

El Libro Electrónico

Grupo de Trabajo sobre El Libro Electrónico

**Observatorio de la
Lectura y el Libro**

Abril 2010

Presentación

El asentamiento de la edición digital, el progreso del comercio electrónico del libro, el recurso creciente de tecnologías como la impresión bajo demanda o la explosión actual de soportes que permiten la lectura de libros, están introduciendo importantes modificaciones tanto en la gestión empresarial de la cadena tradicional del libro como en los procesos y hábitos lectores de la sociedad en su conjunto.

Esta realidad, requiere la reflexión conjunta de los distintos agentes, públicos y privados, implicados en el mundo del libro y la lectura.

La Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas, consciente de su papel mediador e impulsor de una industria, la del libro, que constituye un importante motor del sector cultural español, crea, al amparo de la *Ley 10/2007, de 22 de junio, de la Lectura, el Libro y las Bibliotecas*, el *Observatorio de la Lectura y del Libro*. Éste queda instituido en junio de 2008 como un órgano colegiado, adscrito al Ministerio de Cultura a través de la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas, con la finalidad de analizar con carácter permanente la situación del libro, la lectura y las bibliotecas.

Su creación se fundamenta en la relevancia y potencial del sector del libro español que, unido al progresivo afianzamiento tecnológico, hacen necesario un seguimiento continuado de los cambios que se vienen produciendo. Consecuente con este fin, se establece una línea prioritaria de actuación centrada en el estudio del impacto del libro electrónico en el sector y en los hábitos lectores.

En este marco, una primera iniciativa impulsada desde el Observatorio fue la celebración, durante la Feria del Libro de Madrid, de unas jornadas que, bajo el título *“Del Sinodal al Digital”* reunieron durante tres días a diversos expertos con la finalidad de reflexionar y debatir sobre algunas cuestiones relacionadas con la edición, los autores, la lectura y los lectores en el entorno digital.

Con posterioridad, esta iniciativa se va a ver reforzada con la creación, en el seno del *Observatorio de la Lectura y el Libro*, de un Grupo de Trabajo sobre el Libro Electrónico compuesto por expertos y representantes tanto del sector público como privado, vinculados a la creación, la industria del libro, las nuevas tecnologías, la lectura, las bibliotecas y la investigación científica.

El trabajo del Grupo desde su constitución, en septiembre del pasado año, ha radicado en aportar y debatir sus respectivos conocimientos y experiencias con la finalidad de unificarlos en

un informe, el que tienen en sus manos que, fruto del consenso y la colaboración del sector público y privado, analice fehacientemente la situación y extraiga conclusiones sobre la realidad actual y potencial en distintos frentes.

Por un lado, el informe aborda la perspectiva desde el ámbito creativo. Autores y traductores nos comentan sus respectivas experiencias en lo concerniente a la edición de sus obras en formato digital, la regulación de sus derechos de autor en este entorno, la promoción de sus creaciones en la red social, la interacción con el lector - particularmente a través de blogs- y los cambios reales y potenciales de esta “nueva” forma de editar y publicar en España. Las aportaciones en este contexto parten de escritores y traductores españoles de la talla de Lorenzo Silva, Care Santos, Clara Janés y Andrés Ehrenhaus. Hemos contado también con la inestimable colaboración de la *Sección Autónoma de Traductores de Libros de la Asociación Colegial de Escritores (ACE Traductores)*, desde la que nos ofrecen interesantes observaciones que invitan a la reflexión, especialmente en lo relativo a la explotación digital de las obras traducidas.

Desde el sector editorial, Jesús Badenes del Río, director general de la División de Librerías del *Grupo Planeta*, nos brinda un recorrido por las iniciativas y perspectivas empresariales en torno al libro electrónico como negocio en España y en otros países. José Moyano, presidente de la *Asociación Nacional de Editores de Libros y Material de Enseñanza (ANELE)*, arroja luz en lo relativo al impacto de la digitalización en el modelo de negocio de las editoriales de libros y material de enseñanza. Rosalina Díaz Valcárcel, directora general de *Wolters Kluwer*, nos muestra interesantes ejemplos de modelos de negocio editorial ya consolidados en nuestro país y su entorno, al tiempo que reflexiona sobre sus posibilidades de traslación a otros subsectores del libro. Finalmente, Inés Miret, directora de la empresa *Neturity*, nos adelanta los resultados de la encuesta que, promovida por la *Federación de Gremios de Editores de España* y la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez* y coordinada por *Neturity* con el apoyo técnico de *Conecta Research & Consulting*, nos aporta una valiosa radiografía de la situación actual de los proyectos digitales desarrollados por el sector editorial español y estimaciones sobre su evolución en los próximos dos años.

Por su parte, los distribuidores, representados por José Manuel Anta, secretario técnico de la *Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE)*, abordan la perspectiva en torno al papel que ejercerá el distribuidor en este nuevo escenario, evaluando sus riesgos y oportunidades así como algunas iniciativas en marcha tanto en nuestro país como en la escena internacional. Ya desde las librerías, Jesús Otaola, de la *Librería Prometeo-Proteo*, analiza, junto a las enriquecedoras aportaciones de algunos colegas, cuál será el papel del librero y cuáles los retos y oportunidades que ofrece la edición digital para estos establecimientos.

Las implicaciones de la digitalización en la lectura son examinadas, por un lado, por José Antonio Millán, consultor en nuevas tecnologías, quien expone algunas reflexiones sobre los hábitos y tendencias de los lectores y la lectura en pantalla; y por otro, desde el sector público, por Enrique A. Roca Cobo, director del *Instituto de Evaluación del Ministerio de Educación*, quien nos ofrece un interesante adelanto de las posibles repercusiones de la lectura digital en el ámbito educativo, especialmente en la comprensión lectora y los procesos de aprendizaje.

El presente informe también cuenta con la inestimable colaboración de otros expertos del sector público. La evaluación de las repercusiones del libro electrónico en las bibliotecas ha sido abordada por María Luisa Martínez-Conde, profesional de la *Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria*. Por su parte, Marta García León, profesora de Derecho Civil de la Universidad Carlos II de Madrid y, en la actualidad, asesora del Gabinete de la ministra de Cultura, nos ofrece un minucioso y esclarecedor análisis del ordenamiento jurídico español vinculado a los derechos de autor en el entorno digital y la evaluación de sus implicaciones en la práctica. Javier Echeverría, filósofo, investigador y profesor de investigación, nos ilustra sobre las implicaciones de la edición digital y la gestión de la propiedad intelectual en las publicaciones universitarias y de investigación. Finalmente, Juan Junquera Temprano, director del Gabinete de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, aborda las políticas y líneas de apoyo de la Administración General del Estado dirigidas a iniciativas de digitalización y comercialización del libro electrónico.

No podemos dejar de mencionar las inestimables aportaciones realizadas desde la *Federación de Gremios de Editores de España* a través de su director ejecutivo, Antonio M^a Ávila.

A todos ellos, nuestro más profundo agradecimiento por su interés y por su contribución a la generación del presente documento.

Nota

La rapidez con que evolucionan los acontecimientos en el contexto de la edición digital, genera un panorama cambiante que hace necesaria la actualización continua de cualquier análisis de la realidad editorial.

Por un lado, el rápido avance tecnológico y la multitud de términos utilizados en torno a la edición electrónica, requieren el establecimiento de una distinción que facilite la comprensión unánime de determinados conceptos. Nos referimos especialmente a la habitual confusión entre los contenidos digitales y los soportes que permiten su lectura.

Los contenidos digitales o electrónicos se identifican bajo el término *libro electrónico*, *libro digital*, *e-libro*, *e-book* o, directamente, contenido digital o contenido electrónico. Cuando hablamos de soportes, estos comprenden una cada vez más variada amplitud de aparatos, desde el iPhone, el iPad, el ordenador o PC, el móvil...hasta los dispositivos específicamente diseñados y fabricados para la lectura de textos. Sólo en este último caso nos referimos a ellos bajo el concepto de *e-reader*. El e-reader es, por tanto, un dispositivo de lectura, ideado específicamente para leer el e-book o libro electrónico como contenido.

Al margen de esta puntualización, desde la constitución del Grupo de Trabajo sobre el Libro Electrónico, el pasado mes de septiembre, hasta hoy, son muchos y muy importantes los acontecimientos que han tenido lugar. Cabe mencionar, en primer lugar, el espectacular incremento de los datos de edición electrónica registrado durante el pasado año y recogido en el avance del informe *Panorámica de la Edición Española de Libros 2009* del Ministerio de Cultura, cuyos resultados serán publicados en los próximos meses: frente al año 2008, el incremento de la edición electrónica en España alcanza el 48,2%, con un total de 12.514 ISBNs registrados¹. Una cifra que viene a representar el 11,4% de la producción editorial española y que, frente al 8,1% del año anterior, pone de manifiesto la incorporación definitiva de la digitalización a la agenda estratégica del sector editorial español y su gran capacidad de innovación.

Pero son muchos otros los logros alcanzados. Tras la entrada en vigor de la Ley del Libro, la Lectura y las Bibliotecas, fueron muchas las voces que se alzaron a favor de igualar el tipo impositivo del libro electrónico –en esos momentos del 16% - al del libro en soporte papel – un 4% -. Con posterioridad, la nueva Directiva 2009/47/CE abrió la puerta a que cada Estado miembro aplicara tipos reducidos al libro electrónico. A partir de la respuesta a una consulta vinculante que se elevó a la Dirección General de Tributos por parte del sector editorial, esta

¹ La edición en otros soportes supone, con 13.250 ISBNs, el 12,02% del total de la producción española en 2009, registrando un incremento del 52% respecto al año anterior. De ellos, 12.514 ISBNs fueron editados en formato electrónico.

aplicación se hace efectiva en España desde el 4 de diciembre de 2009, haciendo realidad una reclamación histórica de las editoriales españolas. Sin duda, una buena noticia.

Es necesario hacer alusión también a diversos movimientos que se están produciendo o se han producido recientemente, no sólo en la esfera internacional, sino también en nuestro país.

Amazon irrumpió el pasado año en el mercado con su dispositivo lector, el *Kindle*. Su posición e indiscutible liderazgo ante la ausencia de competidores le permitieron durante un tiempo determinar las reglas del juego: en principio, los títulos sólo podían leerse en su e-reader, *Kindle*, y se obligaba a las editoriales a pactar un precio uniforme de 7,20 € para la mayoría de las novedades. *Amazon* se quedaba con un 50% y el resto se repartía entre editor y autor. Pero la irrupción de *Apple* en el mercado de los contenidos digitales y el lanzamiento de su *iPad* a finales del mes de enero está obligando a *Amazon* a ser más flexible y a modificar algunas de sus condiciones. *Apple* permite a las editoriales decidir el precio de sus e-books al tiempo que reduce su margen de beneficio hasta el 35%; es decir, autor y editor se reparten el 65% y además, el precio del libro electrónico puede ser más elevado que con *Amazon*. También *Google* lanzará su servicio de venta de libros en mayo.

Las editoriales españolas han ido también tomando posiciones, teniendo presentes estos movimientos al otro lado del Atlántico. Coincidiendo con el lanzamiento del servicio de venta de libros de *Google*, se espera la presentación de la plataforma *Planeta*, *Santillana* y *Random House*, uniéndose a otras iniciativas ya en marcha. Pero además, con *Telefónica* a la cabeza, las operadoras de telefonía móvil han comenzado a evaluar las posibilidades de negocio en torno al libro electrónico, alcanzando acuerdos para la digitalización y distribución de libros digitales a través de sus plataformas. *Telefónica* prevé el lanzamiento en el segundo semestre del año de un servicio de venta de libros electrónicos y otras publicaciones accesibles desde el móvil, el ordenador o e-readers; un negocio este último en el que previsiblemente entrará esta multinacional española con el lanzamiento de su propio lector de libros. Por el momento, *Publidisa*, empresa de servicios integrales a la industria editorial, ya se ha posicionado y ha comunicado recientemente el acuerdo alcanzado con *Telefónica* para comercializar sus títulos a través de la plataforma de comercio electrónico en desarrollo y su integración con el dispositivo e-reader que cree *Telefónica*.

Estos son, por el momento, los últimos acontecimientos en torno a la edición digital. Mañana...ya veremos.

El contexto jurídico del e-book y sus retos en la propiedad intelectual

Marta García León, experta en propiedad intelectual, nos aporta un minucioso análisis de la coyuntura actual en términos jurídicos y de los retos que está planteando la edición, explotación comercial y, muy especialmente, la difusión masiva de libros electrónicos a través de la Red.

Su exposición parte de una extensa revisión de la diversidad de conceptos que rodean al libro electrónico. Por un lado, los dispositivos de lectura, especialmente el e-reader, aparato similar a un libro que posibilita la lectura de libros electrónicos, con una demanda creciente y diversidad de modelos, cada uno de ellos con acceso a un catálogo de títulos determinado. A éste se suman otros dispositivos con amplia difusión en el mercado: PDAs, Blackberry o cualquier otro teléfono móvil, ordenadores y el iPhone cuyas aplicaciones para libros han superado a las de los juegos en los últimos cuatro meses². Para añadir mayor diversidad a esta oferta, recientemente se suma a estos dispositivos el iPad de Apple, un tablet PC que promete convertirse en el próximo gran fenómeno de la electrónica de consumo y que, dentro de sus múltiples aplicaciones, permite leer libros electrónicos. Por otro lado están los formatos: .PDF, Mobipocket, Amazon Kindle, Microsoft Reader o ePUB, este último adoptado como estándar. Y por último, el libro electrónico, la obra difundida o comercializada en formato digital cuyo acceso lleva implícito el uso de algún dispositivo de lectura y que, como cualquier otro archivo digital, es especialmente susceptible a la vulneración de derechos de propiedad intelectual. Una nueva forma de libro con infinitas posibilidades, tanto desde el punto de vista de la edición, como de la lectura.

En el momento actual, apunta Marta García León, la tecnología –dispositivos- va por delante de la oferta -los contenidos-, y al mismo tiempo hay una demanda creciente. Es común que con cada nuevo cambio, con cada nueva posibilidad de comercialización, surjan “piratas” que traten de aprovechar el desorden natural que suele producirse en las primeras fases de desarrollo; algo que, en el caso concreto del libro electrónico, se podría traducir en un incremento en la oferta ilegal de contenidos ante la oferta desordenada de dispositivos y formatos y la ausencia de contenidos legales en formatos unificados. A esta situación se añade la insuficiencia demostrada de los instrumentos jurídicos vigentes en España a la hora de proteger adecuadamente el libro electrónico en Internet y que requieren ser revisados ya que, de acuerdo con Marta García, *mientras no exista una reforma de estos instrumentos jurídicos, difícilmente podrá consolidarse una oferta legal sólida en la red, pero al mismo tiempo, sin una oferta legal atractiva, es más difícil que el consumidor abandone prácticas que atentan contra la existencia misma de las industrias culturales.*

Pero ¿cuáles son estos instrumentos jurídicos, qué es lo que realmente regulan y cuáles son sus implicaciones y sus limitaciones?...

² Flurry Smartphone Industry Pulse, October 2009, <http://blog.flurry.com/bid/27796/Flurry-Smartphone-Industry-Pulse-October-2009>

El libro electrónico: régimen jurídico

La obra literaria y el libro están protegidos por las leyes de propiedad intelectual desde que estas existen e incluso antes: desde el momento en que se difundió la imprenta, el libro fue objeto de regulación jurídica.

En la actualidad, el ordenamiento jurídico español establece además, a través de la *Ley 10/2007, de 22 de junio, de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas* (art. 2 a)), una definición de “libro” muy abierta en la que se asimila el libro digitalizado y electrónico al libro clásico en papel tal y como lo conocemos hoy, pero que al mismo tiempo permitirá considerar “libro” a futuros desarrollos de formatos, soportes y medios de difusión:

“...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 otro 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”.

Tanto este artículo como los relacionados con éste en el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual³ y sus posteriores modificaciones -en adelante TRLPI- apuntan a diversos elementos dentro del concepto legal de “libro”.

En un primer nivel, “libro” incluye la obra literaria y los materiales complementarios que se editen conjuntamente y participen de su carácter unitario. El libro como manifestación de la obra literaria está también expresamente protegido en España por la actual *Ley de Propiedad Intelectual*. Siguiendo lo manifestado en el art. 10.1, apartado a) del TRLPI:

“son objeto de propiedad intelectual todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro, comprendiéndose entre ellas los libros, folletos, impresos, epistolarios, escritos, discursos y alocuciones, conferencias, informes forenses, explicaciones de cátedra y cualesquiera otras obras de la misma naturaleza...”

³ Aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril

La *Ley del Libro* (art. 2 a)) admite además la posibilidad de que la obra literaria aparezca impresa *en cualquier medio susceptible de lectura* y, en consecuencia, cualquier soporte electrónico o digital. Habría que apuntar, no obstante, que según la legislación española el dispositivo de lectura no es un “*libro*”.

Por su parte, los materiales complementarios incluidos en el libro, sean del tipo que sean, son considerados también libros y, en muchos casos, están protegidos por el TRLPI; por ejemplo los audiolibros (art. 105 y ss. TRLPI) y las grabaciones fonográficas (art. 114 y ss. TRLPI) incorporados a la obra literaria pero independientes jurídicamente de ella. El libro electrónico no se diferencia del libro impreso en este sentido, a excepción de la posibilidad de incluir muchos más materiales adicionales.

La *Ley del Libro*, en su art. 2 a), matiza además dos conceptos diferentes en torno al libro electrónico: el formato de publicación –si el libro se divulga por primera vez editado en formato digital, por ejemplo como archivo .pdf, o como libro propiamente dicho- por un lado; y el modo de difusión del libro, por otro, considerando también *libro* a todo aquél que se difunda por Internet después de su publicación o en cualquier otro soporte o a través de cualquier medio que pueda aparecer en el futuro.

En resumen, el libro digitalizado y el libro electrónico son libros, pero también lo podrán ser otros desarrollos futuros de formatos, soportes y medios de difusión no existentes en el momento actual.

Publicación y edición del libro electrónico:

Como se ha expuesto, la *Ley del Libro* hace referencia expresa a la publicación de libros electrónicos en cualquier soporte susceptible de lectura, a través de Internet o mediante cualquier otro formato que pueda desarrollarse en el futuro. Por su parte, el art. 4 de la TRLPI, nos ofrece la siguiente definición de publicación:

*“se entiende por divulgación de una obra toda expresión de la misma que, con el consentimiento del autor, la haga accesible por primera vez al público en cualquier forma; y por **publicación**, la divulgación que se realice mediante la puesta a disposición del público de un número de ejemplares de la obra que satisfaga razonablemente sus necesidades estimadas de acuerdo con la naturaleza y finalidad de la misma”.*

En el caso concreto del libro electrónico, su primera difusión, especialmente a través de Internet, cumple el requisito establecido en dicho artículo para ser considerada tanto una divulgación como una publicación en sí misma ya que, aunque la definición de “*publicación*” está pensada para soportes físicos, el formato electrónico e Internet permiten difundir un

número de ejemplares de la obra más que satisfactorio para las necesidades de explotación de la misma.

Pero al igual que ocurre con el libro impreso, la publicación del libro electrónico requiere adquirir los derechos necesarios sobre la obra literaria y sus materiales complementarios para ser explotados en formato electrónico; no obstante, habría que matizar que la tecnología ofrece nuevas posibilidades, como incluir muchos más materiales adicionales -entrevistas al autor, referencias cruzadas, citas de otras obras, críticas...- o la posibilidad de interactuar con el lector, tanto sobre la obra como sobre los materiales adicionales. Y especialmente en este último caso, se vienen planteando diversas opciones dirigidas al desarrollo comercial del libro electrónico que pueden dar lugar a alteraciones de la obra original e incluso generar nuevas obras protegidas por el TRLPI.

Estas alteraciones sobre la obra original pueden ser relativas a su dimensión formal o material. En el primer caso, una de las posibilidades que ha despertado mayor interés comercial es la fragmentación de la obra literaria – en capítulos sueltos o en partes más pequeñas -, aunque caben otras muchas variaciones como los *trailers* literarios, versiones reducidas o simplificadas...Desde un punto de vista material, el libro electrónico admite modificaciones bien por parte del editor –por ejemplo, incluyendo citas o referencias- o bien por el propio lector –añadiendo notas personales, alterando el orden del texto o, en definitiva, personalizando la obra-. Pero tanto unas como otras, pueden constituir una transformación de la obra literaria – derecho que de acuerdo con la Ley corresponde exclusivamente a su autor⁴- y/o la vulneración potencial del derecho moral de su autor a la integridad de la obra, aspectos ambos protegidos por la Ley (art. 21 y art. 14.4 TRLPI respectivamente) de la siguiente manera:

- El art. 21 TRLPI regula el derecho a transformar las obras, derecho que corresponde exclusivamente al autor de la misma; si la alteración da lugar a una transformación de la obra literaria que genere una obra diferente, se requiere la autorización expresa del autor o autores de la obra original:

“La transformación de una obra comprende su traducción, adaptación y cualquier otra modificación en su forma de la que se derive una obra diferente”...“Los derechos de propiedad intelectual de la obra resultado de la transformación corresponderán al autor de esta última, sin perjuicio del derecho de autor de la obra preexistente de autorizar, durante todo el plazo de protección de sus derechos sobre ésta, la explotación de esos resultados en cualquier forma y en especial mediante su reproducción, distribución, comunicación pública o nueva transformación”.

⁴ Aunque, como derecho de contenido patrimonial, puede transmitirse *inter vivos* o *mortis causa*

- El art. 14.4 TRLPI regula el derecho a la integridad de la obra, un derecho de carácter moral que otorga al autor la facultad irrenunciable e inalienable de *“exigir el respeto a la integridad de la obra e impedir cualquier deformación, modificación, alteración o atentado contra ella que suponga perjuicio a sus legítimos intereses o menoscabo a su reputación”*. La vulneración de este derecho, en consecuencia, podría producirse incluso en el caso de que fruto de la alteración de la obra original no se derivase una obra diferente.

En resumen, para poder publicar o difundir un libro electrónico que altere o permita alterar la obra original, de acuerdo con el TRLPI, debe cumplirse un requisito doble: que exista autorización del autor en los casos en que de ésta derive una obra diferente y que, en todo caso, se respeten los intereses y reputación del autor a la hora de practicar deformaciones, modificaciones, alteraciones o atentados contra la misma o se permita que las practiquen terceros –por ejemplo, el lector-. Un análisis que debe realizarse caso por caso en atención a las circunstancias concretas de cada autor, de la obra, de las prácticas habitualmente consentidas por éste en el mercado o del impacto que producen, entre otros aspectos. Y que se puede complicar ante las nuevas formas de creación de obras literarias que va introduciendo el libro electrónico; como apunta Marta García, *los blogs son el primer ejemplo masivo de esta nueva forma de escritura y de lectura, y seguramente no será el último*.

El contrato de edición literaria:

Excepto en el caso de obras autoeditadas, los derechos de propiedad intelectual de una obra y, si procede, de sus materiales adicionales, se materializan en un contrato de edición literaria que viene regulado por los arts. 58 a 73 del TRLPI. Esta regulación, no obstante, al tratarse de una norma de hace algunos años, presenta importantes carencias a la hora de aplicarse a la publicación y difusión de libros electrónicos; carencias que requieren una actualización e incluso, para algunos, una desregularización, dadas las diferencias en las condiciones comerciales del libro impreso y el entorno de Internet.

Basándose en el hecho de que la regulación del contrato de edición lo es de mínimos, de forma que editores y autores pueden añadir o adoptar acuerdos adicionales relacionadas con las condiciones de difusión y comercialización de sus obras, Marta García considera que no sería necesaria tal desregularización sino más bien la actualización de la misma para adaptarla a los nuevos formatos de comercialización de libros y especialmente de libros electrónicos.

En el caso de la explotación de obras en este formato bajo contratos de edición preexistentes, es necesario aludir además a algunas cuestiones jurídicas que plantea el libro electrónico: ¿permiten estos contratos antiguos de edición que el editor explote las obras como libros electrónicos?; y si fuera así, ¿en qué medida ostentan qué derechos a introducir alteraciones

en las obras como las aludidas anteriormente?...Preguntas especialmente relevantes en el caso de editoriales tradicionales que, con un catálogo "vivo", dan el salto a la publicación electrónica, pero que tarde o temprano afectarán a todas las editoriales.

El art. 58 TRLPI, establece que *"por el contrato de edición, el autor o sus derechohabientes ceden al editor, mediante compensación económica, el **derecho a reproducir su obra y el de distribuirla**. El editor se obliga a realizar estas operaciones por su cuenta y riesgo en las condiciones pactadas y con sujeción a lo dispuesto en esta Ley"*. Cabe pensar, por ejemplo, que contratos de edición antiguos no harán referencia al derecho de puesta a disposición⁵ – esencial para la descarga de libros electrónicos en Internet-, bien por no existir en el momento de la firma este derecho tal y como está configurado ahora en el ordenamiento jurídico, o bien por no ser Internet el medio habitual de explotación o por otras razones similares. En consecuencia, a no ser que esto estuviera expresamente establecido en el contrato, requeriría solicitar al autor una nueva autorización.

En cuanto a la transmisión inter vivos de los derechos de propiedad intelectual, el art. 43 limita la cesión al *"derecho o derechos cedidos y a las modalidades de explotación expresamente previstas"*. Esto implica que aún cuando se pudiera interpretar que la voluntad de los contratantes fuera la de permitir tal puesta a disposición de la obra como libro electrónico en Internet, el art. 43.1 restringe el ámbito de tal cesión a lo que expresamente se cediera por contrato. A esto se añade lo regulado en el art. 43.2, donde se indica que *"si no se expresan específicamente y de modo concreto las modalidades de explotación de la obra, la cesión quedará limitada a lo que se deduzca necesariamente del propio contrato y sea indispensable para cumplir la finalidad del mismo"*. Se puede entender que, en el caso de contratos antiguos en los que la edición de la obra ya se hizo en forma de libro impreso, la finalidad del mismo fue cumplida.

En resumen, en ambos casos, parece claro que en términos generales será necesario obtener una nueva autorización específica del autor para llevar a cabo este tipo de explotaciones, sin menoscabo del análisis caso por caso de lo dispuesto por cada contrato.

Dimensión externa del libro electrónico: retos jurídicos de su comercialización

El libro electrónico, por su propia naturaleza, admite modelos de comercialización diversos y más flexibles que los permitidos por el libro impreso. Por un lado, admite la reproducción del libro de forma sencilla y a muy bajo coste; por otro, Internet permite su difusión masiva e

⁵ Acto de comunicación pública que permite el acceso a la obra por procedimientos alámbricos o inalámbricos. Definido en el art. 20.2.i del TRLPI

instantánea. Si bien el control de la reproducción y distribución de ejemplares plantea un escenario sustancialmente distinto al del libro impreso, es el control de su difusión masiva a través de Internet el verdadero reto desde el punto de vista jurídico.

Marco legal de la explotación comercial del libro electrónico:

La explotación comercial en el caso del papel, se sustenta sobre dos actividades protegidas por la propiedad intelectual: la reproducción de ejemplares⁶ –básicamente, su tirada- y su distribución.

En el entorno digital, dada la facilidad de reproducción y difusión masiva de los contenidos, se han adoptado dos tratados internacionales que definen un nuevo derecho de explotación proporcionado por éste: el derecho de puesta a disposición. Estos son el *Tratado de la OMPI de 1996 sobre Derechos de Autor* y el *Tratado de la OMPI de 1996 sobre Interpretaciones o Ejecuciones y Fonogramas*; mientras en el primer caso (art. 8) el derecho de puesta a disposición se define como parte del derecho de comunicación pública, en el segundo (art. 10) se define de forma independiente. A partir de ambos Tratados, se establece con posterioridad a nivel comunitario la Directiva 2001/29/CE en la que se define el derecho de puesta a disposición como parte del derecho de comunicación pública (art. 3): *“(l)os Estados miembros establecerán en favor de los autores el derecho exclusivo a autorizar o prohibir cualquier comunicación al público de sus obras, por procedimientos alámbricos o inalámbricos, incluida la puesta a disposición del público de sus obras de tal forma que cualquier persona pueda acceder a ellas desde el lugar y en el momento que elija.”* Esta Directiva fue transpuesta a nuestro ordenamiento jurídico a través de la Ley 23/2006 y recoge en términos semejantes (art. 20.2.i) TRLPI), el derecho a disposición como un derecho de comunicación pública.

Al margen de la discusión sobre si la naturaleza del derecho de puesta a disposición es la de distribución o la de comunicación pública, o se trata de un derecho nuevo con características específicas, este derecho regula la comercialización de obras protegidas en entornos como Internet o las comunicaciones móviles. Internet permite diversas posibilidades comerciales entre las que cabe destacar la impresión bajo demanda y la venta o el préstamo electrónico a través de descargas, temporales o no. En la mayoría de los casos, la difusión comercial del libro electrónico por Internet constituye un acto de puesta a disposición y, en consecuencia, de acuerdo con nuestro ordenamiento jurídico, de comunicación pública que nada tienen que ver con la venta de ejemplares físicos a través de Internet; en este último caso, no se trata de puesta a disposición sino de distribución clásica, aunque el medio de distribución sea Internet. Pero la puesta a disposición de la obra por Internet es un acto extremadamente sencillo que

⁶ La propiedad intelectual tradicionalmente ha estado basada en la reproducción de obras protegidas en soportes físicos; no obstante, en el momento actual, tanto nuestro ordenamiento jurídico (art. 18 TRLPI) como el internacional (Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor), identifican la reproducción en formato digital como derecho de reproducción protegido por la propiedad intelectual

puede realizar no sólo el titular de la obra, que es quien de acuerdo con la Ley ostenta este derecho, sino también cualquier otra persona sin derecho alguno sobre la obra. En consecuencia, la ausencia de soporte físico y la posibilidad de realizar innumerables copias del libro electrónico, hacen necesario controlar quién y para qué se accede a ese archivo -control del acceso-, así como delimitar lo que se puede o no hacer con éste -licencias de uso-.

El control de acceso: medidas de protección tecnológica (DRMs):

Marta García parte de la base legal de que una vez el libro es divulgado, publicado y distribuido o puesto a disposición en Internet, el titular de derechos sobre dicho libro, sea éste electrónico o en papel, no ostenta el derecho a autorizar o no que el lector acceda a él, lo adquiera o lo lea. No obstante, dadas las posibilidades de los entornos virtuales como Internet, que pueden llegar a vaciar de contenidos económicos el derecho de explotación, es frecuente que los titulares de derechos recurran a medidas tecnológicas para impedir o restringir actos y usos que no cuentan con autorización.

Estas medidas de protección tecnológica suelen denominarse DRMs – *Digital Rights Management* – y pueden ir desde limitaciones de acceso propiamente dichas, hasta limitaciones a la hora de redistribuir, compartir, alterar o imprimir el contenido; con frecuencia se acompañan de información para la gestión de los derechos de las obras -sobre el autor, el titular de derechos...-.

El uso de los DRMs tiene importantes implicaciones legales tanto para el consumidor como para el autor de la obra y el acceso desde establecimientos públicos, especialmente las bibliotecas.

Para el **autor**, las implicaciones del uso de DRMs parten del hecho de que el desarrollo tecnológico que permite la utilización de estas herramientas de control, admite también la realización de actividades ilegales para eludir la protección técnica de los mismos. Ante esta situación, tanto las medidas tecnológicas de protección como la información electrónica para la gestión de derechos han sido objeto de regulación a través de los Tratados de la OMPI y, a raíz de ellos, se ha desarrollado la protección jurídica para los DRMs en diversos grados y países. En nuestro ordenamiento jurídico, esta protección viene regulada a través del TRPLI (arts. 160 a 162) y del Código Penal, en los siguientes términos:

- Por un lado, suprimir o neutralizar los DRMs -tanto en lo relativo a medidas de protección tecnológica (art. 160 TRPLI) como a la información electrónica para la gestión de derechos (art. 162 TRPLI)-, constituyen un ilícito civil que permite al titular de derechos reclamar el cese de la actividad ilícita –y, en su caso, medidas cautelares- y exigir una indemnización –arts. 138 a 142 TRPLI-.

- Pero si además, la supresión o neutralización se lleva a cabo con ánimo de lucro, resultará de aplicación el art. 270.3 del Código Penal, dando lugar a sanciones con pena de prisión de 6 meses a 2 años y multa de 12 a 24 meses.

Por otro lado, la aplicación de los DRM's introduce limitaciones o condicionantes importantes al uso que puede realizar el **consumidor**, tanto si están incluidos en el e-reader como si lo están en el libro electrónico que se difunde por Internet o por otros medios: desde la imposibilidad de realizar una copia privada –derecho regulado en el art. 31.2 del TRLPI-, hasta la falta de información precisa sobre la existencia de tales DRM's. Situaciones, muchas de ellas, reguladas por la normativa en materia de protección al consumidor. Los arts. 160 a 162 del TRLPI, inciden también en el necesario respeto a los beneficiarios de los límites a la propiedad intelectual –como el derecho a la copia privada-, cuyo acceso a la obra debe ser respetado en todo caso. Pero además de respetar estas limitaciones a la propiedad intelectual, los DRM's deben garantizar el respeto a la intimidad en lo relativo al tratamiento de datos personales⁷.

Por último, los DRM's aplicados a libros electrónicos son especialmente controvertidos en el caso de establecimientos públicos como las **bibliotecas**. El art. 37.3 del TRLPI determina las limitaciones a los derechos de propiedad intelectual en relación con el acceso al libro electrónico en establecimientos públicos, afirmando resumidamente que siempre que las obras figuren en colecciones del establecimiento y no sean objeto de condiciones de adquisición o licencia, la comunicación de obras o su puesta a disposición para personas concretas y a efectos de investigación no requiere autorización del autor. No obstante, según el art. 161 TRLPI, este límite no está expresamente incluido entre los que deben respetarse a la hora de aplicar los DRM's a las obras. Por tanto, la utilización de estas medidas en libros electrónicos podría impedir el acceso o uso de estos libros en bibliotecas aún cuando, de acuerdo con el art. 37.3, el autor o titular carece de derecho a autorizar tal acceso o uso.

Podría entenderse que el límite establecido en este artículo está por encima del derecho del titular a incluir un DRM en el libro electrónico, aunque Marta García concluye que *en todo caso, la cuestión no es clara y puede dar lugar a problemas interpretativos*.

A esto añade que el límite previsto en el art. 37.3 TRLPI se aplica sólo cuando la comunicación o puesta a disposición se realice a través de intranets y, en consecuencia, no se aplica a la difusión on line de libros electrónicos a través de Internet; en este caso, el titular de derechos es libre para incluir los DRM's que estime convenientes. Esto puede afectar especialmente a bibliotecas virtuales online en Internet de forma que, aún contando con la autorización del titular

⁷ Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995

de derechos para incluir un libro en su colección virtual, podrían encontrarse con que el libro contiene DRMs que obstaculizan o impiden la explotación de este libro.⁸

En definitiva, ante el creciente desarrollo de las bibliotecas virtuales, existe un debate abierto sobre la conveniencia de modificar la legislación vigente para extender el límite del art. 37.3 a las bibliotecas virtuales.

Las licencias y las nuevas licencias:

De forma paralela a la aplicación de las medidas tecnológicas mencionadas, se emplean frecuentemente medidas jurídicas como las licencias o contratos que regulan las condiciones de acceso y utilización de una obra. Estas licencias, concedidas a distribuidores o directamente a los usuarios finales, suponen la aceptación por parte del licenciataria de unas condiciones contractuales y su notificación al licenciante, sin existir normalmente la posibilidad de negociar tales condiciones, y se sustentan sobre los derechos de propiedad intelectual que los autores o titulares ostentan sobre las obras contenidas en el libro electrónico.

Junto a éstas, han aparecido nuevas licencias que genéricamente se conocen bajo la denominación *Copyleft*. Basadas originariamente en el principio de software libre, nacen en el ámbito informático aunque se aplican de forma análoga en la creación artística, literaria y científica. Dentro de ellas, se encuentran las licencias *Creative Commons*, más orientadas a contenidos de tipo artístico. Suele decirse de ambas que son un sistema alternativo al copyright, a la propiedad intelectual. Se trata de licencias prediseñadas que, partiendo del derecho exclusivo del autor a explotar sus obras como mejor considere, permiten que el usuario pueda utilizarlas, modificarlas y redistribuirlas, incluyendo versiones derivadas, siempre que la difusión de estos trabajos derivados mantenga las mismas condiciones de utilización y difusión.

En resumen, ambas pretenden sentar las bases para que la red sirva como espacio común para la creación, el intercambio de información y, en definitiva, la libre difusión del conocimiento. Pero en la práctica, pueden implicar perder en buena medida el control de la obra ya que, aunque el autor ejerce su derecho a decidir si su obra se usa o modifica y en qué condiciones, la difusión masiva de un libro electrónico bajo licencia *Copyleft* hará que existan cientos de potenciales licenciarios y licenciarios de licenciarios y así sucesivamente.

A este problema se añaden otros de carácter jurídico. Por un lado, su posible naturaleza de contratos, que de acuerdo con Marta García León parece discutible, ya que el sistema de autorizaciones en cadena implica que el autor –primer licenciante- desconozca a quién ha

⁸ Al margen de la posibilidad que ofrecen los DRMs a las bibliotecas para hacer un seguimiento de los hábitos y preferencias de los usuarios, pudiendo entrar en conflicto con otros derechos como el de intimidad o con la normativa en materia de protección de datos personales.

licenciado el uso de su obra, requisito recogido en nuestro ordenamiento jurídico para poder alcanzar tal consideración; o incluso, el autor podría no tener conocimiento nunca de la aceptación de su oferta, lo que implicaría que el contrato no sería efectivo. Por otro lado, hay determinados derechos configurados por el TRLPI que son irrenunciables y cuyo ejercicio además no corresponde al autor licenciante sino a entidades de gestión. Entre otros, los derechos morales y algunos derechos de remuneración, que vienen definidos como irrenunciables y de gestión colectiva obligatoria -tal es el caso del derecho a remuneración por copia privada-. Esto significa que las entidades de gestión vienen obligadas por Ley a hacer efectivos estos derechos de remuneración incluso aunque el autor hubiera decidido regalar su obra o no cobrar las cantidades recaudadas a su nombre.

Retos jurídicos para la explotación de estos derechos: la vulneración de derechos en Internet

Al margen de lo mencionado hasta ahora, el verdadero reto del libro electrónico desde un punto de vista jurídico es, según Marta García León, la difusión masiva no autorizada de obras protegidas a través de la red, facilitada por sistemas de intercambio de archivos (redes P2P) o por páginas web.

En ambos casos, es común la puesta a disposición de obras protegidas bien desde dichas páginas –de descarga o de enlaces en las que intermediarios ofrecen contenido ilícito-, o bien por el propio usuario o lector que difunde obras protegidas sin autorización. Desde un punto de vista jurídico, este es un acto de comunicación pública que requiere autorización expresa del titular del derecho y por tanto, cuando se lleva a cabo sin dicha autorización, se incurre en una infracción del derecho de comunicación pública.

El problema es que la protección que ofrece nuestro ordenamiento jurídico es débil y esto dificulta el establecimiento de modelos de negocio de oferta legal en Internet. La normativa específica relativa a la prevención y sanción de vulneraciones contra la Propiedad Intelectual, se estructura en nuestro país en un doble nivel:

- La vía civil (arts. 138 a 143 TRLPI), cuyo objetivo principal es conseguir el cese de la actividad ilícita del infractor y el resarcimiento al titular de los derechos por el daño sufrido.
- La vía penal (arts. 270, 271, 272, 287 y 288 de la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre del Código Penal), donde se regula la respuesta prevista para las infracciones más graves contra los derechos de Propiedad Intelectual, cualificadas por la concurrencia de dos elementos, el dolo (elemento intencional) y el ánimo de lucro.

A la hora de actuar ante la puesta a disposición masiva de libros electrónicos en Internet, en primer lugar habrá que determinar si concurren los dos requisitos exigidos en el art. 270 CP –el

dolo, y el ánimo de lucro- para poder emplear la vía penal; en caso contrario estaremos ante un ilícito civil.

En la mayoría de los casos, la puesta a disposición de libros electrónicos sin autorización en la red –a través de páginas de descarga ilegales o redes P2P- constituye un ilícito civil y, de acuerdo con la Ley (art.138 TRLPI), el titular de los derechos infringidos, podrá instar el cese de la actividad ilícita del infractor y exigir la indemnización de los daños materiales y morales causados.

La explicación estaría en que, aunque el Tribunal Supremo define el ánimo de lucro como *cualquier ventaja, utilidad, beneficio o rendimiento que se proponga obtener el sujeto activo, incluso los meramente contemplativos o con fines benéficos, no importando ni el modo de materialización de su propósito lucrativo ni si llegó a obtenerlo efectivamente*, la Fiscalía General del Estado (Circular 1/2006) lo interpreta como *restringido al lucro comercial*, excluyendo de la vía penal aquellos casos en los que el elemento comercial no concorra -de acuerdo con el art. 270.1 del Código Penal-. En consecuencia, la vía penal queda restringida en la práctica a operaciones de comercialización de libros electrónicos de forma masiva a través de páginas web en las que el lucro se manifestará bien por el cobro de un precio por la descarga del contenido, bien por el cobro de una tarifa por el acceso, o bien a través de publicidad inserta u otro medio, siempre que se acredite que la explotación no autorizada se realiza con ánimo de lucro comercial.

En el caso de las redes P2P, la Circular entiende que el ánimo de lucro comercial no concurre, aunque distingue entre colocar una obra –comunicación pública no autorizada- y bajarse de la red una obra para disfrute personal. En este último caso, el usuario ejerce su derecho a la copia privada y no es considerado un acto de comunicación, puesto que el art. 31.2 TRLPI establece esta limitación a la Propiedad Intelectual, aunque si el libro electrónico ofertado no fue colocado ahí legalmente -no cuenta con autorización del titular de derechos-, el acceso por parte del usuario tampoco será legal y, en consecuencia, la excepción de copia privada no debería ser aplicada. En este caso, se trataría de un ilícito civil que, de acuerdo con el art. 138 TRLPi capacitaría al titular de los derechos a instar al cese de la actividad ilícita y exigir indemnización al infractor.

A pesar de todas estas medidas jurídicas, Marta García apunta que la lentitud de la jurisdicción civil junto a la dificultad para identificar a los infractores, hace que el sistema sea ineficaz en la práctica, dado el común anonimato de los usuarios.

Para poder ejercitar una acción civil frente a infracciones masivas, es necesario detectar y recopilar información sobre las direcciones IP y datos de tráfico -es decir, un tratamiento de datos personales- y además averiguar la identidad sobre el titular de las citadas direcciones IP.

Pero es común que los registros de titulares de páginas web y de nombres de dominio contengan datos falsos y que los prestadores de servicios de alojamiento y acceso esgriman su derecho de intimidad y de protección de datos de sus clientes –conflicto mayor en el caso de redes P2P que de páginas web-.

Por otro lado, el art. 10 de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información, impone a las páginas web el deber de identificarse. Cuando no lo hacen o lo hacen con datos falsos, es preciso dirigirse al titular del servicio de intermediación con el que ha contratado el infractor pero, en tanto se trata de datos de carácter personal, los mismos se hallan protegidos por la Ley de Protección de Datos y sólo pueden ser comunicados con autorización del titular salvo cuando existe una previsión legal expresa, algo que no parece que exista en nuestro país.

Adicionalmente, la LSSI (arts. 14 a 17) exime de responsabilidad a los prestadores de servicios de la sociedad de la información que actúan como meros intermediarios cuando no tengan conocimiento de las actividades infractoras de derechos; una exención de la que pueden beneficiarse las páginas de enlaces, ya que no ofrecen contenidos en sentido estricto sino enlaces a otros contenidos ilícitos o sitios P2P-.

En resumen, nuestro ordenamiento jurídico protege débilmente a los titulares de derechos de propiedad intelectual dejándolos, en la práctica, en situación de indefensión. En consecuencia, se está estudiando la adopción de medidas normativas para crear un procedimiento mixto administrativo-judicial que corrija algunas de las deficiencias más graves y agilice el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual por parte de los titulares frente a la utilización masiva y no autorizada de sus obras por páginas web. Medidas que incidirán también en la creación de un marco legal que proporcione la suficiente seguridad jurídica para poder desarrollar modelos de negocio a través de Internet para el libro electrónico y los demás productos culturales.

El sector del libro ante el libro electrónico

La perspectiva de los autores

La realidad actual desde el punto de vista creativo, se analiza en las siguientes líneas gracias a la contribución de algunos autores y traductores del panorama nacional, cuyas aportaciones parten de la encuesta diseñada y enviada desde el *Observatorio de la Lectura y el Libro* con objeto de integrar su visión en el presente informe. A estas informaciones, se añade el documento que *ACE Traductores* hizo llegar a este organismo, en el que se recogen algunas de las inquietudes y solicitudes de este colectivo.

Analizadas en su conjunto, se puede concluir la reducida entrada de estos profesionales en lo relativo a la edición digital aunque, en contrapartida, se mantiene una creciente actividad de interacción con el lector a través de la web y, particularmente, mediante el uso de blogs en los que autores y lectores comparten opiniones e información, en definitiva, se comunican.

Tal es el caso del escritor Lorenzo Silva quien, desde hace diez años, publica gratuitamente algunos de sus textos en su web. Según el autor, esta práctica le ha facilitado la entrada a otros mercados editoriales como el de América Latina, así como una mayor relación afectiva con el lector, particularmente reforzada a través de su blog. A pesar de sus indudables ventajas, Lorenzo Silva manifiesta su creciente preocupación por la piratería; así, señala el autor *“cada día mis obras están en más sitios piratas, y cuando digo cada día, es, literalmente, cada día”*. Considera en consecuencia urgente que exista una oferta legal atractiva, asequible y con valor añadido que compense al lector el pago por la adquisición de las obras en formato digital, oferta ausente en la actualidad. Aunque la legalidad sea en sí misma un valor añadido, por sí sola resulta insuficiente; por ello, la oferta bajo este formato, debería realizarse además bajo precios no muy elevados y aportando aquello que no se encuentra en el acceso ilegal: calidad, catálogo, motores de búsqueda especializados, una interfaz tecnológica y visual de primera categoría, información y seguridad.

En cuanto al libro en papel, Lorenzo Silva defiende muchos de sus valores y considera que todavía tiene futuro, pero es necesario incidir en ellos porque lo contrario, pone en bandeja a otros agentes interesados en la edición digital – como los fabricantes de dispositivos- una desvalorización del libro, que sí podría sostenerse en el caso de otros soportes como el vinilo, el CD o el DVD, pero no en el caso del libro en papel.

Reflexiones similares son las aportadas por la escritora Care Santos, quien destaca la cautela con que las agencias literarias y las editoriales están abordando la edición digital. Una nueva forma de publicar que está produciendo profundos cambios en el mundo editorial español, pero no tantos en la forma de escribir, al menos en el caso de las obras literarias. La autora señala no haber recibido peticiones para editar sus obras en formato digital, aunque sí se está recogiendo esta posibilidad por contrato. Entre los principales problemas que afectan a los

autores, plantea la falta de uniformidad en torno a los porcentajes de derechos de autor y los plazos de liquidación, aspectos que, de acuerdo con la autora, requieren mayor planificación y consenso.

Care Santos dispone en la actualidad de blogs propios y participa en otros tantos a iniciativa de sus editores. Destaca el valor de este medio, no sólo porque favorece la comunicación con el lector, sino también porque fomenta el interés por los libros, especialmente en el caso de los lectores más jóvenes. En estos rangos de edad, este tipo de interacción con el lector es imprescindible, particularmente a la hora de promocionar un libro, ya que las recomendaciones de ciertos blogs pueden ser decisivas para la venta.

Por su parte, la escritora y traductora Clara Janés, tampoco ha recibido propuestas de edición de sus obras en formato digital; nunca ha firmado ningún contrato en el que se recoja esta opción y, en el caso de sus traducciones, si la había, ha hecho que la quiten. Desde su punto de vista, aunque *“este modo de edición modificará algo (la tarea de escribir), no lo hará en aquellos que sienten la vocación literaria como algo connatural a su ser, los que sirven a su arte y no se sirven de él”*.

El también escritor y traductor Andrés Ehrenhaus, señala que si bien no existen obras suyas accesibles de forma legal en la web, sí se ha encontrado con varias de ellas en diversas webs y blogs sin licencia, algunas en portales de descarga ilegal. En su caso, la principal razón de no haber dado el salto a este formato, es la falta de acuerdo con los distintos editores en torno a las pautas de uso digital de sus creaciones, situación que, a su juicio, deriva principalmente de la indefinición del modelo de negocio y de la incertidumbre sobre los ingresos reales que podrían derivar de dicha actuación.

Además, aunque está de acuerdo en que la tecnología actual fomenta la visibilidad de las creaciones, la presencia de algunas de sus obras en la web 2.0 –por ejemplo, menciones de sus obras en *Wikipedia*, críticas a través de blogs y presentaciones en vídeos – plantea importantes incongruencias y errores de contenido de difícil corrección en estos medios.

El autor, en su análisis de los cambios reales y potenciales de la edición digital en España, apunta también que, aunque con ella los autores pueden llegar más rápido y más directamente al público lector y viceversa, sería deseable que, dada la tendencia actual a publicar todo lo que se escribe, se aplicaran juicios críticos y unos filtros de calidad. En lo que a la industria editorial se refiere, considera que ésta se irá acomodando a los nuevos tiempos, revisando y adaptando muchos aspectos de su funcionamiento actual. En su opinión, en este nuevo escenario, los intermediarios tradicionales se van a mantener; si bien, en el ámbito de la creación, señala la necesidad de mayor protección para que autores, traductores e ilustradores puedan mantenerse, *“al menos los más rigurosos y comprometidos con la faceta creativa”*.

Andrés Ehrenhaus, incide finalmente en algunas de las peticiones también realizadas desde la Junta Rectora de *ACE Traductores*, de la que el autor forma parte. Ante la inminente llegada del libro electrónico y, bajo la convicción de que éste arrancará definitivamente en España a lo largo del año 2010, esta asociación ha venido manteniendo algunas reuniones con miembros del sector con el fin de definir un plan de negociaciones que aporte calidad y transparencia al nuevo modelo de negocio en España; un modelo en el que la traslación de la experiencia previa de otros países, como Estados Unidos o Alemania, se antoja complicada, dadas las diferencias de mercado y la especificidad de sus respectivos marcos legales.

Desde esta asociación, el libro electrónico es considerado tanto un negocio como un experimento, una realidad en la que entran en juego no sólo factores económicos sino también, y muy especialmente, culturales. Y en la que editores, autores, traductores, distribuidores y librerías se embarcan en una misma nave, pero sin saber con exactitud cuál será el rumbo de los acontecimientos.

En el caso concreto del traductor, y particularmente en el caso de la digitalización de fondos preexistentes, la edición electrónica está reforzando su papel, ya que la explotación digital, para muchas editoriales, tendrá que pasar inevitablemente por su cesión, sin la cual no hay modelo de negocio posible. Pero para que dicha explotación digital se pueda realizar, desde esta asociación se señala que es necesaria una adaptación de las condiciones contractuales, adaptación que implica importantes modificaciones respecto a lo que hasta ahora venía practicándose en lo relativo a la edición en papel.

Así, tras las proposiciones realizadas por el momento desde algunas editoriales a estos profesionales con la finalidad de extender los derechos de explotación del formato papel al digital, *ACE Traductores* establece una serie de puntos definidos en el plan de negociaciones anteriormente mencionado:

- Por un lado, la necesidad de diferenciar entre los contratos de explotación de obras en formato papel firmados en su día, de aquellos que puedan firmarse a partir de ahora, incluyendo la explotación en formato digital; existen en la actualidad muchas editoriales que consideran la explotación de los derechos digitales como un formato más entre los tradicionales – tapa dura, bolsillo, rústica, etc.-.
- Por otro, el requerimiento de una liquidación positiva a partir de la primera explotación –descarga, lectura en línea, etc.- Aunque hay excepciones, por lo general los editores contemplan la cesión de los derechos digitales –y, en consecuencia la explotación por un nuevo canal- como una cesión más por la que el traductor no tiene que percibir ningún anticipo; de esta forma, el traductor no percibe liquidaciones positivas por sus

derechos de autor hasta que no se cubre el anticipo por las ventas de X ejemplares en papel y en digital. Una práctica considerada desde esta asociación como “desproporcionada e incompatible con el espíritu de la Ley de Propiedad Intelectual”.

- Adicionalmente, se señala que los contratos de ampliación de la explotación de los derechos digitales están incluyendo cambios a la hora de calcular los porcentajes de derechos de autor, modificaciones que tienen como consecuencia un importante descenso retributivo para el traductor.

Hasta el momento, a la hora de negociar la explotación del libro en papel con derechos vigentes, el editor ofrecía al traductor un porcentaje que oscilaba entre el 0,5% y el 1,5% del PVP sin IVA de cada ejemplar vendido. Pero en la actualidad, se aplica como referencia para calcular dicha cantidad, la facturación neta del editor o, lo que es lo mismo, el PVP de venta al público sin IVA menos los descuentos, que vienen a ser en torno al 50% del PVP sin IVA, porcentaje destinado al distribuidor y al librero. Para compensar las pérdidas derivadas de este cambio, en general, las nuevas propuestas tienden “teóricamente” a doblar el porcentaje aplicado en papel para la explotación digital –es decir, si antes se ofrecía un 0,5% o un 1%, ahora se ofrece el 1% ó el 2% respectivamente-; pero la realidad es que, finalmente, con esta práctica, el traductor pierde participación sobre el PVP sin IVA del libro digital, ya que su precio siempre está por debajo del respectivo al libro en papel.

Aunque desconocen las causas que han motivado esta transformación, apuntan la posibilidad de que esta situación esté provocada por la dificultad de estimación de los costes del libro digital y por la incertidumbre sobre los márgenes de beneficio y descuentos.

Para arrojar luz sobre esta circunstancia, *ACE Traductores* se puso en contacto con algunos de los agentes literarios agrupados, quienes mantienen que la ausencia de un modelo de negocio definido está impulsando la necesidad de garantizar por contrato, en el caso de los autores, que éstos ganen lo mismo por la venta de un ejemplar en papel que por la descarga, licencia o adquisición de un ejemplar en formato digital. La fórmula con la que se cristaliza esta garantía pasa, en primer lugar, por la regulación bajo contrato aparte de la cesión de la explotación digital y el establecimiento de un plazo de cesión de dos años, plazo inferior al aplicado en el caso del libro impreso – situado normalmente entre los siete y los diez años –, dado el desconocimiento actual sobre el funcionamiento del nuevo mercado.

Como conclusión, *ACE Traductores* resuelve que una defensa justa de los intereses de este colectivo implica la negociación, individual y como asociación, de los siguientes puntos, peticiones que ya se han hecho llegar a muchas editoriales:

- Revisar los derechos de cesión para el libro digital, multiplicando al menos en un 2,5 los derechos de cesión aplicados en el libro en papel.
- Revisar la duración del contrato de cesión digital hasta situarse en valores inferiores o equivalente a los establecidos en el contrato de edición digital firmado por el autor, en ningún caso con una duración superior.
- Y finalmente, incorporar la liquidación positiva a partir de la primera explotación – descarga, lectura en línea, etc.-. Según los diversos expertos juristas consultados por *ACE Traductores*, de acuerdo con la actual LPI, la cesión de los derechos digitales no puede considerarse como un contrato de edición, sino como contratos de licencia de cesión de derechos digitales, ya que el contenido que se distribuye y vende no tiene límites y, por lo tanto, no puede fijarse un número mínimo ni máximo de ejemplares. En consecuencia, la cesión de derechos digitales debe ser independiente del anticipo a cuenta de los derechos de la edición en papel.

Iniciativas, realidad y perspectivas del sector editorial

En este apartado se recoge la opinión de varios editores, incluida la de una de las más importantes asociaciones de editores de España, la *Asociación Nacional de Editores de Libros y Material de Enseñanza* (ANELE), que agrupa a los editores de libros de texto.

Los editores analizan el escenario y las circunstancias que están favoreciendo la presencia del e-book, tanto a nivel mundial -especialmente en el mundo anglosajón- como en España, así como la realidad actual y perspectivas de futuro a corto plazo de algunas editoriales españolas en torno a la edición digital, y las posibilidades de traslación de algunos modelos de negocio ya desarrollados en otros entornos editoriales.

Jesús Badenes nos aporta su análisis sobre las iniciativas y perspectivas empresariales del libro electrónico como negocio, apuntando al cambio tecnológico actual y sus derivaciones sociológicas, así como a la necesaria adaptación al flujo natural con que se producen dichos cambios.

Compara la situación actual con la suscitada a raíz de la aparición de la imprenta. La generación de un mercado de contenidos que, con la imprenta, escapaba al control de su autor, hizo necesario entonces el establecimiento de una regulación, dando lugar a las leyes de Propiedad Intelectual. De la misma manera, según Badenes, la irrupción de Internet requiere hoy la delimitación de unas reglas del juego capaces de mantener los incentivos a los autores y facilitar, a su vez, el máximo aprovechamiento de las nuevas tecnologías al servicio de la distribución de los contenidos, reglas en las que el freno a la piratería debería ser una prioridad.

En su reflexión sobre esta situación, Jesús Badenes analiza los mercados editoriales de nuestro entorno, ofreciéndonos una visión comparativa respecto al mercado español en una doble vertiente, legal y empresarial, así como algunas iniciativas en marcha bajo la perspectiva de que las conclusiones derivadas de este análisis, pueden facilitar el establecimiento de un marco adecuado para el desarrollo del “mundo del libro” en España; un marco en el que, manteniendo la calidad de la creación editorial, se aprovechen los cauces tecnológicos disponibles.

En lo que respecta al entorno legal, Badenes señala la existencia actual, en el ámbito internacional, de dos sistemas diferenciados que se han implantado con objeto de frenar la descarga ilegal de contenidos.

Por un lado, el sistema irlandés, que pasa por el establecimiento de subvenciones cruzadas entre las industrias que se ven favorecidas por la piratería de un lado, y las perjudicadas – industrias de contenidos- de otro, de forma que las primeras pagan un canon a favor de las segundas. En la base de este proceder, se asume el perjuicio hacia las industrias de contenidos por parte de las empresas de telecomunicaciones. Y por otro, el sistema francés y el inglés, en los que la descarga ilegal de contenidos se combate mediante procedimientos que, de forma progresiva, abarcan el control, aviso y castigo al internauta, pudiendo culminar en el “aislamiento” temporal del “pirata”.

En lo relativo a España, de acuerdo con las encuestas desarrolladas en el ámbito europeo, todo parece indicar que *“todavía estamos a tiempo de actuar”*, ya que los lectores españoles registran uno de los índices más elevados de predisposición al pago – en torno al 13% -.

No obstante, a la hora de abordar la regulación por parte de los ejecutivos de los respectivos países, Badenes invita también a recordar que, en el mundo de los contenidos, la batalla se libra entre cuatro sectores de muy distinta naturaleza y con distintos grados de competencia sectorial y financiera, siendo el sector editorial uno de los más vulnerables.

Por un lado, empresas de electrónica de consumo como *Sony, Phillips, Amazon* o *Nokia*, que han entrado en el negocio de los e-readers, smartphones y otros dispositivos. A éstas se añaden las empresas de telecomunicaciones, que cobran mensualmente por la conexión ADSL, siendo las tarifas españolas unas de las más caras de la Unión Europea; esta situación, en nuestro país, se intenta compensar mediante la oferta a través de campañas en las que se promete la descarga gratuita de contenidos a cambio del pago de la conexión. Según Badenes, estas compañías – *Telefónica, Vodafone* -, incurrir en comportamientos claramente perjudiciales para el mundo de los contenidos desde el que, si bien se reconocen las ventajas del desarrollo tecnológico, no se defiende este tipo de modelos de negocio. En tercer lugar estarían las empresas de nueva generación surgidas al amparo de Internet, con un papel muy relevante en el nuevo escenario, pero también con cierta tendencia a priorizar sus fuentes principales de creación de valor sobre los propios contenidos. Tal es el caso de *Amazon*, con su e-reader *Kindle*, desarrollado en un entorno cerrado y con una elevada cuota de mercado en USA; y de *Google*, cuyo buscador alcanza en España una cuota de mercado del 97% y cuya principal fuente de ingresos es la publicidad, de forma que los contenidos tienden a considerarse un reclamo gratuito para su tráfico principal. De acuerdo con Badenes, la capitalización bursátil y su elevado poder de mercado – muy superior al de las empresas del mundo del libro-, convierten a estas empresas en enemigos colosales de editoriales y librerías.

Frente a estos tres sectores se sitúan las empresas editoriales, que intentan aprovechar las ventajas tecnológicas aplicadas a la distribución de contenidos, de momento sin éxito, ante la ausencia de un marco legal y un modelo de negocio adecuado. Adicionalmente, la atomización

competitiva y la escasa globalización de las editoriales, las convierte en competidores débiles frente al resto de sectores involucrados, haciéndose necesario establecer y respetar un entorno legal que proteja la propiedad intelectual y los intereses de autores y librerías, de la misma forma que se protege la propiedad intelectual con las leyes de patentes y marcas. Badenes también apunta que la mayor eficiencia tecnológica actual debería repercutir en la bajada del precio de los contenidos, pero sin que éstos lleguen a ser gratuitos.

En cuanto al entorno empresarial, a nivel internacional estamos asistiendo en la actualidad a una auténtica revolución en el mundo del libro. Revolución que se manifiesta especialmente en USA y con mayor énfasis en lo relativo a la venta electrónica de libros en papel, cuyo desarrollo se ha visto acelerado por la inexistencia de leyes del precio fijo. Esta ausencia legislativa, da ventaja a empresas como *Amazon* que, en poco más de cinco años, ha conquistado más del 20% de la cuota de mercado en dicho país, desbancando a las principales cadenas de librerías – *Borders, Barnes & Noble...*-, que se enfrentan actualmente a serios problemas financieros. En los países europeos, las cifras de venta electrónica del libro en papel son todavía inferiores, situándose en un 13% en el mercado del Reino Unido, un 10% en Francia y un 4% en España.

Por su parte, en lo que respecta a la venta electrónica de contenidos digitales para su lectura en dispositivos como el e-reader, los smartphones o pantallas de ordenador, las cifras son muy inferiores, a pesar del crecimiento elevado y acelerado en los últimos años - un 0,6% del total en USA en el año 2008-. Estos datos parecen mostrar que no existe aún gran interés por parte de la demanda aunque, según Badenes, “no se puede negar que éste es creciente”. Se apunta también al frenazo al audiolibro que, con el desarrollo del libro electrónico, está pasando a ser una opción técnica más, aunque en España no goza de gran popularidad.

El análisis de las iniciativas empresariales desarrolladas por el momento, parecen corroborar la hipótesis formulada desde el mundo editorial europeo, que apunta a la idea de que Internet es un invento anglosajón para alcanzar la supremacía en la única industria de contenidos que todavía no controlan, la edición de libros.

Concretamente, las cifras publicadas por *Publishers Weekly* relativas a 2008, nos indican que siete de los diez mayores editores del mundo son europeos – *Pearson* (UK), *Reed Elsevier* (UK/NL), *Wolters Kluwer* (NL), *Bertelsmann* (Alemania), *Hachette* (Francia), *Planeta* (España) y *De Agostini* (Italia)-, y tres norteamericanos – *Thomson Reuters* (Canadá), *McGraw-Hill* (USA) y *Scholastic* (USA)-. Si se analizan en profundidad, mientras los primeros desarrollan modelos de negocio en los que el concepto de edición tiene un importante componente artístico y más enfocado a la creación de contenidos, los segundos se orientan más a la distribución de contenidos, generalmente con un mayor componente tecnológico. Por esta razón, y especialmente tras la digitalización indiscriminada de *Google*, algunos profesionales europeos consideran el fenómeno Internet como un nuevo “Caballo de Troya”, a pesar de que se

reconoce el importante avance en los últimos años y el mayor reconocimiento de las leyes de Propiedad Intelectual.

En lo concerniente a España, Badenes considera que asistimos a una fase de preparación, tanto de la oferta como de la demanda, dirigida a adecuar el mercado español a estos nuevos fenómenos de mercado. Destaca la iniciativa de la plataforma *Planeta*, liderada por ésta, *Santillana* y *Random House Mondadori*, en la que tienen cabida otras editoriales –como *Anagrama*, *Tusquets* o *Salamandra*, entre otras-. Esta iniciativa está uniendo esfuerzos para crear una plataforma digital de acceso a contenidos electrónicos, fundamentalmente a través de librerías tradicionales con negocio on-line. A diferencia de otros enfoques tanto nacionales como internacionales, nace con la vocación de seguir colaborando con los libreros bajo la perspectiva de que, fruto de dicha colaboración, se crean lectores en España y de que el libro en papel convivirá durante un largo periodo de tiempo con el libro electrónico e incluso, seguirá siendo el formato preferido entre los lectores actuales - al menos en el caso de libros de interés general, que vienen a representar el 80% de la facturación de las librerías-. Su modelo de negocio contará, en principio, con una oferta de alrededor de 6.000 títulos de elevado valor comercial, que serán lanzados durante la próxima *Feria del Libro de Madrid*, coincidiendo con el final de la Presidencia española de la Unión Europea; evento que podrá servir de marco para la reflexión entre los países europeos sobre un sector que, en España, goza de muy buena salud⁹.

Finalmente, Badenes apunta a la necesidad de que la solución abarque a todos los agentes y se desarrolle en colaboración con la Administración, quien debe dotar al sector, a los autores y a los lectores, de un marco legal adecuado en el que desarrollar sus respectivas actividades empresariales, creativas o lectoras.

En consonancia con algunas de las reflexiones de Jesús Badenes, los datos aportados por Inés Miret invitan a pensar que, efectivamente, en nuestro país nos encontramos en una fase de entrada hacia la edición digital, a la que algunas editoriales van incorporándose tímidamente, aunque las previsiones para los años 2010 y 2011 apuntan a la incorporación más o menos generalizada de las editoriales españolas en actividades relacionadas con este tipo de edición.

Con objeto de arrojar luz sobre la situación actual y las perspectivas de futuro en torno a los proyectos digitales en desarrollo o planificados por el sector editorial español, se pone en marcha, en diciembre de 2009, una encuesta de apoyo a los editores y al resto de agentes que intervienen en la creación, distribución y comercialización del libro electrónico. La iniciativa, que surge con intención de realizarse con carácter periódico, está promovida conjuntamente por la

⁹ De acuerdo con los últimos datos de *Nielsen*⁹, la facturación del sector ha mostrado un crecimiento del 2,5% respecto a la del 2008, pudiendo alcanzar el 3%.

Federación de Gremios de Editores de España y la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez* y coordinada por *Neturity* con al apoyo técnico de *Conecta Research & Consulting*.

En principio, esta encuesta investiga en torno a cinco ámbitos que serán ampliados y perfilados en futuras ediciones: el impacto de la digitalización en el catálogo, los formatos y entornos de lectura, los canales de distribución y venta, política de precios y el impacto en los procesos internos de la editorial.

En esta primera edición recoge información de un total de 254 editoriales, entre las que se encuentran desde grandes grupos editoriales hasta medianas y pequeñas editoriales especializadas en literatura y ensayo, editoriales universitarias, editoriales de libro científico técnico, editoriales jurídicas o editoriales de libros de texto, muchas de ellas integradas en el proyecto ENCLAVE Editores – BNE¹⁰.

Inés Miret y la *Federación de Gremios de Editores de España*, con la colaboración de la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez*, nos han hecho llegar los resultados de esta interesante encuesta cuyas principales conclusiones se resumen a continuación.

➤ **Impacto de la digitalización en el catálogo:**

Definición del proyecto digital:

En definitiva, el análisis de los datos aportados apunta a una definición generalizada en la actualidad de los respectivos proyectos digitales, aunque las previsiones hacen pensar que habrá que esperar al año 2011 para poder hablar de una entrada definitiva de las editoriales españolas, al menos en lo que a la **digitalización de los respectivos catálogos** se refiere. Las novedades irán ocupando cada vez mayor espacio en la oferta digital, al igual que el número de obras que se tiene previsto publicar exclusivamente bajo este formato.

Concretamente, el 80%, de las editoriales encuestadas (204 editoriales) ha definido ya su proyecto digital. Entre ellas se encuentran representados todos los grandes grupos editoriales, editoriales especializadas en narrativa y ensayo, editoriales de libro científico – técnico, editoriales jurídicas, universitarias y de libros de texto. Se trata, en su mayor parte (el 24,8%), de editoriales con menos de 250 títulos en catálogo. El 3,2% son editoriales con más de 5.000 títulos en catálogo.

¹⁰ El proyecto, promovido conjuntamente por la *Federación de Gremios de Editores de España* y la *Biblioteca Nacional de España*, tiene como objetivo el desarrollo de bibliotecas digitales que contribuyan a promover el comercio del libro en distintos formatos. Comprende una fase experimental en la que se ha propuesto integrar en la *Biblioteca Digital Hispánica* obras digitalizadas sujetas a derechos de autor a partir de libros seleccionados y propuestos por editoriales interesadas asociadas al portal DILVE de la *Federación de Gremios de Editores de España*.

Por su parte, el 20% restante (50 editoriales) no tiene previsto realizar acciones concretas en torno a la edición digital durante el período 2009-2011.

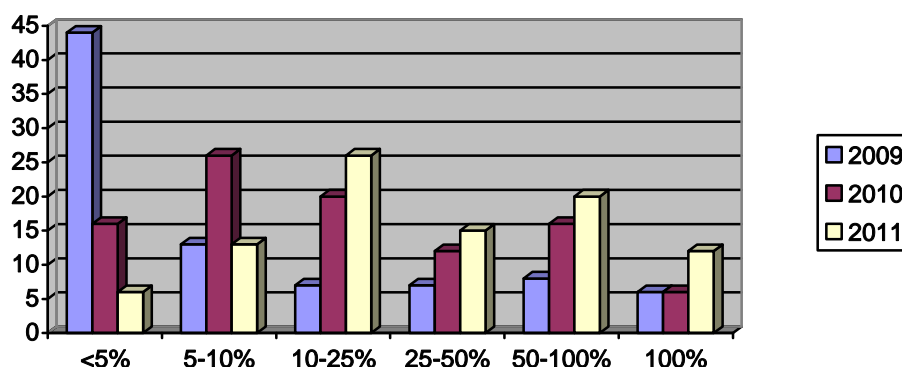
Fondo digitalizado:

En cuanto al porcentaje de títulos del fondo digitalizados, en la actualidad, más de la mitad de las editoriales encuestadas (el 56%) tienen al menos un 5% de su catálogo en formato digital, destacando la existencia de un 6% de la muestra con la totalidad de sus fondos ya digitalizados. El resto (un 44% que se corresponde con un total de 112 editoriales) han digitalizado menos del 5% de su catálogo.

Durante el año 2010, se espera que éstas amplíen su oferta digital: sólo el 16% tendrá digitalizado menos del 5% y también un 16% prevé disponer de entre el 50% y el 100% de sus títulos en formato digital; el porcentaje de las que habrán digitalizado todo su catálogo se mantiene en cifras similares a las del año 2009.

Las previsiones respecto al 2011 reflejan un importante salto en la entrada en la edición digital, apuntando a un 32% de editoriales con más de la mitad de su catálogo digitalizado (el 12% en su totalidad).

Fondos digitalizados. Realidad actual y perspectivas (datos en %)



El impacto de la digitalización en el catálogo y su evolución en los próximos dos años varía en función del tamaño de la editorial, aunque la situación de partida a finales de 2009 es muy similar: más de la mitad disponían de menos de un 5% de su catálogo digitalizado. Las diferencias se manifiestan pues en su evolución en 2010-2011:

- En el caso de las editoriales pequeñas (con menos de 1.000 obras en catálogo), las previsiones apuntan a un notable incremento en los próximos dos años: en 2011 un 19% dispondrá de la totalidad de su fondo digitalizado, y un 33% de entre el 50% y el 100%. Dentro de ellas, además, el 14% de las que disponen de menos de 250 títulos

prevé tener la totalidad de su catálogo digitalizado en 2011, el 13% en el caso de editoriales con entre 250 y 500 obras.

- Las editoriales medianas (con un catálogo de entre 2.500 y 5.000 obras) presentan una tendencia muy similar a las anteriores; en 2011 se prevé un importante incremento: un 5% dispondrá de la totalidad de su catálogo en formato digital y un 34% de entre el 50% y el 100%.
- En el caso de las editoriales más grandes (con un catálogo de entre 5.000 y más de 10.000 obras) las previsiones apuntan a que para 2010, la mitad de ellas dispongan de más del 25% de su catálogo digitalizado, destacando un grupo editorial que espera tener entre el 50% y el 100% de sus fondos digitalizados en dicho año.

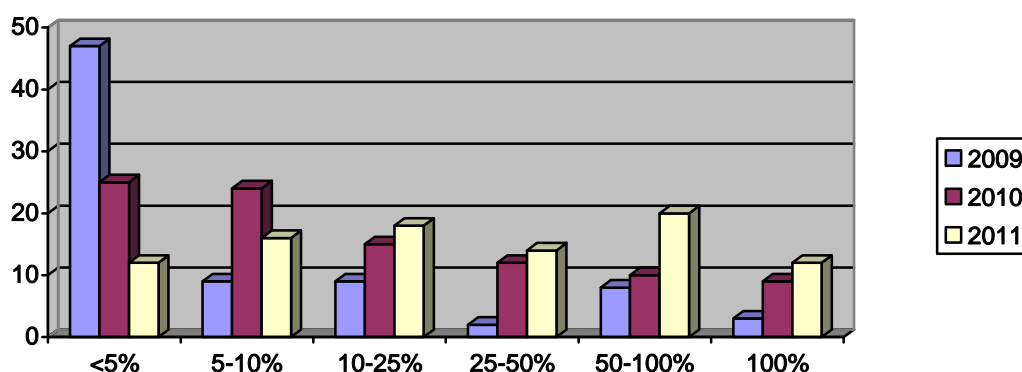
Oferta digital de novedades:

El impacto de la digitalización afecta de forma similar a novedades y al fondo, sin diferencias importantes en función del tamaño de la editorial a excepción de las de mayor tamaño, que reflejan una tendencia superior a la media.

A finales de 2009, el 47% de las editoriales comercializaban menos del 5% de sus novedades en este formato. Este porcentaje se reduce progresivamente hasta el 25% en 2010 y el 12% en 2011.

Un 3% lo hace con la totalidad de sus novedades, porcentaje que va incrementándose hasta alcanzar el 9% en 2010 y el 12% en 2011. Aunque hay que destacar que el 8% comercializa entre el 50% y el 100% de sus novedades en formato digital y que las previsiones apuntan al 19% en 2010 y al 32% en 2011.

*Novedades que se comercializan en formato digital. Realidad actual y perspectivas
(datos en %)*



En resumen, si actualmente el 11% de las editoriales encuestadas comercializan bajo este formato más de la mitad de sus novedades, las previsiones para 2011 apuntan al 32%.

Oferta exclusiva en formato digital:

La comercialización de títulos exclusivamente en formato digital es una práctica poco generalizada y más extendida en el caso de editoriales con mayor número de títulos en catálogo (más de 10.000 títulos), a las que siguen aquellas que disponen de entre 1.000 y 2.500 títulos.

Las estimaciones para 2010 y 2011 apuntan a la comercialización de un número destacado de títulos exclusivamente concebidos para el soporte digital, con las siguientes diferencias en función del tamaño de la editorial:

- En el caso de las editoriales más grandes, de una media de 33 títulos en 2009, se pronostica alcanzar los 405 en 2010 y los 538 en 2011.
- En el de las editoriales medianas, las cifras pasan de una media de 8 títulos en 2009 a los 38 en 2010, alcanzando los 110 en 2011.
- Por su parte, en las editoriales pequeñas, la oferta de este tipo de obras puede llegar a representar el 10% de su catálogo en 2011.

Comercialización de obras enriquecidas:

A finales de 2009, una cuarta parte de las editoriales ofrecían contenidos con recursos multimedia (bancos de imágenes, audios, vídeos...), especialmente editoriales de gran tamaño.

Las previsiones apuntan a un crecimiento notable durante 2010 y no tan significativo en 2011, con las siguientes diferencias según el tamaño:

- En 2010, alrededor del 55% de las editoriales pequeñas ofrecerán estos contenidos, aumentando hasta el 61% en 2011.
- En el caso de las medianas, no hay diferencias significativas en la evolución 2010-2011, situándose en torno al 67%-68%.
- En cuanto a las grandes editoriales, la oferta es previsiblemente mayor en aquellas con un catálogo de entre 5.000 y 10.000 obras, alcanzando al 100% en 2010 y 2011. Entre las más grandes la evolución será más paulatina: un 75% en 2010 y un 100% en 2011.

Comercialización de obras fragmentadas:

La tendencia a comercializar obras fragmentadas -por ejemplo, en capítulos- irá aumentando progresivamente en los dos próximos años. Esta opción es contemplada por el 40% de las editoriales en 2010 y por más de la mitad en 2011.

El incremento de la oferta de obras fragmentadas será más rápido en el caso de los grandes grupos editoriales.

➤ **Formatos y dispositivos de lectura:**

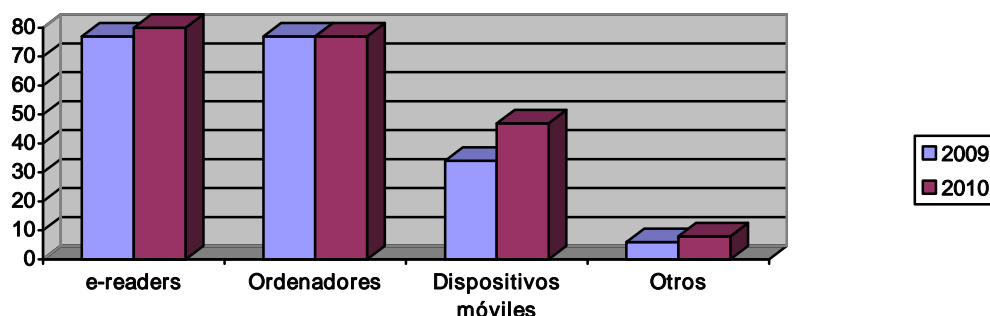
Dispositivos de lectura:

Si bien en la actualidad los libros electrónicos son concebidos por la mayoría de las editoriales para su lectura en ordenador –al que le siguen los e-readers y los teléfonos móviles -, en los próximos años se prevé que el e-reader vaya ganando posiciones progresivamente, hasta situarse en 2011 como el principal dispositivo de lectura de los e-books publicados por la editorial, aunque el ordenador sigue manteniéndose en cifras cercanas a éste. De hecho, más del 75% de las editoriales se inclina por ambos simultáneamente, con un crecimiento mínimo en 2011.

Los teléfonos móviles y otros dispositivos móviles no específicamente diseñados para la lectura, tendrán comparativamente menor presencia, pero son los que presentan un mayor potencial de crecimiento. De acuerdo con los datos, se prevé pasar de cerca del 10% de editoriales en la actualidad a cifras en torno al 34% en 2010 y al 47% en 2011.

Destacar también que, en el caso de las editoriales de libros de texto, está prevista la comercialización de productos para pizarras interactivas.

Dispositivos de lectura para los que se espera comercializar obras digitales (datos en %)



Formatos:

Actualmente el formato PDF es el predominante y se espera que se mantenga en los próximos dos años, alcanzando en 2010 al 80% de las editoriales. No obstante, en dicho año está previsto un importante incremento del formato ePub, que pasará de ser empleado por el 24% de las editoriales a ser utilizado por el 60% de éstas. Este formato coexistirá con Mobipocket, que será empleado en 2010 por un 30% y, en 2011, por un 36%. Sólo el 13% de las editoriales prevé aplicar el formato Mobipocket para *Kindle*, cifra que se incrementa muy ligeramente en las previsiones para 2011 (15%).

En resumen, a finales de 2009, los formatos elegidos son, por este orden, PDF, ePub, Mobipocket genérico y Mobipocket para *Kindle*, tendencia que se mantendrá en los dos siguientes años, aunque con una presencia creciente del ePub y Mobipocket genérico.

➤ **Canales de distribución y venta:**

Los datos aportados por las editoriales en torno a la práctica actual y las previsiones respecto a los canales de distribución y venta de libros electrónicos muestran, en primer lugar, el empleo simultáneo de diversos canales disponibles a su alcance, aunque las opciones varían según el tamaño de la editorial. Y en segundo, la tendencia a ir relegando el uso de plataformas comerciales genéricas a favor de la venta directa a través de la web de la editorial, canal que se verá reforzado en los próximos años, junto a la venta a través de librerías. Estos tres serán los canales con mayor incremento en los próximos dos años.

En 2009, cerca del 40% de las editoriales utilizan plataformas comerciales genéricas y alrededor del 35% vende libros electrónicos directamente a través de su propia web. Pero para 2010, la venta directa desde la web alcanzará el 67% y, en 2011, el 70%, mientras la comercialización a través de plataformas comerciales genéricas pasará a un segundo plano, alcanzando el 55% en 2010 y el 56% en 2011. En tercer lugar, la venta a través de librerías irá ganando terreno con el tiempo, pasando del 28% en la actualidad, al 51% en 2010 y al 53% en 2011.

Las plataformas conjuntas con otras editoriales también irán ganando fuerza: si en 2009 este canal es utilizado por el 12% de las editoriales encuestadas, las previsiones para 2010 apuntan a más del 30% y, para 2011, al 38%.

La comercialización a través de alguna plataforma creada por la propia editorial se irá afianzando con los años, hasta situarse en un 16% en 2010 y en un 21% en 2011. Esta tendencia es mayor en el caso de editoriales con catálogos superiores a 1.000 obras, en las que las previsiones alcanzan entre un 25% y un 30% para 2011.

Finalmente, apuntar que algunas editoriales añaden, a los canales ya mencionados, la venta a través de *Amazon*, *Google*, *iTunes* y operadores de telefonía.

El tamaño del catálogo de la editorial parece tener especial incidencia en la preferencia por uno u otro canal:

- Las editoriales de mayor tamaño (entre 5.000 y más de 10.000 obras en catálogo), apuestan sobre todo por plataformas conjuntas con otras editoriales y por la venta a través de librerías. No obstante, mientras las editoriales más grandes (de más de 10.000 obras en catálogo) descartan la venta desde la web de la editorial, aquellas grandes pero con menor número de obras en catálogo (entre 5.000 y 10.000), consideran también plataformas genéricas y la venta desde la web de la editorial.
- Por su parte, las editoriales de tamaño medio (con catálogos de 1.000 a 5.000 obras) optan preferentemente por la venta desde la web de la editorial, a través de librerías y de plataformas comerciales genéricas.
- Por último, las editoriales de menor tamaño (con menos de 1.000 obras en catálogo) muestran mayor predisposición hacia la venta a través de la web, seguida por plataformas comerciales genéricas y librerías; no obstante, más del 30% de estas editoriales también prevén la comercialización a través de plataformas conjuntas con otras editoriales, con una tendencia creciente en 2011.

➤ **Política de precios:**

Precio del libro electrónico:

Un 48% de las editoriales encuestadas señala actualmente un precio del libro electrónico menor al del libro impreso, con pronósticos que se acercan al 70% en 2011. Existe sin embargo un 11% que manifiesta que ambos formatos deben comercializarse bajo el mismo precio, aunque el porcentaje disminuye hasta el 8% en 2010 y 2011.

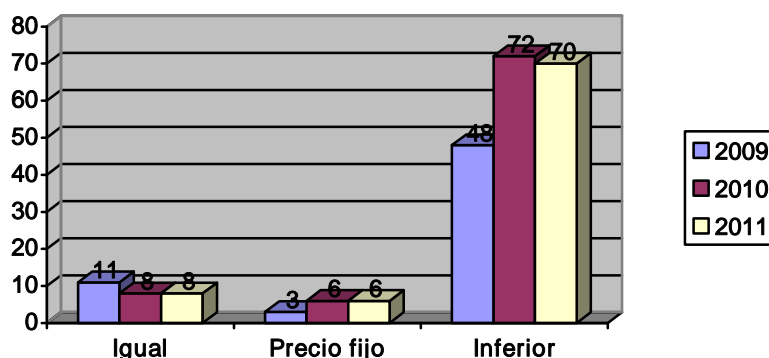
Entre las editoriales que señalan un precio inferior del libro digital, la mayoría apuntan una reducción cercana al 30%. Son menos las que consideran que el precio debe ser inferior al 50% del relativo al papel, y menor aún el porcentaje de las que consideran precios inferiores al 15%.

Sólo un 3% alude actualmente a rangos de precio fijo, aunque se prevé un ligero aumento en el número de editoriales que aplicarán este criterio en los dos próximos años (el 5% en 2010 y el 6% en 2011). Los precios señalados por las editoriales en este caso, se sitúan entre los 2,99 € y los 19,99 €.

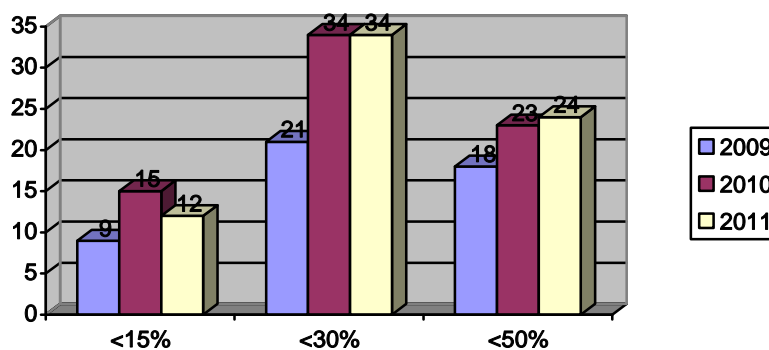
Las estimaciones para 2011 apuntan también a un 1% de editoriales que prevén establecer precios superiores al del libro impreso.

Destacar que más del 35% de las editoriales encuestadas no han respondido a esta pregunta en lo relativo al momento actual, aunque este porcentaje va disminuyendo a la hora de manifestar las previsiones para 2010 y 2011.

Política de precios desde el sector editorial. Realidad y perspectivas (datos en %)



Desglose según los porcentajes de reducción a aplicar sobre el libro en papel para el libro electrónico. Realidad y perspectivas.



Acciones promocionales y de análisis de mercado:

A finales de 2009, un 11% de las editoriales encuestadas manifestaron haber establecido precios inferiores para el libro electrónico con fines promocionales o de análisis de mercado. Las previsiones para 2010 apuntan al 39% y, para 2011 al 42%. Un elevado número de editoriales no han contestado a esta cuestión.

Las diferencias en función del tamaño del catálogo editorial reflejan que, mientras las editoriales con menos de 1.000 títulos en el catálogo irán adoptando estas medidas de forma progresiva, en aquellas con mayor número de títulos se producirá más a corto plazo

y, en menor medida, durante 2011; esto puede indicar que estas editoriales esperan poder llegar antes a políticas de precios ajustadas al mercado.

➤ **Impacto en los recursos internos de la editorial:**

Los datos apuntan a la tendencia hacia la externalización en el caso de tareas como el escaneado y la creación y transformación de formatos; en contrapartida, las tareas de diseño y maquetación, así como las del establecimiento de la política comercial implicarán a más recursos propios.

También la integración en la web 2.0 supondrá una dedicación importante de recursos internos, aunque menor que en las tareas anteriormente mencionadas; la implicación prevista de recursos propios para esta integración crece a medida que aumenta el tamaño de la editorial.

La estabilidad entre las previsiones para 2010 y 2011 en casi todas las tareas mencionadas, parece responder más a la dificultad de hacer previsiones a un plazo de dos años, que a la existencia de políticas de recursos claramente definidas.

De una forma muy global, puede concluirse que la industria editorial española se encuentra en la actualidad en el inicio de su entrada hacia la edición digital, aunque las previsiones apuntan al año 2011 para hablar de una verdadera inmersión en este mercado.

En un planteamiento referido fundamentalmente a la situación en España, desde la *Asociación Nacional de Editores de Libros y Material de Enseñanza* (ANELE), se señala que el actual proceso de transformación del sector del libro se está viendo impulsado por cuatro factores: por un lado, la proliferación de dispositivos de lectura de contenidos digitales de segunda generación y su comercialización masiva, aspecto que previsiblemente acabará determinando la bajada del precio de estos dispositivos, incidiendo en su popularización; por otro, el acceso gratuito a la información y al conocimiento generado por el usuario; en tercer lugar, la crisis económica, con importantes efectos en muchos mercados; y, por último, la entrada de empresas hasta ahora ajenas al sector, que vienen marcando las reglas del juego.

Esta situación requiere el posicionamiento rápido del sector editorial español; requiere definir y establecer modelos de negocio en los que, aprovechando las características de los contenidos digitales, se incorporen nuevas formas de explotación. Desde esta asociación, aunque se señala la falta de definición actual de los modelos de negocio, se anima al diseño de proyectos piloto con el fin de probar y definir futuras estrategias de negocio en la Red. Las posibilidades en torno a los modelos de explotación de los contenidos, en el caso concreto del libro de texto en España, son múltiples, y vienen favorecidas especialmente por la mayor facilidad de

fragmentación del contenido en este tipo de libros y su flexibilidad a la hora de adaptarse a las necesidades de estudiantes y personal docente. Principalmente:

- Venta completa del libro electrónico, bien perpetua –un solo pago, uso ilimitado-, o bien limitada en el tiempo definiéndolo bajo contrato –en este ámbito, normalmente es el curso escolar-.
- Venta parcial de contenidos o capítulos.
- Suscripción, bien a través de tarifas planas de acceso o bien con limitaciones -en el tiempo o en el número de usuarios que acceden simultáneamente a la plataforma-.
- *Pay per view*: posibilidad de acceder a todo el contenido pero pagando sólo por lo que se lee o descarga.
- *Mash up*: customización del libro electrónico, donde el precio dependerá del número de capítulos.

Estas opciones pueden complementarse con otras estrategias de comercialización dirigidas a ofrecer los mismos contenidos en distintas plataformas de distribución digital –como *ebooks.com*, *Amazon* o *eCollege* o, incluso, en plataformas de comercialización de libros electrónicos para móviles. De hecho en España, las principales operadoras de móviles ya están en conversaciones con varias empresas del sector del libro, la prensa y las revistas para lanzar próximamente una amplia oferta de contenidos digitales a través del móvil.

Pero además, ANELE defiende que el diseño e implementación de estos modelos de negocio, debería venir acompañado por:

- Un análisis del panorama de proveedores de digitalización y de las plataformas de comercialización y distribución en la red.
- La generación de una oferta legal atractiva de acceso a contenidos digitales, capaz de respetar los derechos de todos. Esto implica, según ANELE, que el establecimiento de barreras que impidan la copia ilegal se acompañe de modos legales de acceso a disposición del consumidor.
- La integración de servicios de valor añadido, contenidos enriquecidos y competitivos en precio ya que, si los usuarios no encuentran una oferta legal atractiva en la red, es muy posible que se dirijan a contenidos de dominio público, contenidos generados por otros usuarios o, peor aún, a contenidos que incumplen la legislación. A este respecto se

considera que el precio del libro digital deberá ser inferior al del libro impreso, siempre que el primero no ofrezca ningún valor añadido sobre el segundo.

- Y una valoración de las posibles alternativas sobre modelos de explotación, como las anteriormente mencionadas, teniendo en cuenta que cada libro electrónico deberá ofrecerse según la opción que más se adapte al uso que le vaya a dar el consumidor final.

Respecto al e-reader, desde ANELE se señala que, a pesar de las opiniones sobre su escaso asentamiento y el carácter residual de la venta de estos dispositivos en España, las estimaciones son optimistas – recordemos los resultados de la encuesta anteriormente mencionada que situaban el e-reader como el principal dispositivo de lectura en 2011 en nuestro país -. A este respecto, Rosalina Díaz aporta las cifras estimadas por Outsell¹¹, desde donde se apunta que el mercado global para los e-readers alcanzará los 500 millones de dólares en 2011, con un incremento anual estimado en un 38,4%. Afirma que, si bien es verdad que el principal mercado para el e-reader en estos momentos es el consumidor final, el mercado, según Díaz, crecerá en los próximos años.

ANELE apunta que su asentamiento dependerá de factores que, en algunos casos, no están en sus manos, como el precio, pero que sí existen otros más a su alcance sobre los que pueden actuar, fundamentalmente los relativos a:

- La capacidad para responder a la demanda creciente de contenidos digitalizados con servicios de valor añadido para hacer frente a contenidos gratuitos.
- La necesidad de definir y/o apoyar el establecimiento de un formato estándar, ya que la diversidad actual y la lucha empresarial por el triunfo de los respectivos formatos, empuja a algunas editoriales a digitalizar parte de sus fondos en distintos formatos.
- Y priorizar, frente a herramientas como los DRM, la creación de una oferta comercial atractiva, diversa y rica en funcionalidades, acompañada por precios competitivos y sin excesivos bloqueos técnicos.

En esta línea y, en consonancia con las reflexiones aportadas por ANELE, Rosalina Díaz también señala que, a pesar de las dudas sobre la rentabilidad de comercializar libros en formato electrónico para e-readers, *“es esencial experimentar para entender las preferencias de los usuarios y sus necesidades y para identificar nuevos modelos de negocio”*. A esto añade que, aunque *desde el punto de vista del consumidor, un solo dispositivo móvil no será*

¹¹ Outsell Inc. Insights

suficiente, el compromiso entre portabilidad y funcionalidad continuará, de manera que algunos, especialmente los profesionales, necesitarán varios dispositivos para usar cada uno en un contexto específico”.

Considerando además, que lo ocurrido en el mundo de la música presenta diferencias significativas respecto al mundo del libro¹² –particularmente relativas al perfil del consumidor de ambos productos culturales y a la existencia de una oferta legal previa, ausente en el caso de la música -, Rosalina Díaz anima a *crear un entorno de venta de libros digitales en el que se respeten los derechos de todos, destinado a unos consumidores que comprenden que la piratería es rechazable, y que apreciarán la comodidad y seguridad de comprar a los que tienen derecho a vender lo que está en circulación”.*

Las decisiones que tome en la actualidad el sector editorial, especialmente en lo relativo a la política de precios, son especialmente importantes, pues pueden comprometer el crecimiento, tamaño y evolución del mercado. A este respecto, los consumidores norteamericanos consideran que el precio del libro electrónico debería situarse entre un 10% y un 30% por debajo del precio del mismo título en papel.

Respecto a las diversas alternativas, Rosalina Díaz nos ofrece un completo análisis de las tendencias que ya están produciendo cambios en el modelo de negocio en el sector editorial a nivel mundial. Estas tendencias, que han generado modelos de negocio reales, son las siguientes: la innovación tecnológica, la “*customización*” o creación de libros a medida, la expansión o enriquecimiento de contenidos, la posibilidad de colaboración en el contenido de una obra y la posibilidad de vender contenidos por partes o alquilar obras.

- La innovación tecnológica está permitiendo modelos de negocio editorial en dos sentidos: por un lado, en torno a la creación de contenidos electrónicos para dispositivos de lectura portátiles y, por otro, alrededor de la Impresión Bajo Demanda.

En el primer caso, hay interesantes ejemplos ya desarrollados en la edición digital de periódicos, libros de texto y consulta y contenidos profesionales, cuyas posibilidades de traslación a otros ámbitos editoriales, de acuerdo con Rosalina Díaz, deberían ser evaluadas.

- Los modelos de negocio desarrollados en la edición de periódicos, pueden ser buen ejemplo de las posibilidades de venta de libros electrónicos y los posibles acuerdos con terceros. En este campo, hay experiencias de diversa índole de descarga de contenidos y noticias a través del móvil. Pero el escenario que parece más probable y, para el que las editoriales parecen estar menos

¹² Boston Consulting Group, “E-books and digital strategy options”, julio 2009

preparadas, es aquel en el que el usuario tiene acceso abierto a contenidos online a través de aparatos móviles cada vez más convergentes; no hay suscripción a los contenidos, de forma que esta ausencia se compensa con publicidad.

- En el ámbito de los libros de texto, frente a la gratuidad de contenidos deben ofrecerse valores añadidos de utilidad que compensen la adquisición – posibilidad de realizar auto exámenes, manipular tablas y gráficos, compartir dudas y un largo etcétera-. De momento, no está claro si la oferta gratuita de libros de texto puede incrementar las ventas en papel, aunque hay estudios que están evaluando esta cuestión así como los potenciales modelos de negocio a desarrollar.
- Finalmente, en lo relativo a contenidos profesionales, hay experiencias muy destacables, especialmente a través de teléfonos inteligentes, que abarcan multitud de opciones: suscripción –a una información determinada o con la fórmula tradicional-, pago por tiempo de uso, acceso gratuito apoyado en publicidad, pago por documento o partes de él, por búsqueda, por tiempo de acceso, por acceso a imágenes o gráficos o pago por alertas.

En cuanto a los modelos de negocio alrededor de la Impresión Bajo Demanda, éstos parecen más claros y se centran, fundamentalmente, en aportar servicios de valor añadido complementarios al modelo tradicional.

- En segundo lugar, la customización o creación de libros a medida, recopilando partes de libros, personalizándolos con contenido propio o disponiendo de éstos en distintos formatos, admite diversos modelos de negocio que van, desde la venta del libro a medida para ser leído en línea o impreso, hasta la publicación gratuita en la web, ofreciendo en este último caso la posibilidad de personalizar los contenidos para ser finalmente adquiridos en papel a bajo precio.

Esta forma de explotación se está aplicando en el libro de texto (*Mac Graw Hill*, con *Primis online*), en el resto del mundo académico (*World Knowledge*) y en el jurídico (*Wetboek*, de *Knops Publishing*). Permite además la autopublicación (*iUniverse*).

- Otra de las tendencias es el enriquecimiento o expansión de los contenidos, por ejemplo, reforzándolos con el acceso a imágenes, como ocurre en el ámbito de la medicina (tal es el caso de *Imaging Consult*, de *Elsevier*, que ofrece suscripción a contenidos por especialidades).

- Una cuarta posibilidad es la colaboración o participación en el proceso creativo de una obra (por ejemplo, *Comunidad-Campus Online* o *Law School Exchange* de Thomson), aunque en este caso los modelos de negocio no son aún claros.

- Y finalmente, la venta de contenidos por partes y el alquiler de obras. Las opciones van desde el alquiler por un tiempo limitado, hasta la consulta y/o adquisición de obras ya impresas. El modelo de negocio se centra en la compra o suscripción de contenido digital o impreso.

La experiencia del librero; retos y oportunidades del libro electrónico

Las aportaciones desde el ámbito de las librerías parten de una encuesta que, con motivo del presente informe, se diseñó y coordinó desde la *Librería Proteo* remitiéndose, con la colaboración de la *Confederación Española de Libreros* (CEGAL), a diversos expertos libreros. A las conclusiones arrojadas por esta encuesta, se añaden aportaciones y algunas matizaciones personales de algunos libreros españoles que, en su conjunto, nos han permitido conocer más a fondo el estado de la cuestión.

En líneas generales, la librería reclama, como distribuidor natural del libro en papel, su lugar en torno a la venta del libro electrónico, considerando que su función, la de seleccionar, aconsejar y recomendar libros es la misma independientemente del formato. Manifiestan además, estar preparados o en disposición para desarrollar líneas de negocio en torno al e-book, tanto por el grado de informatización, como por el uso de nuevas tecnologías; apuntan en esta línea la existencia actual de un importante número de libreros que venden soportes y contenidos electrónicos - el 40% de los participantes en la encuesta -, aunque su experiencia en este mercado está limitada a aproximadamente un año.

A pesar de mantener esta posición, ni existe una opinión unánime respecto a la importancia de vender libros electrónicos y soportes, ni parece haber consenso en que el negocio virtual incremente las ventas o tenga una incidencia significativa en la calidad del servicio; pero sí se señala que no tiene repercusiones en el número de clientes que se acercan al establecimiento. No obstante, algunos también apuntan que son muchos los clientes que realizan consultas a través de la web y acuden al establecimiento a la hora de efectuar la compra.

En el análisis sobre los principales mercados que podría ofrecer el libro electrónico, parece haber acuerdo en que, tanto en torno al e-reader, como alrededor de los contenidos digitales, se abre una nueva línea de negocio para las librerías, aunque manifiestan algunas dudas en determinados aspectos.

- En lo que respecta a los dispositivos de lectura, particularmente al e-reader, son ya algunas las librerías que han incorporado estos aparatos en sus establecimientos: los datos registrados en 2008 arrojan porcentajes del 37,5% en el caso de las librerías muy grandes, del 20,5% en el de las grandes, el 8% en el de las medianas y el 5,1% en el de las medianas pequeñas.

Si bien hay consenso a la hora de valorar algunas de sus ventajas – la mayor capacidad del libro electrónico o las posibilidades ofrecidas por el hipertexto -, existen

importantes dudas sobre el interés de los lectores españoles hacia estos dispositivos; señalan que el precio de los soportes y la incompatibilidad y falta de desarrollo de los formatos, son dos de los factores que más están incidiendo en este sentido. Algunos librereros añaden que, en otros productos, el desarrollo tecnológico no ha supuesto el fin de productos anteriores que, como en el caso del libro en papel, forman parte de nuestras vidas desde hace largos años. Y otros, invitan a la reflexión sobre hasta dónde podría intervenir la librería en un negocio que puede considerarse más propio de otro tipo de establecimientos, aunque en este aspecto las opiniones son también contrapuestas.

- En cuanto a los contenidos digitales, algunos librereros defienden algunas de sus ventajas - como el aligeramiento de los sistemas actuales de distribución del libro, su posible contribución a una oferta más asequible para el lector, la rapidez de acceso o la reducción del espacio físico ocupado por los libros -, mientras otros apuntan la dificultad para sustituir un producto tan arraigado como el libro impreso o la merma en las habilidades cognitivas frente a la lectura en papel. Manifiestan también muchas dudas derivadas de la escasa demanda real por parte del lector, a lo que añaden su preocupación por la falta de información en este formato en torno a aspectos como la garantía de calidad de los contenidos digitales, de las traducciones, del origen de las ediciones, de si la obra es completa o adaptada, del formato del libro electrónico o de la plataforma o editor que los comercializa, aspectos en los que podría estar precisamente su hueco de mercado.
- En lo que respecta a la Impresión Bajo Demanda, ésta es considerada de forma unánime una línea de negocio muy interesante para la librería.

Finalmente, los librereros manifiestan que, tanto la piratería, como proyectos tipo *Google*, ponen en peligro la libertad intelectual y del conocimiento, y son considerados en consecuencia serias amenazas para el negocio, aunque no hay consenso sobre si ésta procede de los tipos de soporte o de la aparición de nuevos agentes en el mercado del libro. No obstante, no creen que en la industria del libro se alcancen cotas de piratería similares a las producidas en la industria musical.

Dicho esto, los librereros analizan la fórmula de entrada en el mercado digital, conscientes de que dependerán de las decisiones que adopten las editoriales, ya que la digitalización es competencia de éstas.

Una de las propuestas es la apuesta firme por plataformas de distribución abiertas que respeten el tradicional canal de venta y que puedan ser aprovechadas por todos los agentes del libro, en contraposición a aquellas que son consideradas excluyentes – *Google, Amazon* –

y que lideran la tendencia monopolizadora. Señalan que existen ya plataformas de distribución que han manifestado su intención de contar con las librerías; no obstante, consideran que son escasas las plataformas actuales orientadas a la venta de libros electrónicos que pueden considerarse dignas, más allá de *Libreka!*, o del acuerdo de la *Asociación de Libreros Austriacos* con *Sony*. En este sentido, los libreros proponen fortalecer las actuales vías de comunicación con otros países más avanzados, cuyas experiencias y su evolución, pueden servir de apoyo a la librería en la toma de decisiones.

A esta propuesta, se añaden diversas reflexiones y peticiones lanzadas por algunos de los expertos, como la necesidad de un posicionamiento unánime de todos los agentes implicados. Este posicionamiento debería basarse en el establecimiento de unos principios básicos innegociables, previamente consensuados, sobre márgenes comerciales, sistemas de distribución, desarrollo de campañas conjuntas de libros digitales y en papel, establecimiento de sistemas de almacenamiento compartidos o catalogación de los nuevos formatos.

Esta posición unánime debería extenderse también a la lucha contra la piratería y a la defensa de los derechos de autor. En este sentido, uno de los expertos alude a la necesidad de que la Ley refleje también el tema de las descargas ilegales y que se cree una mesa antipiratería en la que estén representados todos los agentes del sector – editores, libreros, distribuidores, autores, bibliotecarios y CEDRO-.

En torno a la garantía de los contenidos electrónicos en el entorno digital y su control a nivel fiscal, otras peticiones se dirigen a solicitar la intervención de la Comisión Europea, proponiendo leyes o, en su defecto, líneas de actuación que garanticen que los contenidos digitales se corresponden con los originales, que toda la cadena del libro cumple con sus obligaciones fiscales y que la tecnología para la gestión de contenidos no esté mediatizada por los intereses de las grandes empresas desarrolladoras, sino que tenga también en cuenta los intereses de los consumidores a los que están dirigidos. A esta petición se añade la propuesta de que todos los libros digitales sean registrados y dispongan de certificación, permitiendo distinguir los libros legales de los que no lo son. Se propone el alta en el ISBN cuyo sello, aportaría además ciertas garantías de calidad al lector - aunque esta práctica se viene realizando desde hace tiempo-.

En otro orden de cosas, se apunta la necesidad de renovar la imagen de la librería, convirtiéndola en un espacio más atractivo en el que el lector pueda encontrar libros en todos los formatos posibles. En esta línea, aunque la venta de e-readers no fuera el negocio de la librería, se alude a su incidencia en la revitalización de la imagen de estos establecimientos.

De forma consensuada, los libreros realizan finalmente algunas peticiones a las Administraciones y al conjunto de la cadena del libro:

- La necesidad de financiación para fomentar su desarrollo web, impulsar el comercio electrónico y disponer de espacios Wi-Fi en el establecimiento, permitiendo al lector descargarse libros desde la propia librería.
- La necesidad de recibir formación especializada en el uso de las TICs, facilitando al librero su adaptación a la nueva realidad.
- La necesidad de recibir una formación básica propia de la profesión y que ésta sea oficialmente reconocida.
- La necesidad de fomentar el conocimiento y utilización de todas las herramientas informáticas de gestión y comunicación con el cliente.
- La solicitud de ayuda financiera para hacer frente a los costes de incorporación de maquinaria de Impresión Bajo Demanda en los establecimientos.

El papel del distribuidor ante el libro digital

Al igual que las solicitudes manifestadas por las librerías españolas, desde la *Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones* (FANDE) se reclama el lugar del distribuidor en el mercado del libro digital. Y también, en consonancia con lo manifestado por el resto de agentes del sector, se considera imprescindible definir el posicionamiento de sus protagonistas y el rol que va a desempeñar cada uno en la nueva cadena de valor.

Estas manifestaciones vienen a reafirmar la preocupación desde el sector respecto a la entrada de los nuevos agentes, entre los que los distribuidores apuntan a los fabricantes de dispositivos de lectura, las empresas de digitalización de contenidos, los operadores de telecomunicaciones e, incluso, las agencias de publicidad. De acuerdo con FANDE, aunque no estén definidos los modelos de negocio del libro electrónico, sin este posicionamiento, el control de importantes parcelas de actividad relacionadas con el mercado del libro digital recaerá en estos nuevos agentes.

Bajo la convicción de que la venta de libros en papel y digitales convivirá durante un plazo amplio de tiempo, señalan la necesidad no sólo de aprovechar adecuadamente la digitalización de contenidos como medio de apoyo a la promoción y venta del libro en papel¹³, sino también de establecer estrategias de innovación que, centrándose en la digitalización de obras, incorporen nuevas formas de marketing, no sustitutivas sino complementarias a los modelos de marketing tradicionales. Y también, de que el editor empiece a pensar digitalmente y a explorar todas las posibilidades, no sólo relativas a la venta, sino también a la promoción de obras en redes sociales de forma coordinada entre editores, libreros y distribuidores.

Desde FANDE se señala que el distribuidor tradicional viene aportando a las editoriales un valor añadido, facilitando la digitalización de contenidos y ofreciéndole, además de la distribución física, un almacén de contenidos digitales. En consecuencia el distribuidor se ofrece a ser la plataforma independiente necesaria, así como el repositorio del libro digital.

En esta línea, FANDE alude a algunos ejemplos de distribuidores de contenidos digitales que han llegado a acuerdos con librerías y/o editoriales, como el representado por *Ingram Digital* con la editorial *Penguin* y la librería *Blackwell*. También es frecuente que la editorial acuda a distribuidores de contenidos digitales independientes y no a estructuras de distribución de otros editores; por ejemplo, la editorial *Hachette Livre*, compró la distribuidora de contenidos digitales *Numilog*, entidad que ofrecía servicios de digitalización a editores y gestión de ventas de libros digitales a las librerías. A partir del momento en que *Numilog* pasó a ser propiedad de un gran

¹³ La venta de libros a través de editoriales y librerías en Internet, alcanza el 2% de la venta total de libros en España.

grupo editorial, varias editoriales para las que ésta digitalizaba contenidos abandonaron esta empresa.

Desde esta Federación, se propone la creación, desde las actuales estructuras de distribución, de los denominados *Distribuidores de Activos Digitales* (DAD) especializados por temática o por tipos de cliente. Estos DAD incorporarían, en los respectivos proyectos, a editores y librerías con perfiles similares. Además de seguir ejerciendo sus funciones tradicionales, servirían como repositorios de libros digitales y como plataformas de promoción de libros en papel, de forma que se canalizara la venta a través de librerías con buena posición en la Red.

El sector distribución manifiesta también su intención de ofrecer servicios de Impresión Bajo Demanda a través de la colaboración de editores, libreros y distribuidores, difundándolo como un servicio de valor añadido; especialmente, señalan, *“teniendo en cuenta la progresión hacia un mercado en el que cada vez es mayor tanto la oferta como la fragmentación de la demanda”*. No obstante, señala la necesidad de un desarrollo más eficaz y competitivo en precio de este sistema.

La integración de sistemas de Impresión Bajo Demanda en el caso de los distribuidores, podría realizarse, según FANDE, apoyándose en empresas que ya ofrecen este servicio. Se señalan algunos ejemplos, como los acuerdos entre *Sodis* y *Books on Demand*, o entre *Hachette Distribution* y *Lighnting Source*.

Finalmente, desde FANDE se apunta la importancia de desarrollar estrategias de marketing conjuntas que abarquen distintos aspectos relacionados con el producto, los precios, el canal de venta y la promoción del libro. Se insiste en que distribuidores y libreros cuentan con un activo de información muy rico y útil para el editor a la hora de diseñar e implementar estrategias de marketing dirigidas al lector. Estas estrategias deben combinar los medios tradicionales con los proporcionados por las TICs (redes sociales, blogs) en dos direcciones:

- Marketing dirigido al canal (B2B): debe aportar información cualitativa y veraz, utilizando las herramientas a su alcance –por ejemplo, SINLI, DILVE y CEGAL en RED– determinante para la logística, distribución y comercialización del libro. Se solicita además, la aplicación del protocolo incluido en las Normas CSL (*Normas para la Mejora de la Cadena de Suministro del Libro*) sobre la información mínima que el editor debe comunicar a la red comercial respecto a novedades con carácter previo a la salida del libro al mercado, favoreciendo la consolidación de DILVE y CEGAL en Red.
- Marketing dirigido al cliente (B2C): la aplicación de las TICs en este entorno, debe generar experiencias asociadas a la compra y lectura de un libro que impulsen la demanda y generen comunidades de lectores.

**Edición electrónica y gestión de la
propiedad intelectual en las
publicaciones universitarias y de
investigación**

Las implicaciones de la edición digital en este ámbito, de acuerdo con Javier Echeverría, tienen consecuencias radicalmente distintas a las que pueden producirse en otros ámbitos editoriales más relacionados con la literatura o el libro de texto, por ejemplo. Fundamentalmente, porque engloba muchos tipos de publicaciones, algunas de las cuales sí han generado un mercado editorial que más o menos se ajusta a las características del mercado editorial en su conjunto - aunque sin llegar a generar un volumen de negocio importante-, pero muchas otras - especialmente las revistas científicas especializadas -, han dado lugar a un modelo editorial específico, con parámetros que difieren sustancialmente del modelo editorial del libro.

En este último caso -el de las revistas científicas especializadas, Memorias y Actas de congresos y reuniones de sociedades científicas, tablas numéricas, formularios, tablas de datos, observaciones y experimentos-, el modelo se basa en el conocimiento compartido y el acceso abierto -*open access*- como alternativa a los modelos tradicionales basados en la propiedad intelectual: no se trata tanto de obtener un beneficio económico sino de maximizar la difusión del conocimiento; la rentabilidad se mide en términos del reconocimiento de los pares y el prestigio y número de citas que un investigador o su investigación reciben, lo que a la larga sí tiene implicaciones económicas aunque no sea, en principio, el objetivo.

La emergencia de la sociedad de la información ha tenido importantes implicaciones en este contexto, dando lugar a un nuevo concepto que, bajo el término *e-science* o *ciencia electrónica*, distingue la ciencia moderna de la que se desarrolla desde principios del siglo XXI. Sus implicaciones mantienen intactos los principios de la actividad científica, basados en el conocimiento compartido, pero introducen importantes transformaciones en los procesos de producción, intercambio, transferencia y utilización del conocimiento, realizándose en la actualidad, sobre todo, a través de redes telemáticas y, en particular, de Internet.

Estas transformaciones hacen necesario revisar las posibilidades de difusión del conocimiento bajo el paradigma del acceso abierto a través de Internet y la universalidad del conocimiento. Con este fin, se establece en 2003 la *Declaración de Berlín* en la que los firmantes - principalmente las instituciones y sociedades científicas más relevantes -, se comprometen a que tanto el contenido como las herramientas de software sean libremente accesibles y compatibles entre sí. Este acceso abierto, implica el compromiso del autor a:

- Por un lado, conceder licencias al resto de la comunidad científica para copiar, reproducir y utilizar los datos publicados -lo que no implica renunciar a su propiedad intelectual- bajo la premisa de que la clave del avance científico está en la posibilidad de realizar trabajos derivados.

- Y por otro, a incorporar, en al menos un repositorio online de acceso abierto, una versión completa de su trabajo y materiales complementarios con una copia del permiso anteriormente mencionado.

Las consecuencias de estos compromisos se observan en el creciente número de repositorios existentes en el mundo y el volumen de documentos volcados en estos yacimientos del conocimiento, en su mayoría artículos ya publicados. Las TICs, han favorecido además enormemente la viabilidad de la concepción del conocimiento científico como bien común.

Existe, sin embargo, una tendencia radicalmente opuesta en el ámbito de la investigación: la relativa a desarrollos tecnológicos que surgen a partir de ella. En este caso, la gestión de patentes es una de las bases de la estrategia institucional de universidades y centros de investigación, siendo un bien con propietario y capaz de generar beneficios.

La cultura del acceso abierto también se manifiesta en medios académicos en lo que respecta a libros y otros tipos de publicaciones, como las Actas de Congresos y Reuniones. En estos casos se recurre habitualmente a licencias *Creative Commons* y otras adscritas al movimiento a favor del libre conocimiento. Son instrumentos legales creados con el objetivo de eliminar las barreras que impiden el acceso abierto al conocimiento.

Finalmente, desde el sector se manifiesta la convicción de que en el futuro se mantendrá, como principio básico de la actividad investigadora, la costumbre de compartir libremente el conocimiento, basándose en la asunción institucional de dichos valores y en el importante papel que han jugado las instituciones científicas en la generación y en las primeras fases de Internet.

Bibliotecas digitales: realidad y potencialidad. La relación con los usuarios y con el sector del libro

María Luisa Martínez-Conde, de la Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria – Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas-, nos ofrece un recorrido por los diversos proyectos en marcha, los últimos avances y los principales retos de las bibliotecas digitales.

Inicia su exposición aludiendo al crecimiento exponencial experimentado por las bibliotecas digitales a nivel mundial y su incidencia en el acceso a la información. En la actualidad, teniendo en cuenta que nos acercamos a los 7.000 millones de habitantes y los 1.600 millones de internautas, puede afirmarse que una cuarta parte de la población mundial tiene acceso a una enorme cantidad de información, más que cualquier usuario a lo largo de la historia. Este crecimiento también se está produciendo en España. Sirva de ejemplo *Hispana*¹⁴, el recolector de recursos digitales y directorio de proyectos de digitalización, mantenido y coordinado por la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas – DGLAB -. *Hispana* partía en marzo de 2006 con 55 bibliotecas digitales y algo más de 119.000 objetos digitales; en diciembre de 2009 alcanzaba los 108 repositorios, 440 proyectos de digitalización y más de 1,1 millones de objetos digitales. Es decir, en menos de cuatro años, el número de bibliotecas digitales se ha multiplicado por ocho y el de objetos digitales por diez.

A pesar de estas cifras, María Luisa Martínez-Conde también señala la desigualdad en el acceso a esta información, dada la concentración de internautas en determinadas áreas geopolíticas e incluso, dentro de éstas, la considerable estratificación social existente. Un problema económico y, en consecuencia, político, pero en el que las bibliotecas digitales pueden jugar un importante rol, similar a su misión histórica de acercar el libro al lector, creando información, haciéndola accesible en la red y facilitando, al mismo tiempo, la perdurabilidad de los fondos.

En este doble objetivo, la codificación de la información bibliográfica en metadatos juega un papel determinante, porque permite editar en la red los materiales digitalizados mediante su codificación en HTML e incluso, mediante la aplicación de XML en determinados esquemas como *Dublin Core*¹⁵, potenciar su visibilidad de forma que sean más accesibles para el lector y se satisfagan de forma ágil sus necesidades.

Con el objetivo de desarrollar y promover estándares de interoperabilidad que faciliten la difusión y recuperación de los contenidos, las bibliotecas digitales cuentan con repositorios definidos según la normativa OAI-PMH (*Open Archives Initiative-Protocol for Harvesting Metadata*), es decir, conformes a la Iniciativa de Archivos Abiertos y al Protocolo de Recolección de Datos vinculado a dicha iniciativa. Gracias a él se puede intercambiar constantemente la información contenida en las bases de datos con los grandes buscadores – *Google, Yahoo, Bing...* - a través de ciertos programas, de forma que el usuario no tiene que

¹⁴ <http://hispana.mcu.es>

¹⁵ <http://dublincore.org> Organización abierta que tiene como objetivo desarrollar estándares de metadatos interoperables.

realizar la búsqueda en una determinada biblioteca digital sino que puede acceder a la información desde dichos buscadores. Permite a su vez que grandes recolectores accedan y agreguen a sus bases de datos la información que éstos contienen.

La DGLAB también promueve esta Iniciativa de Archivos Abiertos, uno de los pilares de la biblioteca digital europea, *Europeana*¹⁶. Este apoyo se cristaliza, por un lado, en la implementación de estos protocolos en sus propias bases de datos y, por otro, desde el año 2007, en la convocatoria de ayudas para la creación de recursos digitales¹⁷. De hecho, en noviembre de 2009, 118 repositorios eran conformes al protocolo de la Iniciativa de Archivos Abiertos y de ellos, 43 habían sido financiados total o parcialmente por la DGLAB.

Algunos proyectos de bibliotecas digitales

Son muchos los repositorios creados conforme a la Iniciativa de Archivos Abiertos; entre otros, María Luisa Martínez-Conde resalta los siguientes:

- A nivel nacional, *Hispana*, un potente agregador de recursos digitales no sólo procedentes de bibliotecas sino también de archivos y museos, tanto de las administraciones públicas como de fundaciones y entidades sin ánimo de lucro. Es, por tanto, un punto de acceso común a objetos digitales de las instituciones de la memoria españolas. Cuenta también con un directorio de proyectos de digitalización en desarrollo a nivel nacional, para evitar que una obra se digitalice innecesariamente dos o más veces. Pero además, permite establecer una estrategia común de las diversas administraciones y entidades privadas y el Ministerio de Cultura, necesaria de cara a la participación en *Europeana*, así como en diversas iniciativas del VII Plan Marco.
- Su análoga a nivel europeo, *Europeana*, está promovida por la Comisión Europea y financiada en su mayor parte por el programa *eContentplus*¹⁸, contando con el respaldo de las instituciones europeas y de los países miembros. Esta biblioteca, que aplica el modelo de metadatos utilizado por *Hispana*, ofrecía a finales de 2009 acceso directo a casi 5 millones de objetos digitales procedentes de archivos, bibliotecas, museos y archivos audiovisuales, entre los que se encuentran libros, periódicos, películas, mapas, fotografías, música y otros objetos digitales que forman parte del patrimonio cultural europeo y que pueden utilizarse siempre que lo permitan los derechos de autor. Su objetivo es alcanzar los 10 millones en julio de 2010. España

¹⁶ www.europeana.eu

¹⁷ Resolución de 10 de mayo de 2007 de la DGLAB por la que se convocan ayudas para la creación y transformación de recursos digitales y su difusión y preservación a través de repositorios OAI-PMH (BOE de 25 de mayo de 2007). Id. De 3 de marzo de 2008 (BOE de 31 de marzo de 2008)

Id. De 3 de agosto de 2009 (BOE de 18 y 19 de agosto de 2009)

¹⁸ http://ec.europa.eu/information_society/activities/econtentplus/index_en.htm

contribuye a este proyecto a través de la DGLAB aportando sus bases de datos por un lado, y, por otro, promoviendo la participación de las bibliotecas digitales españolas en esta iniciativa¹⁹²⁰.

- A nivel internacional habría que resaltar *OAIster*, un proyecto desarrollado por la Universidad de Michigan cuyo lanzamiento tuvo lugar en 2002 con el apoyo de la *Fundación Andrew W. Mellon*. Es, en la actualidad, el mayor agregador de datos a nivel internacional, con más de 23 millones de registros en acceso abierto pertenecientes a más de mil instituciones (diciembre de 2009). Recientemente ha llegado a un acuerdo con la OCLC (*Online Computer Library Center*) para incorporarse a *Worldcat*, iniciativa que reúne alrededor de 1.400 millones de registros bibliográficos.

La DGLAB también contribuye al proyecto *OAIster* con la *Biblioteca Virtual de Prensa Histórica* y la *Biblioteca Virtual de Patrimonio Bibliográfico*, con buena parte de las financiadas por ésta, entre ellas diez bibliotecas autonómicas, o las de la *Real Academia de la Historia* y la *Real Academia de Jurisprudencia y Legislación*; también participan la mayoría de las universidades españolas. Con ello se facilita el acceso a recursos en muchos casos de acceso limitado dada la fragilidad de los materiales originales.

Además de las mencionadas, existen otras muchas iniciativas destacables por una u otra razón, como el *Proyecto Gutenberg*, la primera gran colección de libros electrónicos de acceso gratuito, lanzada en 1971 y con más de 30.000 títulos en la actualidad, la mayoría de dominio público, aunque algunos sujetos a derechos de autor y sólo accesibles con el permiso de su titular. O la *Biblioteca Digital Mundial de la UNESCO*, desarrollada por la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos.

Por sus dimensiones y carácter controvertido es imprescindible detenerse en el proyecto *Google Books*, una biblioteca digital que permite la descarga a texto completo e incluso la impresión bajo demanda de los libros digitalizados y convertidos en texto por Google mediante reconocimiento óptico de caracteres. En octubre de 2009, contaba con 10 millones de libros digitalizados de los cuales un millón eran de dominio público.

La digitalización de libros sujetos a derechos de autor, ha provocado reacciones desde todos los rincones del mundo. Una de las más recientes ha sido la demanda judicial interpuesta frente a *Google* desde la Biblioteca Nacional de China por la digitalización de libros sujetos a

¹⁹ En aplicación de las Conclusiones del Consejo de Europa sobre la digitalización, la accesibilidad en línea del material cultural y la conservación digital (Diario Oficial de la UE del 7 de diciembre de 2006). En el punto 6 se invita a los países miembros a reforzar las estrategias y objetivos nacionales para la digitalización y conservación digital, a contribuir a *Europeana*, a mejorar las condiciones marco para la digitalización y accesibilidad en línea, a reforzar la coordinación entre los estados miembros y a contribuir a una visión global efectiva de los progresos a nivel europeo.

²⁰ Esta biblioteca contribuye a *Europeana* desde su lanzamiento, el 20 de noviembre de 2008. En febrero de 2010, la DGLAB ha aportado más de 851.000 objetos digitales, aproximándose a la contribución de los países que están aportando mayor porcentaje de objetos digitales.

derechos de propiedad intelectual. Los planes de *Google* se enfrentan a la fuerte oposición de diversos sectores; entre otros, editores y bibliotecas, que se ven amenazados ante el riesgo de monopolio de este proyecto. Esto les ha llevado a interponer sus propias demandas judiciales, así como fomentar más aún el impulso de proyectos como *Europeana* - agregando sus bibliotecas digitales europeas - con el objetivo de competir con *Google*.

Al margen de esta polémica iniciativa, cabe apuntar *Bookserver*, el mayor catálogo digital de libros en español. Permite que editores, librerías, bibliotecas e incluso autores, ofrezcan directamente su catálogo al lector a través del ordenador, teléfono, netbook o cualquier dispositivo de lectura, facilitando las transacciones de pago o de préstamo de libros en las bibliotecas, así como la descarga gratuita en el caso de obras de dominio público.

Finalmente, habría que mencionar el proyecto ENCLAVE Editores-BNE²¹, promovido conjuntamente por la *Biblioteca Nacional de España* y la *Federación de Gremios de Editores de España* con objeto de definir y desarrollar modelos de integración de contenidos sujetos a derechos de autor en bibliotecas digitales. Como objetivo piloto se propone la incorporación de contenidos digitales sujetos a derechos en la *Biblioteca Digital Hispánica*, contenidos que son gestionados comercialmente por las editoriales sumadas al proyecto. Para simplificar las tareas de gestión de información al editor y a los servicios técnicos de la BNE, DILVE actúa como suministrador centralizado de los datos bibliográficos y los contenidos ricos de las obras. La primera convocatoria, cuyos resultados se hicieron públicos el pasado mes de diciembre, contó con la participación de 90 editoriales y alrededor de 1.300 títulos sujetos a derechos de autor que podrán ser comprados por los internautas. Desde finales de enero está abierta la segunda convocatoria en la que se invita a participar a las editoriales interesadas.

Avances y algunos retos en el entorno de las bibliotecas digitales

En los últimos años, el reconocimiento óptico de caracteres ha sufrido un espectacular avance, y ha contribuido a que las bibliotecas digitales incluyan nuevas funcionalidades. Una de ellas ha sido la de facilitar la búsqueda a texto completo, de forma que el lector puede localizar en la web obras de difícil acceso o inasequibles, e incluso descargarlas o editarlas desde su ordenador o desde cualquier dispositivo de lectura, incluidos e-readers y teléfonos móviles.

Por ejemplo *Gallica*, desde julio de 2009, permite la descarga de sus libros en otros formatos diferentes al JPEG o PDF, como MOBI, EPUB, HTML y texto; la *British Library* acaba de anunciar también que próximamente permitirá la descarga gratuita de más de 65.000 obras del siglo XIX en formato MOBI; así mismo, las bibliotecas digitales de la DGLAB – la *Biblioteca Virtual de Prensa Histórica* y la *Biblioteca Virtual del Patrimonio Bibliográfico* - van a permitir la

²¹ Más información en www.bne.es/es/enclave y www.dilve.es/ENCLAVE

descarga en formato EPUB²². De esta manera, las bibliotecas digitales se convierten claramente en editoras de libros digitales; pero es imprescindible que todas ellas utilicen un procedimiento de identificación similar como puede ser DOI (*Digital Object Identifier*), identificador permanente de objetos digitales recomendado por el sector editorial español²³.

Por otro lado, es cada vez más común que las bibliotecas digitales incorporen herramientas de la web 2.0; con ellas, la lectura adopta un carácter más participativo, al tiempo que se facilita la reutilización de textos a través de redes. Esto permite que los responsables de las bibliotecas den a conocer los nuevos títulos digitalizados y reciban comentarios de los lectores mediante técnicas de *microblogging*.

Adicionalmente, algunas bibliotecas digitales permiten al lector realizar anotaciones sociales o folksonomías, facilitando la lectura a otros lectores interesados en un tema e incluso, permitiendo que éstos participen en la corrección y depuración de errores que se van encontrando y producidos a consecuencia del reconocimiento óptico. Esto se realiza, por ejemplo, en el proyecto de digitalización de prensa histórica *Australian Newspapers Online* de la Biblioteca Nacional de Australia, donde los lectores pueden proponer lecturas más correctas una vez registrados en la base de datos.

María Luisa Martínez-Conde subraya la importancia de trabajar dentro de proyectos internacionales y de estructuras como la web semántica. Especialmente trascendente es, aunque a medio plazo, la posibilidad de acceder al contenido del libro mediante conceptos adscritos a determinadas facetas del conocimiento. En esta línea, desde *Europeana* se está impulsando la creación de los denominados registros SKOS (*Simple Knowledge Organization System*)²⁴, técnica que nace del proceso de creación de la web semántica y que permite crear estructuras XML con dicho fin. También la *Biblioteca del Congreso*, con la participación del W3C, está llevando a cabo en la actualidad la convergencia de su lista de encabezamientos de materia a SKOS, un proyecto trascendental al que se van incorporando instituciones de todo el mundo.

A pesar de los incuestionables avances que la tecnología ha proporcionado en el ámbito bibliotecario, en la actualidad también plantea importantes retos, principalmente el de proporcionar acceso a libros modernos publicados a partir del siglo XX. La escasa presencia de estos libros es identificada a menudo por los bibliotecarios como el “*agujero negro digital*”. Especialmente en el caso de las denominadas *obras huérfanas*, en las que no se sabe o no se puede determinar quiénes son los titulares de los derechos y que, de acuerdo con las

²² Formato estándar oficial del Internacional Digital Publishing Forum. En septiembre de 2008 fue adoptado por Google, además del PDF, aunque no está totalmente generalizado; por ejemplo, Kindle, de Amazon no lo incluye entre sus opciones de lectura.

²³ El libro electrónico. Antonio M^a Ávila Álvarez. Boletín económico del ICE N. 2978 (diciembre de 2009).

²⁴ Área de trabajo que desarrolla especificaciones y estándares de apoyo a sistemas de organización del conocimiento en el marco de la web semántica (como tesauros, esquemas de clasificación, sistemas de encabezamientos de materia o taxonomías).

estimaciones de la *British Library*, representan alrededor del 40% de las obras sujetas a derechos de autor. Estas obras plantean importantes problemas a la hora de identificar a los titulares de derechos; localizarlos y contactar con ellos es, en muchos casos imposible y, en muchos otros, extremadamente caro, pudiendo superar incluso los gastos asociados a su digitalización y puesta en línea; pero, al mismo tiempo, sin este permiso del titular tales obras no pueden ser reproducidas ni comunicadas al público.

A pesar de las dificultades, *Europeana* mantiene vivo su interés por incluir estas obras en su proyecto, impulsando medidas para clarificar el estado de los derechos de las obras huérfanas y descatalogadas. Una de las más relevantes es el lanzamiento, en diciembre de 2008, del proyecto *ARROW*, puesto en marcha con el objetivo de aclarar el estado de los derechos de dichas obras y hacer más eficaz el proceso de identificación mediante la interconexión de las bases de datos de editores, bibliotecas y asociaciones de derechos. En este proyecto, parcialmente financiado por la Comisión Europea a través del programa *eContentplus*, también participa la Biblioteca Nacional de España.

A este respecto es necesario mencionar también la declaración de EBLIDA (*European Bureau of Library, Information and Documentation Associations*) en audiencia pública de la Comisión Europea sobre obras huérfanas de 29 de octubre de 2009. En ella se abogaba a favor de disponer una excepción para el uso de obras huérfanas en determinadas circunstancias que permita la construcción de una biblioteca digital paneuropea. Igualmente, desde la Comisión Europea, el grupo de expertos de alto nivel de la *Iniciativa Bibliotecas Digitales i2010*²⁵ ha definido una serie de recomendaciones dirigidas fundamentalmente al establecimiento de un marco legal apropiado para proteger los derechos de propiedad intelectual de dichas obras. Siguiendo estas recomendaciones, algunos Estados europeos están adecuando su normativa para facilitar el uso de obras huérfanas.

María Luisa Martínez-Conde finaliza su exposición admitiendo que la revolución que está suponiendo ya la nueva realidad del e-libro modificará de forma sustancial la estructura y las funciones de las bibliotecas, pero no supondrá su desaparición como elemento intermediario. Destaca en este sentido su capacidad tanto para orientar al lector sobre las fuentes de mayor calidad como para asumir parcialmente el coste en el caso de que el acceso a la información digital sea de pago. A esto añade la posibilidad de incorporar la edición bajo demanda entre las funcionalidades de las bibliotecas digitales, una opción que mantiene cierta fuerza, por ejemplo, a la hora de editar libros raros de carácter facsimilar o de aportar mayor legibilidad a las publicaciones, y que ya han incorporado algunas bibliotecas²⁶.

²⁵ Digital libraries: recommendations and challenges for the future: final report / i2010 Digital Libraries Initiative, High Level Expert Group on Digital Libraries
http://ec.europa.eu/information_society/activities/digital_libraries/doc/hleg/reports/hlg_final_report09.pdf

²⁶ Por la riqueza de su catálogo y la versatilidad de su fondo, destaca el proyecto *BiblioLife*.

La lectura digital y sus implicaciones en el aula

La lectura digital

Si bien, como hemos visto, la edición digital implica cambios sustanciales en las formas de concebir, publicar o comercializar libros, no menos importantes son sus implicaciones en el ámbito de la lectura.

José Antonio Millán, alude al concepto de *lector digital* para referirse no sólo a aquella persona que lee en pantalla, sea cual sea el dispositivo de lectura, sino también a la que llega a conocer la existencia de una obra o al que la comenta, recomienda o comparte digitalmente, algo que el autor identifica bajo el concepto de *interacciones digitales*.

Desde su punto de vista, es frecuente que tanto los medios como los agentes de la cadena del libro dirijan su atención al *lector digital* entendido exclusivamente como *aquel que lee en pantalla*, sin recabar en la importancia de la red digital de interacciones en la que las obras digitales se encuentran inmersas. Y precisamente estas interacciones tienen gran relevancia en el entorno digital ya que en este ámbito, el lapso de tiempo entre el deseo y su consecución disminuye, fomentando la compra por impulso; la localización de la obra deseada puede ir acompañada de su adquisición inmediata.

El autor reflexiona sobre estas interacciones digitales, particularmente sobre las recomendaciones más o menos explícitas, humanas o automáticas, que habitualmente se encuentran en ellas. En el primer caso, el de las recomendaciones humanas, es frecuente utilizar páginas web en las que se comenta una determinada obra en torno a la que el lector puede realizar sus observaciones; a esto se añaden los sitios web, en muchos casos especializados por géneros, concebidos y diseñados para comentar obras; hay además redes sociales a través de las cuales se crean grupos en torno a una determinada obra o autor; y también clubs de lectura presenciales con un complemento en línea. Hay versiones menores de recomendación como el *tagging* o etiquetado, en las que el usuario añade una o varias etiquetas para caracterizar una obra, y menores aún, como la calificación de obras en un rango de puntuación.

Además de estas formas de recomendación humana, hay otras de carácter automático, tácito o algorítmico como las realizadas desde *Amazon*; analizando las compras de sus usuarios, agrupa libros de temáticas afines en las que se refleja la acumulación de datos de varios compradores, ofreciéndole al lector enunciados tipo *"las personas que compraron X, también han comprado Y y Z"*. Menos evidente es la recomendación que encierra la respuesta de buscadores web como *Google* que, además del indizado de la web, considera la opinión de los humanos a través de la información que aportan los enlaces, de tal forma que a veces el lector descubre obras cuya existencia ignoraba inicialmente.

En lo relativo a la *lectura digital*, José Antonio Millán apunta que si bien la inalterabilidad del acto de leer a lo largo de los años ha repercutido en la escasa preocupación por investigar acerca de la fisiología y neurología de la lectura, la situación actual plantea una serie de cambios que aconsejan analizar las diferencias respecto a la lectura en papel. A este respecto, el autor reflexiona sobre los resultados de algunas investigaciones desarrolladas por el momento, concluyendo que si bien la calidad de imagen y la legibilidad de ambos soportes son incuestionables, existen dudas y diferencias en otros aspectos.

Uno de ellos alude a los dudosos beneficios que tiene para el lector la tecnología de “tinta electrónica” –la más extendida, en la que la pantalla no tiene luz sino que se lee con la del ambiente-. La mayoría de las investigaciones al respecto proceden de fabricantes de estos dispositivos; a esto hay que añadir que, según Millán, el éxito de las aplicaciones para la lectura de libros a través del iPhone –con pantalla retroiluminada- y los testimonios de algunos lectores²⁷, parecen confirmar que se aprecia más una buena resolución que el hecho de que la fuente de iluminación sea externa.

Otro aspecto importante señala las diferencias en la relación del lector con el texto en ambos soportes. Frente a la lectura en papel, la postura corporal que exige la lectura a través de pantallas fijas es definida por algunos lectores como “forzada”²⁸. Además, la lectura en pantalla se desarrolla en situación de *ruido*, derivada de la posibilidad de acceder a una gran cantidad de información y de realizar otras actividades en el dispositivo.

Hay además estudios piloto sobre la aplicación del *Kindle*²⁹ en el medio educativo, que vienen a demostrar ciertas dificultades para realizar operaciones habituales en papel – como hacer anotaciones -, derivadas de la monodimensionalidad de la pantalla.

Otra investigación³⁰, apunta los problemas con la memorización del párrafo en curso cuando se tiene que pasar de página y la ralentización de la lectura, que disminuye en un 25% frente al papel.

A éstas se añaden otras investigaciones que muestran, por un lado, que retenemos mejor la información tras la lectura de una noticia que tras su seguimiento por televisión³¹; o que la

²⁷ Nicholson Baker, “A new page. Can the Kindle really improve on the book”, en The New Yorker, 3 de agosto de 2009 http://www.newyorker.com/reporting/2009/08/03/090803fa_fact_baker

²⁸ Jesús Varela Mallou (dir.), “El libro de texto ante la incorporación de las TIC a la enseñanza”, Santiago de Compostela, Unidad de Investigación en Psicología del Consumidor y Usuario, nov. 2008

²⁹ Jessica Mintz, “Students unready to trade texts for Kindle”, en Boston.com, 14 de octubre de 2009

³⁰ Informes del Laboratoire des Usages en Technologies d'Information Numérique recogidos en Phillippe Testard-Vaillant y Kheira Bettayeb, “La lectura change, nos cerveaux aussi”, dossier de Science et Vie, septiembre de 2009

³¹ Juliette van der Molen, H. Walma-Klijn y E. Marlies, “Recall of television versus print news: retesting the semantic overlap hipótesis”, en Journal of Broadcasting & Electronic Media, marzo, 2004. http://www.entrepreneur.com/tradejournals/article/114784040_1.html

asimilación de datos textuales y gráficos es mejor si aparecen aislados que si vienen acompañados de información oral o imágenes³².

Para finalizar, Millán resalta algunas de las limitaciones del libro electrónico derivadas de cortapisas que los sistemas de protección imponen a la circulación y uso de los libros, como la dependencia del lector frente a la empresa propietaria: no se adquiere un libro, sino el derecho a leerlo en un determinado aparato³³; o los efectos sobre el lector derivados de la incorporación de sistemas DRM. Éstos imponen restricciones en el uso de las obras que, en muchos casos, rompen con prácticas culturalmente arraigadas, como el regalo o el préstamo de libros³⁴; pero además, establecen limitaciones en la realización de trabajos intelectuales, como en la copia de fragmentos, su impresión o su transferencia al ordenador. Sería deseable que las barreras tecnológicas incorporadas en los dispositivos o en las obras, no afectaran a colectivos, como diversos tipos de disminuidos visuales, cuyo acceso a la lectura se ve facilitado por estos medios.

Tras este repaso, José Antonio Millán concluye, por un lado, que *la lectura en pantalla tiene consecuencias mucho más complejas de lo que en principio puede parecer y, en consecuencia, se deben seguir estudiando sus efectos*, por otro, que *la sustitución de libros de texto impresos por sistemas multimedia interactivos, podría empeorar la calidad del aprendizaje*.

La lectura digital en el aula

Enrique A. Roca, en su análisis de las posibilidades y los retos que plantea la lectura digital en el aula, alude también a las implicaciones sobre la comprensión lectora y el aprendizaje de los alumnos.

Parte de la base de que leer es una competencia fundamental en la formación del individuo, así como un requisito imprescindible para el desarrollo económico y cultural de la sociedad y, en consecuencia, son muchos los sistemas educativos que inician el aprendizaje de la lectura durante la educación primaria. Pero, de acuerdo con Enrique Roca, el proceso global de aprendizaje comprende diversas fases fundamentales para el completo desarrollo de la capacidad lectora, incluida una etapa previa a la escuela, en la que el niño vive experiencias que le van a permitir estar mejor preparado para aprender a leer en etapas posteriores.

Es en tercero o cuarto de educación primaria cuando el niño debe *saber leer*, pero el dominio satisfactorio de la comprensión lectora –*saber leer bien*–, se produce en torno a los 9 ó 10 años

³² Steven C. Rockwell y Loy A. Singleton, “*The Effect of the Modality of presentation of Streaming Multimedia on Information Acquisition*”, en *Media Psychology*, 1532-785X, Volumen 9, número 1, 2007, págs. 179-191.

³³ Como la decisión de *Amazon* con la supresión de los libros de Orwell en los *Kindle* de los compradores

³⁴ Millán resalta la habilitación del préstamo en el nuevo e-reader de *Barnes & Noble*.

y es requisito imprescindible para alcanzar una tercera fase en la que ya, no se aprende a leer, sino que *se lee para aprender*.

En consecuencia, señala Roca, no aprender a leer bien durante los primeros años de vida escolar tiene repercusiones uniformemente negativas, y afecta profundamente al rendimiento académico y al funcionamiento social de los alumnos, no sólo durante su vida escolar sino también en etapas posteriores.

Hasta hace pocos años, este aprendizaje de la lectura se ha venido realizando esencialmente en torno al libro impreso y, principalmente, al libro de texto. Pero en la actualidad, el alumno se encuentra en la escuela y el aula, además de bibliotecas, libros de texto y medios electrónicos, todo tipo de recursos que complementan a aquellos disponibles en el hogar: ordenador con conexión a Internet, móvil, videoconsola y, parece que dentro de no mucho, el libro electrónico. Son los denominados *nativos digitales*, niños y jóvenes alumnos que, en el uso de estos recursos, son tan diestros o más que sus propios maestros.

En el entorno digital, la lectura pasa a ser una actividad compleja e interactiva en la que no hay un único camino a seguir sino distintas opciones a partir de vínculos que llevan a otros documentos o partes de un escrito. Adicionalmente, los documentos dejan de ser esencialmente escritos: además del texto puede haber mensajes orales, imágenes, sonidos musicales, gráficos y enlaces a otros textos y documentos visuales y sonoros. Este tipo de lectura puede ser enriquecedora pero también puede tener implicaciones importantes en el aprendizaje de la lectura que es necesario evaluar.

Al margen de otras investigaciones, habrá que esperar los resultados del próximo estudio PISA 2009, que ha incluido la evaluación de la comprensión lectora en formato electrónico de los alumnos, algunos de ellos españoles.

Políticas y líneas de apoyo de la Administración General del Estado

Desde la Administración General del Estado, Juan Junquera Temprano nos ofrece un recorrido por las políticas y actuaciones desarrolladas con el fin de apoyar la digitalización y comercialización del libro electrónico.

Se parte del análisis de los efectos de Internet, herramienta que, a pesar de su innegable contribución a la mejora de la eficacia y eficiencia en todos los ámbitos sectoriales, escapa al control tradicional de cualquier Estado o nación, con importantes consecuencias en todas las actividades humanas.

Con Internet se cristaliza el acceso universal a todo tipo de información, correcta e incorrecta, y se hace posible realizar actividades hasta ahora impensables, algunas legales y otras no. Pero es precisamente esta naturaleza universal y omnipresente, la que motiva la repentina caducidad de los modelos jurídicos - y en consecuencia empresariales- construidos en torno al intercambio físico y territorios delimitados cuyas fronteras, en este entorno, se diluyen.

En este contexto de cambio, la industria de contenidos es uno de los sectores más sensibles, ya que es el alimento fundamental del que se nutre Internet; dentro de ella, la música, el cine y el libro, son algunos de los productos de mayor consumo a través de Internet. En España, un 70% de los ciudadanos consumen contenidos digitales, con una facturación que, en 2008, rozó los 5.000 millones de euros – un 15,7% más que en el año anterior³⁵.

No obstante, los hábitos de consumo de estos productos encierran algunas diferencias importantes. En el ámbito audiovisual y de la música éstos ya han cambiado, siendo escasos los consumidores en soporte físico tradicional; sin embargo, el libro digital está empezando a tomar vida³⁶, y aunque es difícil determinar en qué momento se va a producir el cambio, sí se puede prever que será pronto y que se producirá de forma masiva. En consecuencia, y con independencia del grado de demanda, habría que garantizar la existencia de una oferta legal previa a la generación de una alternativa espontánea y descontrolada.

La Administración, en este contexto, es consciente de su papel a la hora de fomentar la adaptación al cambio, no sólo con objeto de evitar la generación de un mercado ilegal ante la ausencia de oferta –similar a lo ocurrido en la industria del cine y la de la música-, sino también de situar a la industria editorial española en primera línea.

En consecuencia, el Gobierno se plantea como objetivos, por un lado, alcanzar una mayor sensibilización en torno a la idea de que la digitalización ya está aquí y, por otro, impulsar la transición mediante actividades de fomento, sin imponer un modelo de negocio concreto; éste

³⁵ Datos del ONTSI (*Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*).

³⁶ Existen excepciones, como los libros de consulta (repertorios, enciclopedias...) donde el proceso de digitalización está muy avanzado.

deberá determinarlo el sector privado, aunque vendrá condicionado parcialmente por la nueva tecnología. A esto se une la adopción de medidas de carácter normativo.

Algunas de las iniciativas desarrolladas y/o en proceso se enmarcan dentro del *Plan Avanza*, lanzado en 2005 como un plan quinquenal de impulso a la Sociedad de la Información y que, desde 2009, se transforma en el *Plan Avanza 2*, ampliándose hasta 2012. En este marco se establecen ayudas y subvenciones que, con objeto de integrar herramientas tecnológicas y acercar las actividades empresariales a Internet mejorando su productividad, se dirigen a todos los sectores sin excepción, remarcando su carácter horizontal.

En el caso concreto del libro, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, otorga subvenciones con carácter anual dirigidas a proyectos de digitalización, de desarrollo de plataformas de comercialización en red, a la introducción de modelos de gestión de almacenaje, de gestión de pedidos o de cualquier proceso que implique interoperabilidad, interconexión o simplificación de procesos por el uso de sistemas y redes inteligentes.

En el periodo 2007-2009, se concedieron por esta vía ayudas a 35 empresas por un importe total de 24,7 millones de euros a través de subvenciones, y de 15,2 millones de euros a través de préstamos a interés cero. Estas ayudas continuarán hasta 2012.

La iniciativa se complementa con las ayudas a la inversión en capital puestas en marcha desde el Ministerio de Cultura en 2009 a través del *Plan de Fomento de las Industrias Culturales*, con el objetivo de promover la modernización, innovación y adaptación tecnológica de las industrias culturales, por un importe que alcanza los 2 millones de euros.

Pero además, bajo la convicción de que el talento creativo y la elevada capacidad tecnológica y técnica de la industria española de contenidos pueden hacer de España una potencia en este ámbito, siendo en la actualidad una importante industria generadora de ingresos, a las ayudas descritas se unen otras iniciativas como la organización, desde hace tres años, del *Foro Internacional de Contenidos Digitales (FICOD)*. Este encuentro, promovido por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, tiene como objetivo dinamizar el mercado interior de contenidos digitales y fomentar su proyección en el exterior, así como impulsar la cooperación, especialmente entre los agentes tradicionales de la industria de contenidos y las empresas tecnológicas. En su última edición, contó como país invitado con EE.UU.

Dentro del *Plan Avanza 2*, e integrado en el *Programa Internet en el Aula*, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo también ha puesto en marcha la *Plataforma Agrega*, un entorno tecnológico que facilita la creación, distribución y búsqueda de contenidos educativos digitales. La creación de esta plataforma se plantea con distintos objetivos:

- Promover, unificar y establecer una referencia estándar de catalogación (LOM-ES), empaquetado (SCORM-2004) y publicación de nuevos objetos o contenidos educativos por parte del profesorado y las administraciones educativas.
- Crear la *Plataforma Agrega*, un entorno tecnológico en el que residan los contenidos creados siguiendo los estándares anteriores, haciéndolos accesibles para la comunidad educativa.
- Ofrecer un conjunto de objetos digitales educativos curriculares, partiendo bien de contenidos ya existentes, o bien de los generados específicamente para el proyecto.
- E impulsar el desarrollo de una industria de producción de contenidos digitales curriculares en línea. Éste es el objetivo que tiene prioridad en el momento actual.

Con estos fines, las Administraciones Públicas han desarrollado iniciativas de producción de dichos contenidos con la colaboración de la industria editorial y otros desarrolladores bajo licencia "*Creative Commons*", que no permite su comercialización. Adicionalmente, las administraciones educativas han impulsado el papel del docente como productor de contenidos. No obstante, aunque estas iniciativas públicas se pueden mantener, se considera necesario que ahora, la industria tome el relevo.

Actualmente se está trabajando en dotar a la plataforma de la funcionalidad necesaria para poner este instrumento a disposición del sector privado con el fin de que éste pueda utilizarlo de cara a la comercialización y distribución de contenidos y servicios digitales, planteándose incluso su adaptación a través de la colaboración entre el sector público y privado.

Esta adaptación estaría dirigida, por un lado, a permitir la gestión de contenidos con distintos tipos de licencia, teniendo en cuenta diversos modelos de negocio que puedan derivarse tanto de la plataforma como de la catalogación LOM-ES, dotándola de un sistema de validación y comprobación de la licencia de los objetos digitales educativos para aplicar los permisos de acceso. Y por otro, a incorporar en ella funcionalidades destinadas a la comercialización, llevar a cabo su integración con una plataforma de pago e instalar el nodo *Agrega* destinado a la industria. La combinación de las opciones de comercialización, distribución y uso podrán dar lugar a numerosos modelos que la industria deberá concretar.

Finalmente, en lo relativo a la adopción de medidas normativas, es necesario adaptar el ordenamiento jurídico al nuevo escenario generado por Internet, recogiendo la legítima remuneración de los derechos de Propiedad Intelectual en este entorno. Con dicho fin, el 9 de octubre de 2009 se acuerda en Consejo de Ministros la creación de una *Comisión*

Interministerial de Trabajo, que asesore en torno a la lucha contra la vulneración de los derechos de Propiedad Intelectual en Internet. Los esfuerzos de dicha Comisión se están centrando en analizar el marco normativo actual y establecer actuaciones que permitan mejorar la acción judicial en vía civil, penal e incluso administrativa y, muy especialmente, la lucha contra páginas web que divulguen obras sin el consentimiento de su autor.

Conclusiones

La entrada del sector del libro en la edición digital se está produciendo en España con cautela, aunque las previsiones apuntan a una entrada decidida del sector editorial a lo largo de este año y el próximo.

Dos son los principales factores que parecen determinar esta ralentización: la necesidad de readaptar el actual marco legal a los nuevos requerimientos del entorno digital, por un lado, y la ausencia de un modelo de negocio definido –en parte provocado por lo anterior- en el que estén representados los agentes tradicionales de la cadena del libro, por otro. Ambos factores son identificados de forma unánime por los diversos expertos, aunque se hace mención a muchos otros aspectos, entre los que la –por el momento- reducida demanda del lector ocupa un lugar destacado.

El informe, tras la revisión de nuestro ordenamiento jurídico, pone de manifiesto la necesidad de readaptar el actual **marco legal** vinculado al libro electrónico, concluyendo que además esta readaptación proporcionará seguridad jurídica a la hora de desarrollar modelos de negocio en torno a éste. Fundamentalmente alude a las siguientes cuestiones:

- La indispensable actualización de la legislación relativa a los **contratos de edición literaria**, adaptándolos a los nuevos formatos de comercialización de libros, especialmente electrónicos y, en todo caso, teniendo en cuenta que la explotación de libros electrónicos bajo contratos preexistentes requiere nueva autorización del autor, sin menoscabo del análisis caso por caso de lo recogido en cada contrato. Lo mismo puede aplicarse en el caso de la transmisión inter vivos de los derechos de propiedad intelectual.
- La necesidad de contar con autorización previa del autor en aquellos casos en los que la publicación o difusión de un libro electrónico altere o permita **alterar la obra original** y, en todo caso, aunque no se derive una obra diferente, respetar el derecho del autor a la integridad de la obra original. No obstante, puede ser necesario un análisis más profundo de cada caso concreto.
- La necesidad de contar con autorización expresa del titular del derecho sobre obras protegidas que se difunden de forma masiva en la red, a través de redes P2P o de páginas web. La vulneración de este derecho constituye, en la mayoría de los casos, un ilícito civil, pero hay lugar para la vía penal cuando la comercialización masiva de libros electrónicos se realiza con ánimo de lucro.
- La urgencia de adoptar medidas normativas para crear un procedimiento que corrija las actuales deficiencias en torno a regulación relativa a la difusión de obras protegidas a través de redes P2P y páginas web.

- La necesidad de acompañar las actuales barreras que dificultan la copia ilegal (DRMs y licencias de acceso y uso de las obras) de modelos legales de acceso para el consumidor en los que además se respeten los límites a la Propiedad Intelectual – especialmente el derecho de copia privada y las garantías del respeto a la intimidad en el tratamiento de datos personales-. Deberían atender también a la posible pérdida de control de la obra al ser difundida de forma masiva en la red bajo licencias *Creative Commons*, así como a la controversia sobre su naturaleza de contratos y la obligación por Ley de que las entidades de gestión de derechos hagan efectivos los derechos de remuneración aún en el caso de que el autor decidida regalar su obra o no cobrar. En el caso de las bibliotecas, especialmente las virtuales, la aplicación de los DRMs ha abierto el debate en torno a la conveniencia de modificar la legislación vigente para extender el art. 37.3 TRLPI a este ámbito.

La lucha contra la vulneración de los derechos de Propiedad Intelectual, por el momento, ha impulsado la creación de una Comisión Interministerial que, formada por representantes de los Ministerios de Justicia, Industria, Interior y Cultura, está centrando sus esfuerzos en el diseño de un marco legal y la mejora de la acción judicial en vía civil y penal como principal medio para la lucha contra la vulneración de derechos de Propiedad Intelectual en el intercambio de archivos en Internet.

En otros ámbitos editoriales, como el de las publicaciones universitarias o de investigación, no se observan carencias de carácter legal como las anteriores; la edición digital afecta principalmente a los procesos de producción e intercambio del conocimiento, ya que los modelos están fundamentados en el *open access*, principio que rige la actividad científica como alternativa a los modelos tradicionales basados en la propiedad intelectual. Este principio no sufre ni parece que vaya a experimentar cambios, sino que más bien se refuerza con los medios tecnológicos actuales, fomentando la generación de un número creciente de repositorios.

Desde el entorno del libro, los **autores**, además de llamar la atención sobre la necesidad de adaptación de los contratos de edición literaria al entorno digital, solicitan el establecimiento de unas pautas uniformes de uso de las obras digitales, especialmente en lo relativo a los derechos de autor y plazos de liquidación en el entorno digital. Los cambios que está introduciendo la edición digital no parecen estar modificando significativamente la forma de escribir, al menos en determinados ámbitos como el literario, pero sí están contribuyendo a fortalecer la interrelación con el lector. En contrapartida, señalan la vulnerabilidad de los contenidos accesibles desde la web y la necesidad de mayor protección.

Las **librerías** también defienden el establecimiento de un posicionamiento unánime de los distintos agentes del sector en la determinación de unos principios básicos, en su lucha contra la piratería y a favor de la defensa de los derechos de autor.

Defienden, además, su papel como canal natural y experto en la venta de libros, independientemente de su formato. La librería deberá ser un centro de información sobre los libros, facilitando referencias y poniendo a disposición del público su sistema de acceso a las bases de datos bibliográficas. El librero deberá ser un agente de información caliente, recuperando el carácter de prescriptor y recomendador de libros y asegurando con esta actividad una clientela fiel.

Manifiestan, no obstante, dudas sobre las líneas de negocio que pueden desarrollarse tanto en torno a los e-readers –ya ofertados por algunas de ellas- como en lo que concierne a los contenidos digitales, aludiendo a la escasa demanda actual de los lectores españoles. En lo relativo a los contenidos, su fórmula de entrada parte de la apuesta firme por plataformas abiertas que cuenten con este canal, dejando al margen otras plataformas excluyentes. Respecto a la IBD, no hay dudas, concibiéndose como una interesante línea de negocio, aunque de difícil cristalización por la elevada inversión que requiere.

Los **distribuidores** reclaman su lugar en la edición digital, convirtiéndose en el referente como plataforma independiente necesaria. Proponen el desarrollo de repositorios de contenidos digitales a través de la creación, desde las actuales estructuras de distribución, de los denominados *Distribuidores de Activos Digitales* (DAD), sociedades especializadas por temática o por tipos de cliente. Estos DAD incorporarían, en los respectivos proyectos, a editores y librerías con perfiles similares. Además de seguir ejerciendo sus funciones tradicionales, actuarían como repositorios de libros digitales, como plataforma de promoción de libros en papel, así como oferente de servicios de valor añadido a editores y libreros -Impresión Bajo Demanda, digitalización de contenidos, colaboración en la promoción en la red para librerías...-.

Como complemento a esta posibilidad, será imprescindible diseñar conjuntamente estrategias de marketing dirigidas al lector, abarcando distintos aspectos relacionados con el producto, los precios, el canal de venta y la promoción del libro; tanto los distribuidores como los libreros cuentan con un activo de información muy rico y útil para el editor en este sentido. Estas estrategias de marketing deben combinar los medios tradicionales con los proporcionados por las TICs, pero siempre considerando que la digitalización de contenidos puede ser una herramienta de gran utilidad para seguir vendiendo muchos libros en papel.

Desde el **sector editorial** se alude al momento de transformación actual, coincidiendo en que la innovación tecnológica está facilitando, aunque también condicionando, los nuevos modelos de

negocio en torno al e-book. Es una preocupación común el papel que están jugando en la actualidad empresas que hasta ahora se mantenían ajenas al sector, ya que plantean un nuevo escenario en el que la industria editorial se define como un débil competidor; a esta situación contribuye la ausencia de adaptación del actual marco legal a la nueva realidad, la indefinición del modelo de negocio y la atomización del sector.

El análisis de la realidad actual de otros mercados editoriales internacionales apunta a la revolución que se está produciendo en el mundo del libro, manifestada con mayor énfasis en países como Estados Unidos. Pero, por el momento, se hace más patente en la venta electrónica de libros en papel, siendo menor la incidencia de la venta electrónica de contenidos digitales. Igualmente, los datos evidencian la todavía escasa demanda de dispositivos de lectura como el e-reader –incluso en Estados Unidos, a pesar de las previsiones, en 2008 sólo representó el 0,6% de la cuota de mercado–, aunque los expertos coinciden en que las estimaciones son optimistas y, por lo tanto, la industria editorial debería entrar en este mercado.

Por su parte, la evaluación de la realidad actual en nuestro país, parece reflejar que nos encontramos en una situación de inicio o preparación hacia la entrada definitiva del sector editorial en la edición digital, avance que será notable durante el presente año y el próximo.

La gran mayoría de las editoriales encuestadas ya han definido sus proyectos digitales, declarando realizar o tener previstas acciones en este ámbito durante el período 2009-2011; más de la mitad tienen más del 5% de su catálogo digitalizado, una oferta en la que poco a poco van teniendo más peso las novedades pero en la que, de momento, es escasa la presencia de obras con valores añadidos. Es también reducida la oferta de libros electrónicos para su lectura en pantalla, estando limitada en la actualidad a la lectura en ordenador. Tampoco parece haber una oferta de peso en formatos diferentes al PDF.

No obstante, durante el presente año y el siguiente, parece que podrá hablarse de una entrada generalizada y de la verdadera apuesta por la edición digital en España. Para 2011 se prevé que un gran número de editoriales dispongan de más de la mitad de su catálogo digitalizado, con una oferta en la que se podrá encontrar un importante número de novedades, algunas de las cuales serán concebidas por la editorial para su comercialización exclusiva en formato digital. La apuesta de las editoriales por la comercialización de títulos para su lectura en e-readers irá ganando fuerza con el tiempo, al igual que para la lectura en otros dispositivos no específicamente diseñados con tal objeto que, aunque tendrán menor presencia, presentan mayor potencial de crecimiento. Se reforzará la tendencia a utilizar simultáneamente diversos canales de comercialización: en la actualidad, los canales de venta prioritarios son plataformas comerciales genéricas, seguidas por la web de la editorial y las librerías. La tendencia se dirige

a relegar a un segundo plano las plataformas genéricas a favor de la web de la editorial, aunque los tres canales irán ganando peso.

Al margen de los datos, los expertos parecen unánimes al subrayar la importancia de experimentar para entender las preferencias y necesidades de los usuarios e identificar nuevos modelos de negocio. El análisis de tendencias que ya están generando modelos de negocio reales en la esfera internacional, aporta información sobre diversas alternativas que giran en torno a la innovación tecnológica, la creación de libros a medida, el enriquecimiento de los contenidos, la colaboración en su generación o la venta por partes y el alquiler de obras. Además de valorar estas opciones, los modelos de negocio deberían partir de un análisis previo sobre los contenidos a digitalizar o el coste del proceso de digitalización. Y deberían dar lugar a una oferta legal, atractiva, de calidad y competitiva en precios.

Respecto a este último aspecto, el precio, las investigaciones realizadas por el momento en ámbitos internacionales parecen concluir en la sensación, desde el consumidor, de que el precio del libro electrónico debe ser inferior al del libro en papel. Desde el sector editorial español, las previsiones apuntan en esta línea, aunque en algún caso se matiza, *sólo cuando el libro digital no ofrezca valores añadidos sobre el libro impreso*. Para 2011, la mayoría de las editoriales encuestadas corroboran esta tendencia, siendo menor el número de las que manifiestan su intención de igualar el precio del libro en ambos formatos, y menor aún, las que prevén establecer rangos de precio fijo.

Por otro lado, es incuestionable que el libro electrónico e Internet han puesto a disposición de las bibliotecas una herramienta especialmente útil que está posibilitando el acceso a grandes cantidades de información y la generación de grandes proyectos de digitalización. En menos de cuatro años, el número de bibliotecas digitales se ha multiplicado por ocho y el de objetos digitales por diez. Entre las primeras habría que destacar iniciativas como *Hispana*, *Europeana*, *OAster* o el proyecto *Google*, cargado de controversia por el riesgo de monopolización y por la digitalización de obras sujetas a derechos de autor. En esta línea, se han puesto en marcha otros proyectos precisamente con el objetivo de definir y desarrollar modelos de integración de contenidos sujetos a derechos de autor en bibliotecas digitales bajo un entorno legal, como el proyecto ENCLAVE Editores-BNE.

Se subrayan así mismo otras líneas que merecen especial atención:

- La importancia de trabajar en proyectos internacionales y estructuras como la web semántica.
- La necesidad de establecer un marco legal apropiado y capaz de proteger los derechos de propiedad intelectual de las obras huérfanas.

- El trascendental cambio que introduce la nueva realidad del e-libro, que modificará de forma sustancial la estructura y funciones de las bibliotecas, pero no implicará su desaparición. El entorno digital refuerza su función a la hora de orientar al lector, pero también adquiere nuevas dimensiones, como facilitar el acceso a información digital de pago e incluso ofrecer servicios de impresión bajo demanda.

Pero las implicaciones del libro electrónico van mucho más allá de las relativas a la creación, edición o acceso a las obras. Sus consecuencias afectan profundamente tanto a los procesos de **lectura** como a la interacción del lector con el texto o con otras personas en torno a él. La tecnología posibilita los medios para que estos lectores comenten, recomienden o reciban de forma automática comentarios o recomendaciones que pueden fomentar la compra, algo que, con frecuencia, pasan por alto tanto los medios como los agentes de la cadena del libro.

En lo relativo a los procesos de lectura, es necesario seguir evaluando sus efectos pero, por el momento, las investigaciones apuntan a importantes diferencias tanto en éstos como en las actividades tradicionalmente asociadas al libro en papel. Se apunta además, que estas evaluaciones deberían recoger la actitud diferencial de los denominados *inmigrantes digitales* frente a los *nativos digitales*.

Los diversos estudios y expertos, parecen coincidir también en que, si bien el libro electrónico en el entorno escolar puede ser muy enriquecedor, la sustitución de libros de texto por sistemas multimedia interactivos plantea dudas respecto a la calidad del aprendizaje. Una observación que se hace extensible al propio aprendizaje de la lectura, un largo proceso que comprende diversas fases de evolución, todas ellas imprescindibles para el desarrollo de la capacidad lectora; en consecuencia, se hace necesario investigar más a fondo sus posibles efectos.

Desde la **Administración General del Estado**, la industria de contenidos es considerada uno de los sectores más vulnerables aunque, en el caso del libro, tampoco prevé que se produzcan situaciones similares a las acaecidas en la industria musical. Para fomentar la adaptación al cambio y evitar la generación de un mercado ilegal, viene desarrollando una serie de iniciativas de apoyo a la digitalización y comercialización del libro electrónico, algunas de ellas en el marco del Plan Avanza.

Entre otras, las subvenciones anuales que concede el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para el desarrollo de proyectos de digitalización o comercialización y mejora de la gestión; las ayudas a la inversión del Ministerio de Cultura para la modernización y adaptación de las industrias culturales; o la convocatoria anual del Foro Internacional de Contenidos Digitales, FICOD.

Ya en el ámbito educativo, destacar la Plataforma Agrega, cuyo desarrollo se centra actualmente en la generación de una industria de contenidos digitales curriculares en línea. Tras la creación de algunos contenidos con la colaboración del sector editorial y otros desarrolladores, se considera que ahora es el momento de que la industria editorial tome el relevo.