

Desempeñan distintas funciones en torno a la lectura y llevan tiempo planteándose cómo lograr que el libro digital sea más una oportunidad que un problema. *La Vanguardia* los ha invitado a debatir sobre la cuestión. Su única certeza es que el e-book está aquí para quedarse, que no hay plan B

“El ‘e-book’ superará en pocos años al libro de papel”

SERGIO VILA-SANJUÁN
MIQUEL MOLINA
Barcelona

La explosión del e-book es la comidilla del mundo cultural estas últimas semanas. De cara a las Navidades, los comercios especializados ofrecen ya una variedad de libros electrónicos listos para ser utilizados. Y simultáneamente se han puesto en marcha muy recientemente las primeras plataformas españolas de contenidos, que ofrecen textos en formato digital que pueden ser descargados en esos aparatos. Es el caso de la librería digital catalana Lector.com, que ofrece a la vez los títulos y el dispositivo para leerlos, o la plataforma Amabook, que dispone de más de 2.000 títulos.

Se trata, sin embargo, de una fase pionera de la introducción del e-book entre nosotros y las incógnitas que se ciernen sobre el nuevo territorio de la lectura digital son mayores que las certezas de las que en estos momentos disponemos. Para intentar aclararlas, *La Vanguardia* ha reunido a algunos de los principales entendidos en libro electrónico que trabajan en Barcelona. Tienen en común estar apasionados por los nuevos retos que vive el sector y estar en la frontera de los 40 años.

LA VANGUARDIA. En estos momentos existen varios modelos de e-book ya en circulación. Pero, ¿vamos a un futuro con muchos tipos diferentes de libro electrónico o el mercado optará por un modelo único?

ERNEST FOLCH. En estos momentos hay dos tipos de modelo:

el cerrado, que sólo se puede comprar en una tienda que también te proporciona los contenidos, como es el caso de Amazon, y los abiertos, que permiten descargar desde cualquier librería y a cualquier aparato. Desde Lector impulsamos el modelo abierto, porque pensamos que permitirá un mercado más capilar y dirigido a un público más amplio.

NEUS ARQUÉS. Hay lectores y hay contenidos. ¿Dónde leeremos? Yo creo que acabaremos usando un único soporte digital que lo hará todo más fácil... o tendrán que fabricar bolsos más grandes para que quepa todo.

SANTOS PALAZZI. Tendremos contenidos abiertos que podremos leer en distintas plataformas, tanto puede ser el iPhone co-

ERNEST FOLCH

“Con el libro digital el lector sólo gana: tiene más opciones y a mejor precio”

NEUS ARQUÉS

“Permite al lector contactar con los autores; ahora, cada día es Sant Jordi”

mo el e-reader. Para mí, el concepto importante es el de conectividad: el futuro está en dispositivos que nos permitan conectarlos a bibliotecas enormes sin necesidad de pasar por el PC.

ISMAEL NAFRÍA. Lo que ha pasado en el mundo de la música nos da algunas pistas. Se ha impuesto como universal un reproductor, el iPod de Apple, que al principio, por cierto, era muy cerrado. ¿Por qué? Pues porque es el que le gusta a la gente. En el campo del libro electrónico, en EE.UU. el que triunfa es el Kindle, considerado más cómodo y que se está llevando el 60% del mercado. Jeff Bezos, fundador de Amazon, decía hace poco que de cada 100 libros que ofrecen a la vez en formato papel y en kindle, el 48% se vende en este último.

E.F. Y del último libro de Dan Brown han vendido 120 copias digitales por cada 100 en papel.

S.P. El tema del precio es importante. Los libros digitales son más baratos que los de papel. Ha-

blamos de precios de 9,9 euros frente a 19,9. Y en Amazon ya tienen 300.000 libros en formato digital listos para comprar.

PABLO ODELL. Yo no sé si serán estas Navidades o las del 2010 las Navidades del e-book. Por ahora veo que se está hablando más del dispositivo lector que de los contenidos. Creo que aún queda dar más de un hervor a los proyectos importantes de distribución digital y a los propios usuarios.

E.F. Voy a discrepar de la idea de conectividad de Santos Palazzi. En la práctica creo que no será tan importante. En el campo musical, el fenómeno de la explosión digital se ha producido sin conectividad, ya que el iPod lo cargamos a través del ordenador. Y coincido con Pablo en que el aparato sin contenido no es nada. Pero cuando pones buenos contenidos, el público responde. En Lector hemos lanzado a Larsson en catalán y best sellers como *La nieta de la maharani*, y la venta de aparatos para leerlos, realiza-

da a través de nuestra propia red, se ha disparado. En pocos días hemos vendido 1.800 aparatos. Y ello es porque hemos conectado el e-book a unos contenidos que la gente reconoce.

P.O. En América Latina la conectividad no parece importante. Hay núcleos en que por pura necesidad la lectura digital está más avanzada. Áreas que no disponen de buenas redes de librerías y donde los lectores usan el e-book para acceder a títulos que les interesan. En general, en esos núcleos, que son minoritarios, están muy conectados a la oferta digital de EE.UU. Lo que sí es importante es introducir en el e-book una serie de contenidos transmedia: videos sobre los autores, información adicional, elementos





ANNA SOLER-PONT

Directora de la agencia Pontas, comisarió Frankfurt 2007. Tiene larga dedicación al libro electrónico

PABLO ODELL

Director de Pensóromo y del Observatorio Iberoamericano de la Edición Independiente

ISMAEL NAFARÍA

Director de contenidos digitales de Grupo Godó. Autor de *Internet es útil* (Plataforma Editorial)

SANTOS PALAZZI

Director de mass marketing y cultural de Planeta. Impulsor de la plataforma conjunta con RHM y Alfaguara

NEUS ARQUÉS

Autora y experta en marketing editorial. Autora de *Marketing para escritores* (Editorial Alba)

ERNEST FOLCH

Consejero delegado de 36l y Legtor.com, que acaba de lanzar una plataforma digital de libros



que le dan valor, como ocurre en los DVD respecto a las películas. Lo interesante es que el libro digital sea realmente libro digital, que aproveche todas las posibilidades del medio y no consista en una simple traslación del libro en papel. En este terreno, hay que señalar que el sector editorial español no ha hecho los deberes. Aunque desde el año 2004 existen empresas creativas que han ido aportando nuevas posibilidades, los editores no se han abierto a nuevas propuestas.

ANNA SOLER-PONT. Estoy de acuerdo en que los extras que incorporemos al libro serán la clave: traer de la futura película basada en la novela, entrevista con el autor, *making off* del libro, etcétera.

N.A. Porque lo que se presenta ahora como libro digital no es más que un *e-mail* largo. El llamado *e-book premium*, más que un libro, tiene que ser un hipertexto. Pero también pienso que la experiencia del papel no se perderá. Tendremos que acostumbrarnos a la convivencia de distintos formatos.

E.F. Os dejáis un paso importante. Habrá libros en versión 2.0 sin necesidad de pasar por el papel. Nosotros tenemos en nuestro catálogo un libro de Ferran Soriano sobre el Barça que cada cierto tiempo se actualiza en versión digital. Esto, en cambio, no se hace en papel, ya que requeriría de una nueva edición, lo que es complicado. Pienso que libros de fondo de las editoriales que estaban enterrados pueden resurgir vinculados a eventos de la actualidad. Por ejemplo, se produce una crisis en Honduras: pues recuperas rápidamente en formato digital tus libros sobre Honduras. El formato digital te permite conectarte de forma mucho más eficaz al ciclo de la actualidad.

N.A. Pero hay que perfeccionar el sistema. Por ahora, leer en un

e-book es una experiencia *low cost*: abarata, pero no es cómodo. No es cierto que leyendo en *e-book* el ojo no se cansa: sí lo hace.

LA VANGUARDIA. ¿Quién suministrará lo que leeremos en formato digital? ¿Los editores directamente? ¿Los libreros? ¿Los distribuidores? ¿Qué cambios habrá en la cadena del libro?

A.S.P. Para circular en un mundo digital ya no podemos utilizar los mapas analógicos, hay que pensar de manera diferente. Entramos en una fase de cambio en que los propios actores cambiarán. Una gran transformación será la alianza entre autor, agente y editor, con la que quizás se puedan saltar algunos pasos como la distribución. Pero, paradójicamente, quienes más se han espabilado hasta ahora para mejorar su oferta utilizando el apoyo digi-

les interesa mucho cuidarlas, son muchas las que seguirán.

S.P. La función del editor es poner en contacto a alguien que tiene algo que decir y a alguien que quiera escucharlo. Los editores, por tanto, seguirán existiendo.

SANTOS PALAZZI

“Con precios correctos, una buena oferta y atención institucional habrá menos piratería”

ISMAEL NAFARÍA

“El del libro es el sector que menos ha cambiado, comparado con música o prensa”



ANA JIMÉNEZ

El debate. Anna Soler-Pont, Ismael Nafaría, Ernest Folch, Sergio Vila-Sanjuán, Miquel Molina, Ignacio Orovio, Santos Palazzi, Neus Arqués y Pablo Odell, en *La Vanguardia*

tal han sido los distribuidores, quizás porque son conscientes del peligro que les acecha.

I.N. Es que el sector del libro es de los que menos han cambiado en los últimos tiempos, si lo comparamos con la música o los medios de comunicación.

P.O. Yo creo que las librerías que funcionan como agregadores de lectores, porque saben poner en valor los libros que venden, tienen un buen futuro por delante. Y las que no saben hacer esto se quedarán por el camino.

En la medida en que a los editores

PABLO ODELL

“Lo importante es que el ‘e-book’ no sea la simple traslación del libro de papel”

ANNA SOLER-PONT

“Para circular en un mundo digital ya no podemos utilizar los mapas analógicos”

En cuanto a los distribuidores, van a aparecer agentes nuevos. Si pensamos que Telefónica, por ejemplo, tiene doce millones de usuarios, es muy posible que en algún momento pueda interesarse convertirse en un distribuidor de libros digitales. En cuanto a las librerías, tendrán que redimensionarse en internet y ofrecer algo más que contenidos.

N.A. Para las autoras

y autores cambia la cadena de valor. Tendremos diferentes acuerdos para diferentes formatos, y habrá que ampliar la gestión integral de nuestro marco.

A.S.P. Sí. Mi agencia, Pontas, no sólo gestiona los textos sino todas las pantallas: televisión, cine, visibilidad del autor, blog, marketing, internet... Nos consideramos gestores de talento.

E.F. En el nuevo panorama hay dos grandes ganadores, el autor y el lector. El lector sólo gana, ya que tiene más opciones que, además, le salen a mejor precio. Y el editor se está convirtiendo en autor o coautor, creando obras específicas para formato digital, haciendo encargos, aprovechando las posibilidades que la nueva tecnología ofrece.

LA VANGUARDIA. El autor gana excepto si se produce un pira-

teo como el que ha asolado el campo musical...

I.N. Sobre eso habrá bastante que decir. Algunos estudios demuestran que en los últimos años el volumen de negocio de la música se ha multiplicado. Aunque es cierto que existe piratería, gracias a internet la música se difunde mucho más y genera nuevos beneficios para sus autores e intérpretes.

A.S.P. Yo creo que en el campo del libro, los derechos de autor sí están en peligro.

P.O. En realidad, es toda la cadena la que tiene que ganar. Las nuevas tecnologías hace tiempo que están esperando al editor. Frases como la de Jorge Herralde, “el catálogo lo es todo”, cobran nueva fuerza, porque ahora sí es posible la recuperación permanente de las obras gracias a la digitalización.

N.A. Ahora hay una relación más directa entre autor y lector. Cada día es día de Sant Jordi. Los lectores quieren contactar con los autores y, a la inversa, sabe-

“El editor que no escuche a sus lectores no podrá prosperar”

>> VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

mos muchas cosas de los lectores que antes no sabíamos.

ERNEST FOLCH. Para seguir con el tema de antes, en mi opinión le estamos dando demasiada importancia a la piratería. En primer lugar, la cultura del legislador actual no es como la que dominaba cuando cayó el mercado de la música. Hay mucha mayor conciencia de que apropiarse de contenidos por internet de forma pirata es más o menos lo mismo que robar en el supermercado. Y segundo, si los precios son equilibrados y la oferta es buena, no hay necesidad de piratería.

SANTOS PALAZZI. Coincido con Ernest. La piratería no será tanta si se combinan la atención institucional, precios correctos y una buena oferta. El futuro no será sólo de descarga, sino que también habrá mucha consulta on line. Pagarémos dinero para tener acceso a una biblioteca y poder leer todos los libros que queramos.

ISMAEL NAFRÍA. Para combatir la piratería pienso que no hay que culpabilizar tanto al usuario, sino más bien transmitirle la sensación de seguridad y de precio razonable. Construir una oferta cómoda. En iTunes se venden actualmente miles de millones de canciones, y cada vez se venden más. La legislación de la propiedad intelectual se ha de adaptar a los nuevos tiempos.

NEUS ARQUÉS. Pero, finalmente, ha de ser el autor el que decida qué parte de su trabajo es accesible y cuál no. Si es otro quien lo decide, como ocurre con los ca-

ERNEST FOLCH

“El año 2010 verá la explosión del libro digital en España y en Europa”

ANNA SOLER-PONT

“La industria editorial necesitará de más gente para trabajar en contenidos digitales”

sos de piratería, es cuando tenemos un conflicto.

P.O. José Manuel Lara señaló hace poco que sus enemigos no eran los usuarios, sino ciertos portales a los que ya había denunciado. En la construcción de una nueva economía, la gratuidad total es inviable.

LA VANGUARDIA ¿Y cuándo creéis que el *e-book* sobrepasará al libro en papel, si es que eso llega a ocurrir?

P.O. Yo creo que será en el año de Apple...

ANNA SOLER-PONT. En la última feria de Frankfurt se dio un plazo de un decenio.

E.F. El 2010 verá la explosión del *e-book* en España y Europa. Y antes de cinco años veremos ese adelanto.

I.N. Cinco años.

S.P. Entre cinco y siete.

N.A. *No comment.*

P.O. En el 2012. Y, mientras tanto, creo que la impresión *on demand* servirá para redimensionar y racionalizar el sistema de impresión.

N.A. Como dijo un editor inglés, esto no es la Revolución Rusa, sino la Revolución Industrial. No es algo que vaya a cambiar de un día para otro, sino un proceso lento.

P.O. Además, tendremos que ver cómo se adapta a la tecnología digital el libro de texto, que genera mucha masa del negocio del libro.

LA VANGUARDIA. Apenas hemos hablado de los usos colaterales de internet en la promoción del libro.

LA SERIE

El debate sobre el *e-book* y el futuro de la lectura abre paso a una serie de reportajes sobre el tema:

- La cultura al alcance de un ratón: los contenidos disponibles en la red
- Qué *e-book*: la tecnología disponible en el mercado y sus tendencias
- Experiencias a bordo del artilugio
- Descargo, luego... ¿robo? El marco legal

P.O. Hay que crecer mucho en integrar la respuesta del lector.

N.A. Todo el día hablamos de la difusión de boca en boca como clave de los grandes best sellers. El editor que no escuche a los lectores no prosperará.

S.P. En Planeta estamos diseñando una página web donde se recibirán todos los comentarios de los lectores. Hasta ahora era muy difícil introducirlos.

P.O. Nosotros ya hemos hecho las de Plataforma, que es muy activa. Y estamos trabajando en varios proyectos nuevos.

A.S.P. La industria editorial tendrá que redimensionarse, porque necesitará de más gente para trabajar en contenidos digitales, que además tendrá que vender a precios más bajos. Y, al mismo tiempo, hay funciones que se eliminarán, como la del papel. Ante este panorama la gente tiene miedo y se asegura la silla. Pero no hay plan B.

[La charla entre los seis invitados fue registrada en tres grabadoras para minimizar riesgos: una digital, otra que utiliza microcasetes y una tercera que se alimenta de casetes como las de hace 40 años, un artilugio *vintage* que se resiste a desaparecer de las redacciones porque, de alguna manera, inspira más confianza que los modelos más avanzados. En determinado momento, los invitados se sorprendieron al oír la señal de stop, un ruido que suena ahora muy lejano en el tiempo. “Esta es la convivencia de modelos que nos espera; libros de papel e *e-books*; grabadoras digitales y con casete”, dijo Pablo Odell, entre risas.] ●