

La revolución del libro electrónico

Enviado por PatriciaRusso el Lun, 18/06/2012 - 21:08.



El libro, durante varios siglos una de las fuentes de información por antonomasia, objeto de atención y dedicación de literatos, investigadores, bibliógrafos y de la sociedad en general, elemento nuclear en bibliotecas, germen de todo tipo de iniciativas, ha experimentado cambios sustanciales en los últimos años de manos de la tecnología. La aparición de los libros electrónicos ha modificado los sistemas de producción, distribución y venta, a la vez que los hábitos de lectura asentados durante cientos de años. Los e-readers, el iPad, los sistemas de lectura social, Google, Apple, Amazon, etc. están cambiando nuestra forma de adquirir y procesar la información. En esta obra se traza un panorama de los cambios operados en este ecosistema centenario.

Crítica personal:

Presento en esta reseña el [núm. 2 de la colección de libros publicados por El Profesional de la Información y la Editorial UOC](#).

A mi parecer un libro muy interesante que pone al lector en situación de todo lo referente a libros electrónicos, dispositivos, modelos de negocio y plataformas sociales.

Los primeros capítulos del libro, introducción y conceptos pone en antecedentes de las diferentes teorías y especulaciones futuristas sobre el libro electrónico y el libro en papel, las cuales tampoco están lejos de la realidad hacia la que se dirige este nuevo formato. Algunas de estas especulaciones determinan, por ejemplo, que la denominación de “libro” será para el formato electrónico y la calificación la recibirá el “libro en papel”.

En lo que todos coinciden es en que el mundo electrónico ha provocado algunos cambios entre la difusión de la escritura, la relación con los textos y las nuevas obligaciones entre el lector (ahora receptor).

Conceptualmente se aclara el concepto de *e-book* para referirse a los contenidos, es decir que va más allá de una versión digital del libro impreso ya que permite asociar más conocimiento que facilitan el aprendizaje y la reflexión del lector.

A modo de resumen, es interesante la tabla 1 que compara las características y funciones del libro analógico con el libro digital, interesante ver cómo cambia el modo de acceso y adquisición, la creación de contenido, los derechos de autoría, la edición, el modo de lectura, entre otras características.

También resaltar que en el capítulo de historia se genera una cronología de la edición del libro electrónico que empieza en 1969 con la aparición del código ASCII y se atreve con años futuros **entre 2013 y 2025 entre los que se predice que desaparecen las librerías y las bibliotecas se convierten en cibercafés, y que los dispositivos son tan finos como el papel.**

“Aunque son previsiones muy apocalípticas no están exentas de posibilidades según evoluciona el mercado” dice el autor.

Muy destacable y revelador es el capítulo dedicado a los modelos de negocio del mercado editorial, ya que la edición electrónica no solo afecta a la transmisión de contenidos sino que también a la composición.

Se muestran algunos números sobre el crecimiento de la producción del libro electrónico en España:

- Incremento en 155% en producción de libro-e en 2010.
- Madrid y Andalucía lideran el sector editorial de libro-e.
- En 2010 la mitad de la población entre 14 o más años es lectora de formato digital.

Sobre todo el aumento se ha visto en editoriales de ámbito académico, por eso también han surgido diferentes proyectos y plataformas de editoriales universitarias, como es el caso de Unebook, JSTOR, OAPEN, etc.

Pero la gran batalla en plataformas de venta de libros-e se reparte entre Amazon, Apple y Google, las más grandes plataformas de ventas que agrupan todo tipo de publicaciones, además de vender los dispositivos y formatos concretos para cada uno de ellos. Aquí es recomendable ver la tabla que compara las características de las diferentes plataformas de venta como Amazon, Leer.es o Laie, entre otras. De cada una de ellas se muestra el idioma, los objetivos, las editoriales que vende y los formatos, entre otras características.

El libro continúa con un análisis sobre los diferentes dispositivos de lectura (e-reader – Kindle- o tableta –ipad-, por ejemplo) y las aplicaciones de lectura como Ibooks, Kobo o Comiz Zeal, por ejemplo.

Y para acabar, no menos importante, se dedica un capítulo a las innovaciones como la autopublicación y la lectura social, nuevos servicios al alcance de autores y lectores, a través de plataformas abiertas con licencias *creative commons*, donde la clave del éxito radica en las redes sociales y la política de precios.

En general, como he dicho al principio, una lectura muy interesante e inspiradora para hacerse una idea de la situación actual del libro electrónico, los modelos de negocios y como todo esto nos lleva a un cambio de paradigma sobre la lectura y los servicios en editoriales, librerías y bibliotecas.

Hablando con el autor:

Los nuevos modelos del sector editorial han avanzado mucho más en EEUU, ¿por qué en España vamos todavía a la cola?

Existen varias razones. Una es el peso de la tradición. España es un país de tradición editorial antigua con un sector muy sólido en el plano analógico, que se ha erigido desde hace años en cuarta potencia mundial en el ámbito de la edición y con reservas por lo tanto para abandonar un modelo que, hasta hace poco, dentro de la precariedad en que sobrevive el sector de la cultura, ha funcionado bien. En este sentido se adivinan dos modelos en torno a los cuales se articulara la edición digital, uno más conservador, organizado en torno a los grupos editoriales grandes y medianos con apuestas seguras, amparadas por sistemas de DRM que protejan sus archivos, dirigido al gran público. Y otro más innovador abanderado por los pequeños editores independientes, agrupados en asociaciones o de manera autónoma, que apostaran por autores jóvenes, de calidad y con propuestas editoriales novedosas y sugerentes, tanto desde el punto de vista estructural como desde el de los contenidos. Contexto de Editores (que integra: Nordica Libros, Libros del Asteroide, Impedimenta, Global Rhythm, Periférica y Sexto Piso) y Libros Sin Libro (que integra: Ediciones del Viento, Rey Lear Editores y Menoscuarto, a las que se han unido posteriormente Bartleby Editores, Funambulista, Ediciones Cálamo, Cangrejo Pistolero, Descrito, Difácil, E.D.A. Libros, Proteus y Reino de Cordelia) son un buen ejemplo de ello.

Otra razón, importantísima es la existencia de una red de bibliotecas que se extiende por todo el país, con una oferta de libros electrónicos rica, variada y actualizada y unas prestaciones que hacen de su consumo una experiencia gratificante. Aunque algunos de los grandes editores americanos han mostrado su oposición al préstamo de eBooks, la tendencia es a la consolidación de este. Las bibliotecas son uno de los principales elementos dinamizadores del mercado del libro y hasta que los editores no lo entiendan el libro electrónico no acabará de afianzarse.

Finalmente, existe un miedo infundado a la piratería, cuyas cifras se exageran, extrapolando análisis poco fundamentados que identifican descarga ilegal con compra perdida. Los análisis desarrollados por mi grupo de investigación (E-Lectra) desmienten estas prevenciones.

Amazon lleva casi un año funcionando en España, Google acaba de desembarcar y los editores han de desarrollar iniciativas competitivas para captar un mercado cada vez más importante, cuyos principales desarrollos no van a ser los de la ficción sino los del libro de texto tanto universitario como no universitario, sin descuidar la edición infantil, en la cual ya hay empresas españolas que están haciendo cosas muy interesantes.

¿Qué puede hacer una librería que ahora quiere añadir en sus ventas los libros electrónicos?

La librería es el elemento débil de la cadena editorial en un contexto digital, pues su presencia es prescindible desde el momento en que el editor, el agente, o el propio autor pueden comercializar sus obras sin su intervención. El efecto de desintermediación, connatural a la edición electrónica, obliga a estas a renovarse en sus propuestas y en su funcionamiento. Las librerías han de apostar por el trabajo en la red, por el desarrollo de ofertas atractivas con valor añadido, en las que la función de mediación cultural se potencie considerablemente. Ya no basta con un simple escaparate de cubiertas. El lector espera algo más. Socialización de la experiencia de compra, conocimiento de opiniones, cualificadas o no, descargas de capítulos de muestra, posibilidad de opinar sobre las obras, ofertas atractivas, precios razonables, neutralidad de las plataformas. Las librerías no pueden quedarse en repositorios de libros sino que han de ir transformándose en centros de recursos multimedia donde el lector encuentre libros y cualquier información, complemento o ayuda que precise para la lectura. Las competencias del librero han de derivar hacia la documentación, hacia la gestión de esta, de tal manera que pueda generar también sus propios productos informativos, confiriéndole un valor añadido a las obras que vende. El librero ha de convertir su sitio en un lugar de encuentro, no solo de venta. En realidad lo que se está produciendo es una yuxtaposición o una hibridación de las profesiones del libro, cuya versatilidad y horizontalidad las hace cada vez más concurrentes. Uno de los lugares naturales del documentalista empieza a estar en la librería y en la editorial.