Libro en España*. Ministerio de Cultura, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, CEGAL, FGEE, FANDE.

²⁸ Fuente: *Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones* (www.fande.es)

Tabla 24 – Evolución en la implantación y utilización de SINLI en las librerías españolas

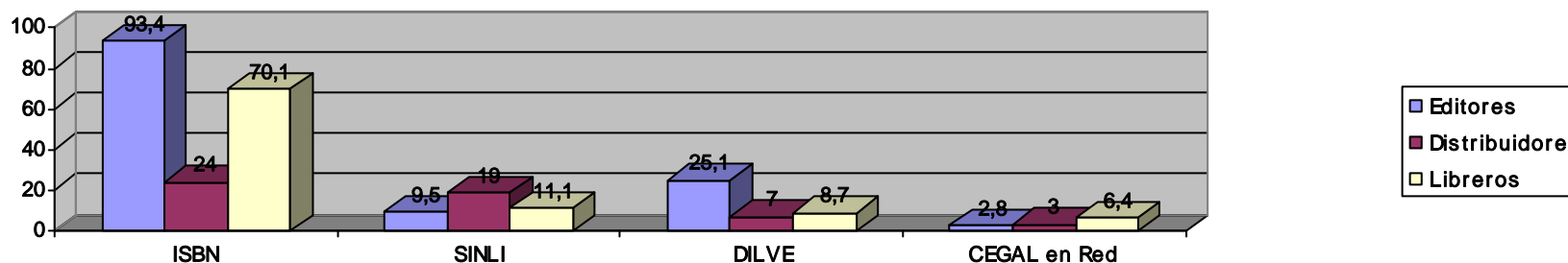
Tamaño del establecimiento	2004	2005	2006	2007	2008
Muy grandes			65,6	57,1	67,9
Grandes	37,9	45,1	51,4	54,5	73,0
Medianas grandes	33,1	39,4	43,8	45,3	54,5
Medianas pequeñas	15,0	15,0	25,7	25,7	31,8

Fuente: Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería en España. CEGAL, MCU

- **IE-FANDITE** : herramienta gratuita creada desde la *Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones* (FANDE) que permite la recepción y envío de documentos normalizados según SINLI.
- **CEGAL en Red**: herramienta puesta en marcha en el año 2007 desde la *Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros* (CEGAL) y la *Federación Andaluza de Librerías* (FAL) con la colaboración del *Ministerio de Cultura* y de la *Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía* que permite agilizar los procesos de gestión, apoyándose en una base de datos actualizada con todos los fondos editoriales publicados en España. Actualmente existen un total de 277 establecimientos con conexión a este sistema, siendo principalmente librerías (232) y, en menor cuantía, distribuidoras (27), editoriales (14) y bibliotecas (4)²⁹.

El siguiente gráfico viene a representar, de acuerdo con los sondeos realizados con motivo del *Estudio sobre la Comercialización del Libro en España*, el grado de implantación de estos sistemas en el sector del libro.

Gráfico 25 – Grado de implantación de sistemas y herramientas de gestión 2008. Editores, Distribuidores y Libreros*



Fuente: Sondeo a Editores, Distribuidores y Libreros 2008. Estudio sobre la Comercialización del Libro en España

*Porcentajes calculados en base al total de establecimientos especializados en cada tipo de actividad, no al total de establecimientos del sector editorial.

²⁹ Fuente: www.cegal.es

BIBLIOTECAS

En los últimos veinte años, las bibliotecas públicas han experimentado un intenso proceso de desarrollo y modernización en todos los aspectos, en parte en cumplimiento de la resolución del *Parlamento Europeo de 1998*. Dicha resolución establecía la necesidad de que la biblioteca se constituyera como puente entre los medios de información tradicionales y los nuevos medios de tal forma que, en lugar de excluirse, se complementasen. En este sentido, la biblioteca ha ido incorporando paulatinamente las tecnologías disponibles a su alcance: en el año 2006, el 85,5% de las bibliotecas españolas de acceso público ofrecían acceso a Internet, el 36,5% tenían su catálogo disponible a través de este medio y el 21,4% disponían de página web propia³⁰, datos que reflejan un significativo aumento en la incorporación tecnológica en este tipo de instituciones frente a los obtenidos en el año 2002.

Tabla 26 – Incorporación de Internet en el ámbito bibliotecario

	2002	2006
Total Bibliotecas	6.371	6.523
Bibliotecas con acceso a Internet	62,7%	85,5%
Bibliotecas con acceso al catálogo por Internet	22,9%	36,5%
Bibliotecas con página web propia	14,4%	21,4%

Fuente: *Anuario de Estadísticas Culturales*. Ministerio de Cultura

Esta evolución ha permitido que la biblioteca se establezca como una pieza fundamental en el proceso de *alfabetización informacional* o *digital* de la población. De hecho, a pesar de la progresiva incorporación del ordenador personal en los hogares, la biblioteca es elegida **como lugar habitual** de acceso a medios informáticos por el 2,7% de la población española de entre 10 y 13 años y por el 1,1% de los españoles a partir de los 14 años³¹.

Los distintos avances, inicialmente más destinados a la recopilación y, en la actualidad, a la difusión y preservación de contenidos, han motivado la aparición de **nuevos conceptos de biblioteca** (*biblioteca digital, virtual o híbrida*) que comparten el objetivo de ofrecer al usuario el acceso a fondos digitales o digitalizados. Esta conversión digital de las colecciones promete hacer realidad el sueño de la constitución de una **biblioteca sin muros** donde acceder a todas las obras publicadas en algún momento, aunque en algunos casos se enfrenta a un obstáculo ineludible: los **derechos de autores y editores**.

Los ejemplos en nuestro país son múltiples y las iniciativas parten de distintos frentes, aunque con evidente presencia del ámbito de la biblioteca pública y la universitaria. Uno de los más notorios en nuestro país es la **Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes**. Inaugurada en julio de 1999, se trata de un ambicioso proyecto de edición digital del patrimonio bibliográfico, documental y crítico de la cultura española e hispanoamericana, cuya iniciativa parte de la *Universidad de Alicante* y del *Banco Santander Central Hispano* con la colaboración de la *Fundación Marcelino Botín*. El objetivo inicial era alcanzar los 30.000 títulos en dos años, objetivo actualmente superado, dando acceso gratuito a los internautas a gran parte del canon literario y ensayístico español e hispanoamericano y erigiéndose como centro de referencia para el mundo hispanohablante. Las cifras de acceso en mayo de 2008 alcanzaban los 17 millones de internautas procedentes de todas partes del mundo³².

³⁰ *Anuario de Estadísticas Culturales 2005, 2008*. Ministerio de Cultura

³¹ *Hábitos de Lectura y Compra de Libros 2008*. Federación de Gremios de Editores de España

³² *Los modos de la lectura digital*. José Antonio Millán. (Publicado en *La lectura en España. Informe 2008*)

Como norma general, en cumplimiento a las exigencias derivadas del marco legislativo en torno a la *Propiedad Intelectual*, las obras digitalizadas son anteriores a 1930; no obstante, esta biblioteca colabora estrechamente con autores y editoriales con el objetivo de incluir obras recientes y fragmentos de las últimas novedades editoriales.

Es preciso mencionar igualmente la ***Biblioteca Nacional de España*** que viene desarrollando ambiciosos proyectos para poner a disposición del público un amplio conjunto de obras del patrimonio bibliográfico español.

- *Biblioteca Digital Hispánica*: permite la consulta, lectura y descarga de alrededor de 10.000 obras entre las que se encuentran manuscritos, libros impresos del siglo XV al siglo XIX, grabados, dibujos, carteles, fotografías, partituras y mapas. En el año 2012 está previsto que disponga de alrededor de 200.000 obras digitalizadas. Dentro de este proyecto se enmarcan algunas colecciones digitalizadas como la *Hemeroteca Digital* que prevé contar durante el presente año con más de 4 millones de páginas digitalizadas, ofreciendo acceso público a la colección digital de prensa histórica española.
- Colección digital *Clásicos Españoles*: desarrollada en colaboración con la *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*, recoge las obras de los autores españoles de mayor relevancia.

A estas iniciativas se suman otras como las exposiciones virtuales temáticas de fondos destacados de la *Biblioteca Nacional*, la posibilidad de consultar recursos electrónicos (revistas electrónicas, bases de datos y otros recursos digitales), en muchos casos a texto completo o el *Proyecto ODIBNE-Pro (Oferta Digital Protegida en la Biblioteca Nacional de España)* que, en cooperación con la *Federación de Gremios de Editores de España*, tiene como finalidad la puesta en marcha de un centro del conocimiento dedicado a integrar y explotar contenidos digitales sujetos a derechos de autor en entornos de bibliotecas digitales; la primera fase del proyecto estará centrado en la *Biblioteca Digital Hispánica*.

Con estas iniciativas la *Biblioteca Nacional de España* contribuye además al desarrollo de la ***Biblioteca Digital Europea (Europeana)***, un proyecto iniciado en septiembre de 2006 en el que participan también otras Bibliotecas Nacionales de la Unión Europea. Este tipo de bibliotecas son las principales impulsoras de iniciativas públicas dirigidas a la digitalización de los fondos, apoyándose en organismos como la *Conferencia de Directores de Bibliotecas Nacionales (CDNL)*³³.

Otra iniciativa en marcha es la ***Biblioteca Virtual de Prensa Histórica***. Este proyecto es resultado de un proceso continuo de digitalización cooperativa entre el Ministerio de Cultura, las Comunidades Autónomas y otras instituciones de la memoria, realizado con el objetivo de preservar y difundir materiales bibliográficos únicos que datan de finales del siglo XVIII hasta nuestros días. En abril de 2008 rozaba las 2.000 cabeceras y 45 bibliotecas, correspondientes a más de 4 millones de páginas de 140 localidades, permitiendo la consulta en todas las lenguas oficiales del Estado y en inglés. Con esta iniciativa también se contribuye a impulsar la participación española en la iniciativa *Digital Libraries* promovida por la Unión Europea en su VII Programa Marco. Recientemente se han incorporado al proyecto otras instituciones: por un lado, la *Hemeroteca Municipal de Madrid*, que aportará nuevas cabeceras hasta alcanzar, a finales del presente año, las 300.000 páginas de prensa conservadas en dicha institución y, por otro, la *Asociación de Prensa de A Coruña*.

Habría que destacar también las **ayudas** para la creación y transformación de recursos digitales y su difusión y preservación mediante repositorios. Estas ayudas parten del **Ministerio de Cultura** a través de la *Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria*, y se dirigen a fomentar la creación de repositorios OAI (*Iniciativa de Archivos Abiertos*)³⁴; desde su puesta en marcha en el año 2007, han financiado proyectos de digitalización por un total de 1.950.000 € (1.600.000 € destinados a las distintas administraciones y 350.000 € a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro). Gracias a esta iniciativa, se prevé la publicación en Internet de más de cinco millones de páginas anuales³⁵.

³³ www.cdnl.info

³⁴ Para mayor información sobre estas ayudas, consultar <http://www.mcu.es/bibliotecas/SC/becasAyudasSubvenciones/012RecursosDigitales2008.html>

³⁵ *Las colecciones digitales en España: situación actual y perspectivas de futuro*. María Antonia Carrato Mena. En: *El profesional de la información*, Vol. 17, n. 4 (2008)

En el ámbito universitario es de destacar la *Colección Digital Complutense* de la **Biblioteca de la Universidad Complutense** de Madrid. Cuenta en la actualidad con alrededor de 81.000 documentos en acceso abierto entre los que se encuentran artículos científicos, libros y grabados antiguos, tesis doctorales leídas en dicha universidad y materiales docentes. Desde su página web puede accederse a la *Biblioteca Digital Dioscórides*, el *Archivo Institucional E-Prints Complutense*, el *Archivo Rubén Darío*, el *Portal de Revistas Científicas Complutenses*, la *Colección de dibujos antiguos de Bellas Artes* o el *Archivo Histórico del PCE*.

Además, esta universidad ha suscrito acuerdos con distintas entidades como *Safari Books Online*, que permite el acceso a texto completo a más de 5.000 libros electrónicos sobre informática y aplicaciones de las tecnologías de la información a los negocios y otras materias afines; o los establecidos con *Google Books*, a través de los cuales se están digitalizando libros de la Universidad Complutense y de otras bibliotecas; o con la versión en castellano de *Ebrary*, denominada *e-libro*, que pone a disposición del público libros y otros documentos de más de 100 editoriales mundialmente reconocidas, garantizando la protección de los correspondientes derechos de autor.

No podemos dejar de mencionar otros proyectos en marcha como el denominado *Ex libris*, impulsado desde la *Universidad de Salamanca*, que ha puesto a disposición de los internautas los más de 50.000 volúmenes de su *Biblioteca Histórica*, con documentos anteriores a 1830.

Éstos son sólo algunos de los ejemplos más notorios en nuestro país. En el ámbito internacional se están desarrollando en la actualidad iniciativas muy ambiciosas cuyos precedentes se sitúan en los años setenta con el **Proyecto Gutenberg**. Esta iniciativa surge con el propósito de reunir en una sola colección las obras más importantes de la literatura universal bajo la cooperación de distintas instituciones que editaban sus propios libros electrónicos y los incorporaban al catálogo. El primer texto, la *Declaración de Independencia de los Estados Unidos*, lo introdujo tecleándolo a mano el creador de la idea, el estudiante Michael Hart, en uno de los quince ordenadores existentes por entonces en todo el mundo y que años después formarían los primeros nodos de Internet. Hoy incluye unos 25.000 libros de acceso gratuito, todos ellos de dominio público o con el correspondiente permiso.

Pero desde sus inicios, la idea de crear una biblioteca universal debe hacer frente a las imposiciones legales que permiten garantizar los derechos de autor. En este sentido, el proyecto iniciado en el año 2004 por *Google* es en la actualidad el más controvertido. Bajo la denominación inicial de *Google Print* y, actualmente, **Google Books Search**, esta polémica iniciativa impulsada desde el ámbito privado, surge con la pretensión inicial de poner a disposición del público a través de la Red los fondos de la *Biblioteca Pública de Nueva York* y de varias universidades anglosajonas. Progresivamente se han ido anexando otras instituciones a este proyecto hasta alcanzar alrededor de 20.000 editoriales y 29 bibliotecas de todo el mundo, entre ellas algunas españolas: la *Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid*, la *Biblioteca de Cataluña* y la *Biblioteca de la Universidad de Santiago*.

Pero con el tiempo, también sus aspiraciones han ido en aumento, hasta erigirse en la creación de la gran biblioteca mundial digitalizada, que permita el acceso a todos los libros del mundo - según *Google*, unos 15 millones - sin contar con la autorización expresa de los titulares de los derechos de obras que no son de dominio público. Actualmente *Google* habla ya de más de 8 millones de libros digitalizados de los cuales, cinco millones son considerados huérfanos, es decir, títulos sin un autor identificado pero con derechos de autor que todavía no han prescrito.

Esta polémica iniciativa, ha motivado que muchos escritores y editores estadounidenses hayan interpuesto las correspondientes demandas contra *Google* por la presunta violación de los derechos de propiedad intelectual, tras las cuales se alcanzó un acuerdo inicial para la digitalización, distribución y comercialización vía Internet de millones de libros. Este acuerdo incluía la inversión de unos 125 millones de dólares dirigidos a la creación de un sistema que permitiera cobrar al usuario un pequeño porcentaje por la descarga de títulos con copyright, abonar al autor 60 dólares por cada título escaneado, dotar al autor de mayor capacidad de decisión (el autor puede decidir si su obra se pone o no en línea o si se difunde íntegra o reducida, por ejemplo) y la creación de un registro, un organismo sin ánimo de lucro e independiente que recaudara y repartiera los beneficios derivados de la explotación de obras escaneadas entre autores y editores. No obstante, la larga cola de objeciones al acuerdo inicial, ha pospuesto su ratificación judicial hasta octubre de 2009.

Estas movilizaciones tienen importantes repercusiones también en España, puesto que la digitalización de los fondos sin la autorización previa de los titulares de los derechos afecta también a autores y editoriales españolas. En este sentido, el *Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO)* ofreció a sus socios, autores y editoriales

españoles, reclamar en su nombre las indemnizaciones correspondientes por el escaneado de sus obras. De momento, cerca de 4.500 autores y casi todas las grandes editoriales españolas se han unido a esta iniciativa. En lo que respecta a Europa, desde la Comisión Europea se están manteniendo reuniones para examinar las repercusiones de este proyecto .

Otra iniciativa es la lanzada recientemente por **Amazon**, portal que ha anunciado la posibilidad de imprimir bajo demanda durante el presente año alrededor de 80.000 títulos de dominio público procedentes del fondo de la *Biblioteca de la Universidad de Cornell* (EEUU), institución con la que colabora desde el año 2006; esta biblioteca también está pendiente de colaborar con *Google* en la digitalización de medio millón de libros durante los próximos seis años.

También ambicioso es el proyecto de creación de la **Biblioteca Digital Mundial**, idea lanzada en 2005 desde la *Biblioteca del Congreso* de Estados Unidos y ya iniciada a través del acuerdo firmado entre ésta y la UNESCO en octubre de 2007. Sus primeros fondos digitalizados están disponibles desde el mes de abril de este año en www.wdl.org con comentarios que se pueden consultar en siete idiomas, entre ellos el español. Para evitar conflictos con los derechos de autor, la idea es permitir el acceso únicamente a libros y documentos de dominio público, entre los que se encontrarán también manuscritos, mapas, partituras musicales, grabaciones sonoras, filmes, grabados y fotografías de todas las culturas desde el año 8.000 antes de nuestra era hasta la actualidad. Ya se han sumado a este proyecto las Bibliotecas Nacionales de Brasil, Francia, China, Israel, Suecia, Uganda, Serbia, Irak, Egipto y Rusia. Tras su presentación en París el pasado mes de abril, la *Biblioteca Nacional de España* ha manifestado su adhesión al proyecto con la incorporación de fondos sobre las independencias de los países de América Latina, al considerarlos de enorme interés para la comunidad hispanista.

Por último, es imprescindible referirse a la **Biblioteca Digital Europea, Europeana**, idea impulsada inicialmente desde el gobierno francés como alternativa a la biblioteca digital de *Google* y dirigida desde la *Comisión Europea*. El prototipo fue lanzado en noviembre de 2008 por Viviane Reding, la *Comisaria para la Sociedad de la Información y los Medios de Comunicación*, contando en la actualidad con el apoyo de Alemania, España, Hungría, Italia y Polonia y un total de 23 bibliotecas públicas adheridas al proyecto.

PRINCIPALES RETOS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN EL ENTORNO TECNOLÓGICO

REDES P2P

Las redes *peer-to-peer*, comúnmente conocidas como P2P³⁶, son redes informáticas que, aprovechando el uso de banda ancha y mediante la aplicación de programas informáticos de uso libre y de descarga gratuita, permiten a los usuarios internautas disponer y poner a disposición del resto los archivos almacenados en su ordenador, accediendo al mismo tiempo a los de los demás. En ellas no hay ni clientes ni servidores fijos, simplemente nodos que actúan simultáneamente como tales respecto al resto de nodos de la red, de tal forma que quien más información comparte más acceso tiene a los recursos y con mayor rapidez, siendo de hecho la base de su filosofía el **uso compartido de recursos**.

La aparición de *Napster*, un servicio de distribución de archivos musicales creado en el año 1999, generó toda una revolución en la industria musical y supuso la popularización de este medio. Posteriormente se fueron ampliando las aplicaciones y el número de personas adheridas a estas redes, siendo en la actualidad un potente medio a la hora de distribuir, compartir, intercambiar y descargar no sólo música sino también **libros**, películas, juegos, fotos, programas y documentos. En la actualidad, existe en España un 67% de internautas que afirman descargarse contenidos a través de estas redes, cifra que aumenta hasta el 81% entre los menores de 24 años.

Aunque en principio las descargas de archivos, aparándonos en el derecho de copia privada están permitidas por la Ley española siempre que no haya ánimo de lucro, el uso de estas redes plantea numerosos problemas, fundamentalmente porque afectan a **obras protegidas por los derechos de autor**, cuyos titulares podrían no desear que sus obras fueran distribuidas por este medio y porque en algunas ocasiones hay ánimo de lucro, fundamentalmente a través de la publicidad inmersa en estas redes.

Esta dicotomía ha provocado que algunas asociaciones e instituciones españolas se manifiesten a favor o en contra de las redes P2P. Entre las últimas, la *Sociedad General de Autores* (SGAE), que considera que este intercambio de archivos no es legal porque supone la puesta a disposición interactiva no consentida por el autor y por el lucro cesante que supone, ya que el editor pierde los ingresos que derivarían de la copia privada. En contrapartida, la *Asociación de Internautas* defiende la legalidad de estas descargas a pesar de que los archivos estén sujetos a derechos de autor, amparándose en el derecho de copia privada y siempre que no haya ánimo de lucro; incluso, desde determinados ámbitos, se insiste en las ventajosas contribuciones de este sistema en el mundo editorial, sobre todo en lo que a la distribución de contenidos se refiere: mayor rapidez, mayor alcance, precios más económicos para el lector, mayores ganancias para el autor y mayores facilidades para la creación literaria.

En resumen, es una tecnología ventajosa pero que exige el establecimiento de medidas dirigidas a la protección de los correspondientes derechos de autor para ser realmente aprovechada. En este sentido, en el año 2004, la Unión Europea lanzó la *Directiva de Aplicación de los Derechos de Propiedad Intelectual (IPRE)* para permitir el control desde los operadores de Internet de las actividades de los usuarios de estas redes, dotando a cada país miembro de poder de decisión sobre el momento y la forma en que se aplica. Las respuestas de cada país, de momento, son variadas:

³⁶ Existe cierta controversia en la traducción del término al castellano. Los términos más utilizados son *entre pares*, *entre iguales* o *de igual a igual*.

- En algunos países europeos como **Francia** e **Italia**, se han desarrollado iniciativas dirigidas a controlar el tráfico de los contenidos sujetos a derechos de autor en Internet y a bloquear el acceso a Internet de usuarios que descarguen este tipo de contenidos a través de redes P2P después de varios avisos. No obstante, hasta 2010 no está prevista la primera desconexión en Francia.
- En **Reino Unido**, es posible demandar a los usuarios que reinciden en el uso de estas redes.
- En **Suecia**, la adaptación de esta normativa permite a los poseedores de los derechos de propiedad intelectual de una obra recurrir ante los tribunales solicitando que se desvele la identidad del usuario que comparte de forma ilícita la obra en la Red; de hecho, un día después de la entrada en vigor de la ley sueca en contra del intercambio de archivos no autorizados por Internet se produjo una caída del 30% en el volumen de tráfico del día anterior.
- En lo que a **España** respecta, de momento no se ha adoptado ninguna medida en esta dirección, aunque se ha anunciado que se tratará este tema con motivo de la próxima presidencia española de la Unión Europea, durante el primer semestre de 2010.

GESTIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE LOS CONTENIDOS DIGITALES

Como hemos visto, el desarrollo tecnológico que se viene produciendo en los últimos años, incide especialmente en los derechos del autor de los contenidos digitales. Con el libro impreso, los derechos de autor, la propiedad intelectual y la reproducción y comercialización de la obra, vienen regulados por una legislación específica; el comprador de un libro adquiere una copia física que puede prestar, vender, leer, copiar para uso personal...son derechos que no entran en confrontación con los derechos de su autor. Pero con el desarrollo de los libros electrónicos y **especialmente**, con la circulación en la Red de obras protegidas por derechos de autor a través de las citadas **redes P2P**, la regulación y protección de los derechos de autor de contenidos digitales se va convirtiendo en una **preocupación creciente desde el ámbito editorial**. En este entorno, el control de la reproducción, distribución comercial o incluso la integridad de la obra es un objetivo difícil de afrontar que ha motivado la proliferación de herramientas dirigidas a facilitar la correcta aplicación del marco legislativo.

Incide especialmente la **entrada tardía del libro en la era digital**, ya que aunque plantea la ventaja de que es posible extraer conclusiones derivadas de la experiencia acaecida en otras industrias culturales como la música o el cine, también extiende el concepto de gratuidad de acceso a los contenidos. Parece por tanto necesario encontrar fórmulas de pago atractivas para un usuario acostumbrado a las descargas gratuitas.

MARCO LEGISLATIVO

Desde 1996, la **Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI)** se ha venido encargando de incorporar medidas dirigidas a proteger los derechos de autor en el ámbito tecnológico. Esto llevó a dicha Organización a establecer dos tratados internacionales: el *Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor WCT*) y el *Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT)*, ambos conocidos como los *Tratados de Internet* y firmados por nuestro país, aunque no han sido ratificados.

De forma resumida, con ambos tratados se estableció:

- La aplicación del *Copyright* en la Red de la misma forma que en el mundo real, algo que afecta directamente a los libros electrónicos
- La protección de tecnologías de desarrollo de sistemas de seguridad y
- La invitación a los estados a prohibir el desarrollo de dispositivos dirigidos a evadir la protección de obras alojadas en Internet

Con posterioridad han ido surgiendo otras medidas legislativas que incluyen aspectos relacionados con la regulación de la gestión de derechos en el entorno digital. Así la *Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo* en la que se definen medidas tecnológicas para la gestión de dichos derechos, transpuesta en España a través

de la *Ley de Sociedades de la Información y de Comercio Electrónico*, o la *Ley 23/2006* por la que se modifica el texto refundido de la *Ley de Propiedad Intelectual* aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril.

Finalmente apuntar a los posibles cambios legislativos que posiblemente se impulsarán desde la Comisión Europea a raíz del proyecto *Google*.

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR DE CONTENIDOS DIGITALES

La aplicación de los tratados anteriormente mencionados supuso el establecimiento de un marco legal a raíz del cual se han desarrollado una serie de herramientas tecnológicas con la finalidad de bloquear, proteger y regular el acceso a las obras. Estas herramientas han recibido la denominación ***Digital Rights Management (DRM)*** y, resumidamente, protegen los contenidos e incluyen mecanismos que permiten comprobar y validar los derechos del usuario sobre cada acceso, cumpliendo las siguientes funciones:

- Establecer los términos y condiciones en los que puede utilizarse una determinada obra
- Ofrecer un sistema de seguridad y de control de acceso que limite un uso no autorizado y que permita reducir el número de copias ilegales de una obra
- Fomentar la transmisión de textos en un contexto seguro
- Proteger la integridad de la obra al no permitir su modificación
- Controlar la distribución de la obra, ya que los agentes que participan en el proceso editorial son registrados
- Controlar quién, cuándo y bajo qué condiciones se accede a una obra

En resumen, favorece la publicación y circulación de libros electrónicos en un ambiente seguro tanto para los autores como para los editores. Pero al mismo tiempo, la incompatibilidad entre los distintos formatos DRM restringen el acceso a otros contenidos y conlleva ciertos riesgos; entre otros, los relativos a posibles restricciones en el acceso a los contenidos digitales en establecimientos públicos como las bibliotecas, contribuyendo a la brecha digital y a la posibilidad de utilizar la información que aportan los DRM con fines comerciales, ya que permiten construir perfiles sobre preferencias informativas de los usuarios. En el caso de las bibliotecas públicas, esto último no permitiría garantizar el anonimato del usuario.

LICENCIAS

Al margen de la aplicación de los DRM, es cada vez más común que el lector se encuentre con documentos en la Red en los que se anuncia que éste está protegido por determinadas licencias, entre las cuales podemos apuntar:

- **Licencias *Copyleft* o de copia permitida:** son licencias gratuitas que complementan a los contenidos con *copyright*. Buenos ejemplos son *Wikipedia* o el colectivo *Wu-Ming* anteriormente aludido. Recogen algunos derechos de autor, pero eliminan restricciones relativas a la distribución o modificación impuestas por el *Copyright* con la condición de que el trabajo derivado se mantenga con el mismo régimen de derechos de autor que el original y con independencia de que la obra sea o no gratuita.
- **Licencias *Creative Commons*:** la iniciativa, que surge en 2002 y llega a España en el año 2004, parte de una organización no gubernamental y sin ánimo de lucro que recibe el mismo nombre, con el objetivo de promover la difusión de obras de dominio público bajo un modelo legal. Esta licencia permite al autor de una obra publicada a través de Internet especificar lo que se puede hacer o no con ella: distribuir, copiar o modificar. Por defecto, autorizan la reproducción, distribución, transformación y comunicación pública de la obra con cualquier fin y con carácter gratuito, aunque en todos los casos se exige el reconocimiento de su autor. A partir de aquí, el autor puede excluir los usos que considere convenientes, por ejemplo, prohibir la modificación de su obra para crear obras derivadas o su uso con fines comerciales.

OTROS RETOS

Aunque el tema de la garantía de los derechos de autor en el entorno digital se sitúa como el principal reto derivado del desarrollo actual del libro electrónico, es necesario mencionar otras preocupaciones que afectan al sector en este entorno:

- La necesidad de una **regulación contractual** que incluya la posibilidad de explotación de la obra en formato digital. Este asunto admite distintas opciones, como la firma de distintos tipos de contrato para cada formato de edición o la inclusión de una cláusula sobre la posibilidad de explotación potencial de la obra también en formato electrónico.
- La libre competencia de Internet no permite establecer un **precio fijo** en el caso del libro digital; pero además, tampoco sería fácil puesto que hay multitud de condicionantes que pueden determinar un precio variable en función de aspectos como la ubicación geográfica del comprador.
- La necesidad de una mayor inversión en **la digitalización de fondos por parte del sector editorial**, posiblemente motivada por la inexistencia actual de un mercado estructurado y estable que demande este tipo de contenidos así como la ausencia de un posicionamiento firme del sector editorial.
- La necesidad de invertir en **formación en Nuevas Tecnologías** aplicadas específicamente a la industria editorial, ya que han surgido nuevos perfiles y funciones que requieren una preparación o reciclaje

CONCLUSIONES

- La **edición electrónica en España** muestra una evolución ascendente, representando en la actualidad el **8,1% del total editado** (8.447 nuevos títulos) y el **10,1% del volumen de facturación** relativa al libro en el comercio interior español, suponiendo un total de 321,73 millones de euros.
- Más de la mitad de los títulos se editan en soporte **CD-Rom**, aunque la mayor cuota de facturación se obtiene de la comercialización del DVD, que alcanza los 112,92 millones de euros (el 35,1% del total). Por su parte, la facturación relativa a edición on-line alcanza los 42,5 millones de euros (el 13,2% del total facturado en edición electrónica).
- En los últimos años se evidencia la **entrada progresiva de las editoriales españolas** en este tipo de edición, alcanzando actualmente al 18,43% del total (640 editoriales); no obstante, sólo el 9,7% de éstas publican exclusivamente en estos soportes. Adicionalmente, se hace patente la elevada **concentración de la producción** en un reducido número de editoriales: el 2,65% de las editoriales que participan en la edición electrónica publican más del 60% de la oferta, coexistiendo con otras cuya participación se reduce, en muchos casos, a un solo título. El **perfil** se corresponde con empresas privadas y de tamaño medio, siendo la producción más elevada en comunidades como Andalucía o Madrid. También se manifiesta el crecimiento en el número de autores que, aprovechando la tecnología actual, publican directamente sus obras en estos soportes, abarcando el 8,2% de los títulos publicados en formato electrónico.
- Un 41,0% de la oferta en estos soportes se concentra en títulos de **Ciencias Sociales y Humanidades**, reflejando una evolución al alza. En consonancia con estas cifras, los libros de esta temática condensan el 28,0% de la facturación en soporte electrónico, destacando especialmente los libros de *Derecho*, cuya facturación proviene en un 50,1% de soportes distintos al papel. También aumenta la edición electrónica de títulos literarios, cuya representación se eleva, del 5,2% en 2007 al 7,9% en 2008.
- La mayoría de las publicaciones electrónicas se editan **en castellano**; no obstante, el **inglés**, con un 4,0% de la oferta, supera la edición en cualquiera de las restantes lenguas cooficiales españolas. Concretamente el catalán abarca el 3,5%, el gallego un 1,5%, el euskera un 1,1% y el valenciano un 0,5%, alcanzando en conjunto el 6,6% del total. También se observa una disminución en el número de títulos traducidos publicados bajo estos soportes, especialmente del castellano, aunque las traducciones desde otros idiomas como el inglés experimentan cierta subida.
- Parece que los sistemas de **impresión bajo demanda** se van integrando progresivamente en el mundo del libro, especialmente en otros países como Estados Unidos, donde el número de libros producidos con esta tecnología aumentó entre los años 2006 y 2007 en un 132%. Las posibilidades de este sistema son aprovechadas no sólo por empresas del sector sino también por empresas fabricantes de maquinaria y otras como proveedoras de contenidos, aunque todavía es preciso mejorar este sistema, especialmente en cuanto a la calidad del libro editado bajo demanda.
- Desde el sector del libro, las aplicaciones de la IBD son especialmente relevantes si tenemos en cuenta las cifras asociadas a la **devolución de ejemplares**: entre las editoriales españolas la tasa de devolución anual en las entidades afectadas supone el 28,5% y alcanza una cifra media de 1,25 millones de euros, cifra ligeramente inferior a la del año 2007. Por su parte, entre el 27,7% y el 29,08% de las librerías españolas se ven afectadas por devoluciones, considerándolo uno de los problemas más graves del sector librero. En contrapartida, para el autor, la IBD refuerza aún más sus posibilidades de salida al mercado. Esta tecnología y la proliferación de portales dirigidos a la autoedición de obras electrónicas a través de la Red, están modificando los modelos de negocio tradicionalmente asentados.

- El **libro electrónico** está viviendo una evolución espectacular, especialmente en otros países como **Estados Unidos** donde sus ventas, durante la primera mitad de este año, han superado los 63 millones de dólares, sobrepasando con ello las cifras anuales de 2005. El desarrollo de los e-readers y, más concretamente, la salida al mercado del **Kindle2** de *Amazon* con una oferta de contenidos que roza los 350.000 títulos, en su mayoría en inglés, han reforzado la demanda de este tipo de libros y ha motivado la aparición de otros dispositivos por todo el mundo, así como nuevas aplicaciones dirigidas a la lectura en otros dispositivos móviles.
- En **España**, la integración del e-reader es mucho más lenta, en parte por la **entrada ralentizada** de las empresas del sector del libro en este mercado y, en parte también por la necesidad de reforzar la actual **oferta de contenidos** digitalizados en idioma español. No obstante, cada vez son más las editoriales, librerías y bibliotecas que lo integran. En nuestro país, de momento, existe cierta confusión entre el e-reader y otros dispositivos móviles que permiten la lectura en pantalla, aunque también se muestra bastante predisposición hacia la compra, especialmente entre los lectores y la población de menor edad, atraídos por la comodidad de transporte y la practicidad de estos dispositivos, siendo el precio una de las principales barreras. Esto puede impulsar, por un lado, el incremento de la lectura en situaciones de movilidad y, por otro, la demanda de otros dispositivos más económicos que, con menores capacidades lectoras, integran funciones de lectura. En otros países como Japón, la lectura en dispositivos móviles es un hábito especialmente instaurado, cuya facturación, en 2006, alcanzó los 58 millones de dólares y con una elevada capacidad para impulsar la venta de libros impresos.
- Los protagonistas del sector del libro, consideran que la aplicación de las nuevas tecnologías en la edición del libro es el aspecto más determinante del desarrollo actual de la industria editorial. En este sentido, a los ya mencionados, hay que añadir otros desarrollos cuya integración en el sector cobra cada vez mayor importancia. Por un lado, la disposición de **presencia en la Red**, mucho más elevada en el caso de las editoriales (89,4%) que en el de las librerías (36,3%) y empresas de distribución (33,0%). Por otro, el uso que se hace de ella, especialmente destinado a informar sobre novedades editoriales o a realizar actividades de gestión.
- La población española parece estar preparada para aprovechar las posibilidades que ofrece **Internet**: somos el décimo séptimo país con mayor número de usuarios (un 70,5%) y, dentro de Europa, el segundo país con más usuarios de redes sociales. Es además creciente el número de compradores en línea: en 2008, alrededor de 10 millones de españoles adquirieron algún bien o servicio por este medio, con un gasto medio en ascenso, que se sitúa en 625€, dentro de ellos, los libros ocupan la sexta posición. A pesar de estos datos, su utilización como medio de adquisición de libros sigue representando porcentajes reducidos que se sitúan en el 0,7% en el sector editorial (una facturación de 20,52 millones de euros, más de la mitad derivada de títulos de *Ciencias Sociales y Humanidades*), y en el 2,8% en el caso de las librerías. No obstante, este canal va ganando posiciones entre los lectores; de hecho los libros se sitúan, entre los distintos bienes que se adquieren por este medio, en sexto lugar.
- En cuanto al aprovechamiento de la **Web 2.0**, se hace patente el esfuerzo del sector editorial por incluir este tipo de aplicaciones en sus respectivas web, manifestándose un importante incremento en comparación con los datos del año 2005, aunque todavía queda mucho camino por recorrer.
- Por su parte, desde distintas instituciones y entidades relacionadas con el mundo del libro, se han ido generando diversos **sistemas y herramientas de gestión** en los últimos años que están facilitando enormemente las actividades cotidianas de sus respectivos establecimientos.
- Es destacable también el esfuerzo desde el ámbito bibliotecario dirigido a la **digitalización** de sus fondos, facilitando el acceso y difusión del conocimiento. No obstante, este objetivo se enfrenta en algunos casos con la **garantía de los derechos de autor**, siendo su máximo exponente el proyecto *Google Books Search*. Esta iniciativa está generando opiniones confrontadas que ponen de manifiesto la necesidad de regulación en torno a este tema y que, de momento, parecen tener como consecuencia la introducción de posibles cambios en la legislación europea en torno a los derechos de autor, manifestación hecha pública recientemente tras las reuniones mantenidas por la Comisión Europea.

- También controvertida es la circulación de documentos en la Red a través de las denominadas **Redes P2P**, cuya aparición está generando distintas actuaciones en los diferentes países dirigidas a controlar su uso. En el caso de España este tema será tratado el próximo año con motivo de la presidencia española de la Unión Europea.
- Paralelo al desarrollo en el plano legislativo de actuaciones dirigidas a controlar el uso de los documentos electrónicos, se han ido desarrollando herramientas de gestión de los derechos de autor de contenidos digitales que reciben la denominación ***Digital Rights Management (DRM)***.
- Aunque el tema de los derechos de autor en el entorno digital es el más controvertido, desde la industria editorial se plantean **otros retos** que requieren ser atendidos; fundamentalmente los relativos a la necesidad de los distintos agentes involucrados de recibir formación en nuevas tecnologías para facilitar su proceso de cambio, la necesidad de ayudas dirigidas a favorecer la digitalización de los fondos para brindar una oferta competitiva, especialmente de contenidos en español y la necesidad de mejorar la visibilidad de sus páginas web en la Red.
- **El lector será uno de los mayores beneficiarios** del proceso de revolución tecnológica que está sufriendo el libro: acceso a contenidos gratuitos, a documentos que antes no llegaban a comercializarse, a un amplio patrimonio cultural a través de bibliotecas digitales de gran tamaño y gran valor documental, a servicios añadidos por los profesionales de la información, posibilidad de elegir al proveedor de libros, de adquirir libros a menor precio o de recibir un servicio más personalizado son algunos ejemplos. No obstante, la ingente cantidad de títulos en la Red obliga al lector a realizar una labor de selección, especialmente en los casos en los que los títulos no se publican con el tradicional respaldo editorial.
- Adicionalmente, el lector está siendo empujado a **modificar sus tradicionales patrones de lectura**, especialmente entre las generaciones menos habituadas al uso de nuevas tecnologías que se ven obligados a adaptarse a lenguajes, textos y soportes no tradicionales.

BIBLIOGRAFÍA

- *Anuario de Estadísticas Culturales*. Ministerio de Cultura, 2005, 2008
- Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional
- *Comercio Exterior del Libro*. Federación Española de Cámaras del Libro, 2007
- *Comercio Interior del Libro en España*. Federación de Gremios de Editores de España, 2007
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones
- Digital Content Association of Japan
- *Digitalización del libro en España*. Dosdoce.com, Red Social Ediciona, 2008
- *El polimorfo libro electrónico*. José Antonio Millán
- *Estudio sobre la Comercialización del Libro en España*. Ministerio de Cultura, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, FGEE, Fande, CEGAL, 2008
- *2008 Global Student E-book Survey*. Ebrary, 2008
- *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España*. Federación de Gremios de Editores de España, 2008
- *Incidencia de las nuevas tecnologías en el sector del libro en el ámbito de la Unión Europea*. Ministerio de Cultura, 2004
- *Informe sobre el libro digital en Francia*. Ministerio de Cultura y Comunicación de Francia; traducción al español: Ediciona, 2008
- Internet World Stats
- *La lectura en España, Informe 2008. Leer para aprender*. José Antonio Millán (coord.)
- *La sociedad en Red 2007*. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI)
- *Las colecciones digitales en España: situación actual y perspectivas de futuro*. María Antonia Carrato Mena
- *Los modos de lectura digital*. José Antonio Millán
- *Navegantes en la Red*. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2009
- *Nueva economía de acceso a la información*. En@e
- *Panorámica de la Edición Española de Libros 2007*. Ministerio de Cultura, 2008
- *XIII Perfil de la Distribución de Libros y Publicaciones Periódicas*. Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones, 2007
- *Prospección del mercado de dispositivos lectores de eBooks*. The Cocktail Análisis
- Revista *Delibros* (varios números)
- *Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España*. Confederación española de Gremios y Asociaciones de Libreros, 2007
- *Tendencias web 2.0 en el sector editorial*. Dosdoce.com, 2007
- www.zonaebook.com