

Luces y sombras del libro electrónico.

Alumno: Iago Posse Solá.

Profesor: Alberto Higuera Gómez.

Posgrado en Tecnologías de la Edición Digital.

Curso 2018/2019.

**Resumen:**

¿Por qué el libro electrónico no ha conseguido el éxito de otras fórmulas digitales de consumo de cultura y ocio, como la música, el cine o los videojuegos? Después de diez años, la profecía realizada por el mundo editorial en la Feria del Libro de Fráncfort en 2008, de superación del libro digital al libro papel, ni se ha cumplido ni se ha acercado a la predicción. Y lo que es peor, las razones no están muy claras. El libro digital habita en un mundo confuso de intereses encontrados que ofrecen explicaciones diversas y pocas veces rigurosas. Este trabajo intenta aportar algo de luz al problema, procurando delimitar, jerarquizar y desentrañar las causas reales que concurren. Para esto, se analiza la evolución del libro electrónico, sus ventajas e inconvenientes y la participación de los diferentes agentes. Como conclusión, las principales causas que impiden un mayor desarrollo del mercado de libros electrónicos son la poca iniciativa de las editoriales, las limitaciones que tienen los libros electrónicos, la incertidumbre provocada por la falta de apoyos institucionales y la piratería.

**Palabras clave:** problemas, causas, libro electrónico, e-reader, papel, publicación, facturación, DRM, piratería, precio justo, IVA, autoedición, editor, escritor.

# **Luces y sombras del libro electrónico.**

## **La profecía no cumplida de sustitución del libro en formato papel**

### **Índice**

<b>Anexo de gráficos:</b> .....	<b>4</b>
<b>1. Evolución del libro electrónico.</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1. Consideraciones iniciales:</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2. Publicaciones de libros electrónicos.</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3. Facturación del sector digital.</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4. Porcentajes del libro electrónico en publicaciones y facturación.</b> ..	<b>8</b>
<b>1.5. Porcentajes de los diferentes formatos de libros electrónicos:</b> ...	<b>10</b>
<b>2. Libro electrónico vs libro en papel.</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1. Fortalezas y debilidades del libro electrónico.</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1.1. Ventajas del libro electrónico:</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1.2. Inconvenientes del libro electrónico:</b> .....	<b>12</b>
<b>2.2. Fortalezas y debilidades del libro en papel.</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.1. Ventajas del libro en papel.</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.2. Debilidades del libro en papel.</b> .....	<b>14</b>
<b>3. Dificultades en el despegue del libro electrónico.</b> .....	<b>15</b>
<b>3.1. Incompatibilidades en las plataformas y los dispositivos.</b> .....	<b>15</b>
<b>3.2. Limitaciones del producto: DRM, precio, IVA.</b> .....	<b>16</b>
<b>3.2.1. El DRM.</b> .....	<b>16</b>
<b>3.2.2. El precio.</b> .....	<b>18</b>
<b>3.2.3. El IVA.</b> .....	<b>19</b>
<b>3.3. El punto de vista del editor.</b> .....	<b>20</b>
<b>3.4. El punto de vista del autor.</b> .....	<b>23</b>
<b>4. Las expectativas del lector.</b> .....	<b>26</b>
<b>4.1. Libre disposición del contenido.</b> .....	<b>26</b>
<b>4.2. Precio justo.</b> .....	<b>27</b>
<b>4.3. Mejora y estandarización de dispositivos y plataformas.</b> .....	<b>28</b>
<b>5. Conclusiones.</b> .....	<b>29</b>
<b>6. Bibliografía.</b> .....	<b>32</b>

## Anexo de gráficos:

Fig. 1 Publicaciones digitales (FGEE) .....	6
Fig. 2 Publicaciones digitales (Librandia) .....	6
Fig. 3 Facturación del sector digital según la FGEE (en euros) .....	7
Fig. 4 Facturación del sector digital en Librandia (en euros).....	7
Fig. 5 Publicaciones digitales y físicas (FGEE) .....	8
Fig. 6 Porcentaje de la publicación física y digital sobre el total (FGEE).....	8
Fig. 7 Porcentaje de facturación física y digital sobre el total (FGEE).....	9
Fig. 8 Porcentajes de formatos del libro digital.....	10
Fig. 9 Precio medio de los libros digitales y físicos (en euros) .....	18
Fig. 10 Porcentaje del precio de los libros electrónicos con respecto a los físicos. ....	18

# 1. Evolución del libro electrónico.

## 1.1. Consideraciones iniciales:

La llegada del libro electrónico a España es muy reciente. Podría marcarse su inicio entre el desarrollo de la tinta electrónica en el año 2007 y la llegada del Kindle (junto a la apertura de la tienda de libros electrónicos de Amazon España), en el año 2011. Desde entonces, su evolución ha sido notable. Para medir esta evolución, se procede a mostrar gráficamente una serie de datos sobre los hay que hacer algunas consideraciones acerca de su procedencia. Existen varias dificultades a la hora de cuantificar el número de publicaciones y de ventas de libros digitales por la diferente metodología utilizada por las diversas fuentes. A continuación, se expone un breve resumen sobre las particularidades de cada fuente de datos:

La mayor parte de los datos son de la *Federación de Gremios de Editores de España* (FGEE) y de la *Panorámica de la Edición Española de Libros* (Ministerio de Educación, Cultura y Deportes). Estos organismos proporcionan numerosa información sobre el mundo de la edición, pero hay que tomarla con ciertas cautelas. Hay que tener en cuenta que sus datos de publicaciones se basan en el registro de ISBN y que, desde el año 2011 (Real Decreto de 2063/2008 por el que se desarrolla la ley 20/2007), no es obligatorio registrar el ISBN de un libro para comercializarlo, por lo que una parte de la edición, como la autopublicación y la gestionada a través de plataformas como Amazon (con su propio identificador, el *Amazon Standard Identification Number*), queda fuera de estas estadísticas. Por otra parte, el estudio realizado por la FGEE se basa en un cuestionario enviado a las editoriales agremiadas al cual contestan menos de la mitad de encuestados (315 editoriales de 737 en el año 2017), según el *Estudio de Comercio Interior 2017*, y estos son normalmente las grandes editoriales, por lo que una parte importante de la publicación y comercialización de libros digitales no se cuantifica, quedando todas las entidades que no están agremiadas fuera del estudio.

En cuanto a los datos proporcionados por el *Informe anual del libro digital* de Librandia, plataforma que representa a los principales grupos editoriales como Planeta y Penguin Random House, estos no incluyen los libros académicos y de texto, ni los libros jurídicos y tampoco incluyen publicaciones de autoedición, pero sí incluyen la autopublicación en sus datos de facturación. Los datos de Librandia se basan en ventas reales de todas las editoriales que representan.

Hay una tercera fuente, Bookwire, que es una plataforma especializada en edición digital que representa a numerosas editoriales. Esta plataforma realiza un *Estudio anual sobre la evolución del mercado digital en España y América Latina* en el que no exponen el número de ventas, pero sí el crecimiento en porcentaje con respecto al año anterior. Esta plataforma sí incluye la aportación de las ventas de libros digitales de autores autopublicados.

Por otra parte, en estas gráficas no se contarán las reimpressiones (como se fija a partir del año 2013) de ninguno de los años analizados, para que los datos sean lo más reales posibles.

En cuanto a los datos, la horquilla cronológica depende de la disponibilidad de estos, por lo que los inicios y finales serán variables dependiendo del elemento analizado.

Tras estas advertencias, los datos que se presentan pueden servir como referencia para conocer la progresión en el número de publicaciones y en la facturación del sector digital año a año.

La utilización de colores en los gráficos es azul para la edición electrónica y naranja para la edición impresa.

## 1.2. Publicaciones de libros electrónicos.

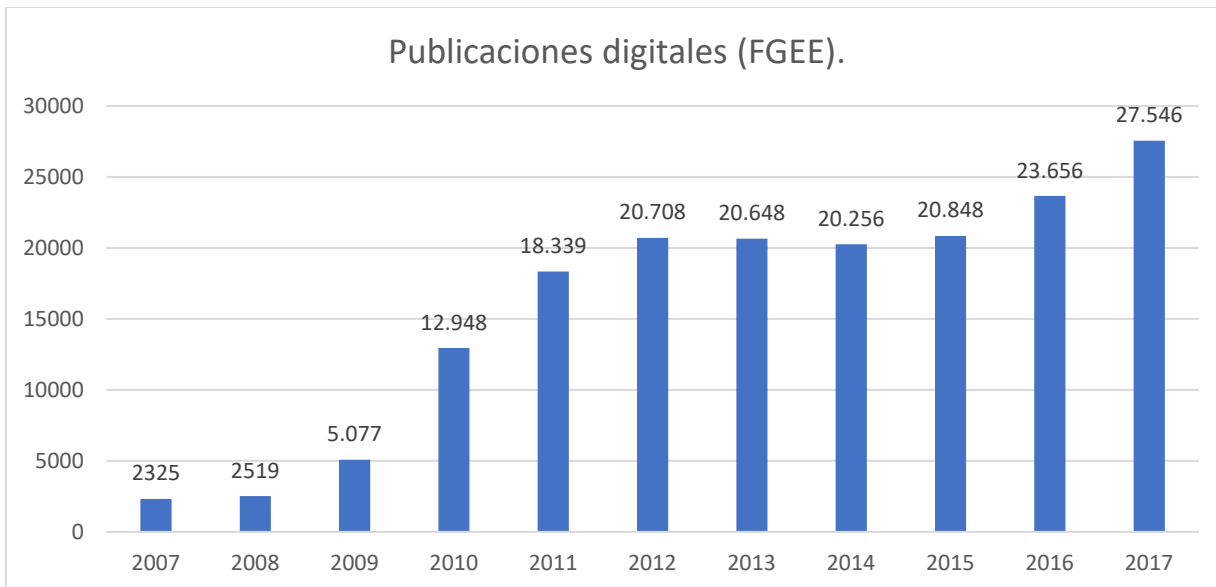


Fig. 1 Fuente: Comercio Interior del libro en España. FGEE.

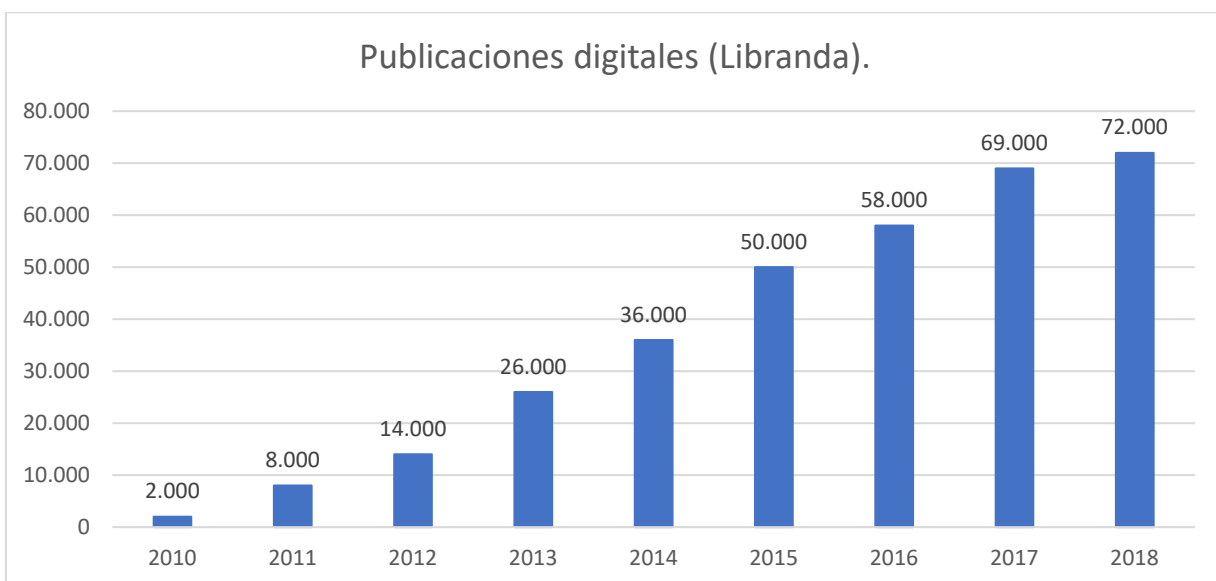


Fig. 2 Fuente: Informe anual del libro digital. Libranda.

Estos gráficos muestran la progresión del número de publicaciones digitales según la *Federación de Gremios de Editores Españoles* y según *Libranda*.

En el caso de los datos de la FGEE, muestran una gran expansión del número de publicaciones digitales entre 2007 y 2012, un estancamiento entre 2012 y 2015 y un leve crecimiento entre 2015 y 2017. En general, el aumento del catálogo digital es más o menos continuado.

En el caso de los datos de Librandia, se ve un crecimiento mayor de las publicaciones digitales de las editoriales asociadas a esta plataforma. Son datos muy diferentes a los de la FGEE, mostrando que las editoriales adscritas a la FGEE están teniendo un desarrollo menor de sus catálogos digitales que las editoriales asociadas a Librandia.

### 1.3. Facturación del sector digital.

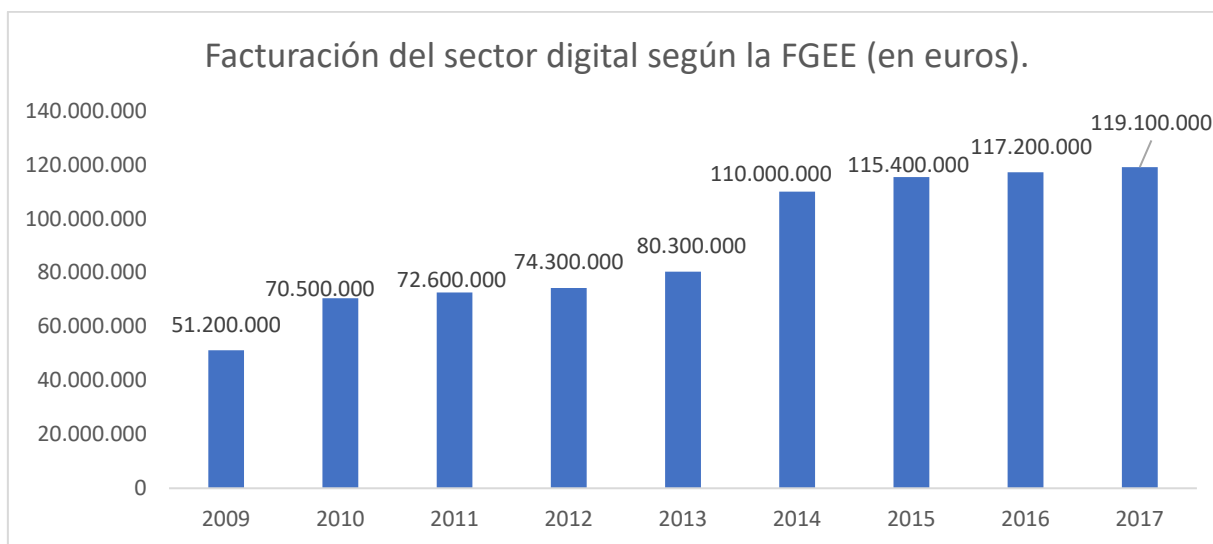


Fig. 3 Fuente: Comercio Interior del libro en España. FGEE. Estos datos no incluyen autopublicaciones.

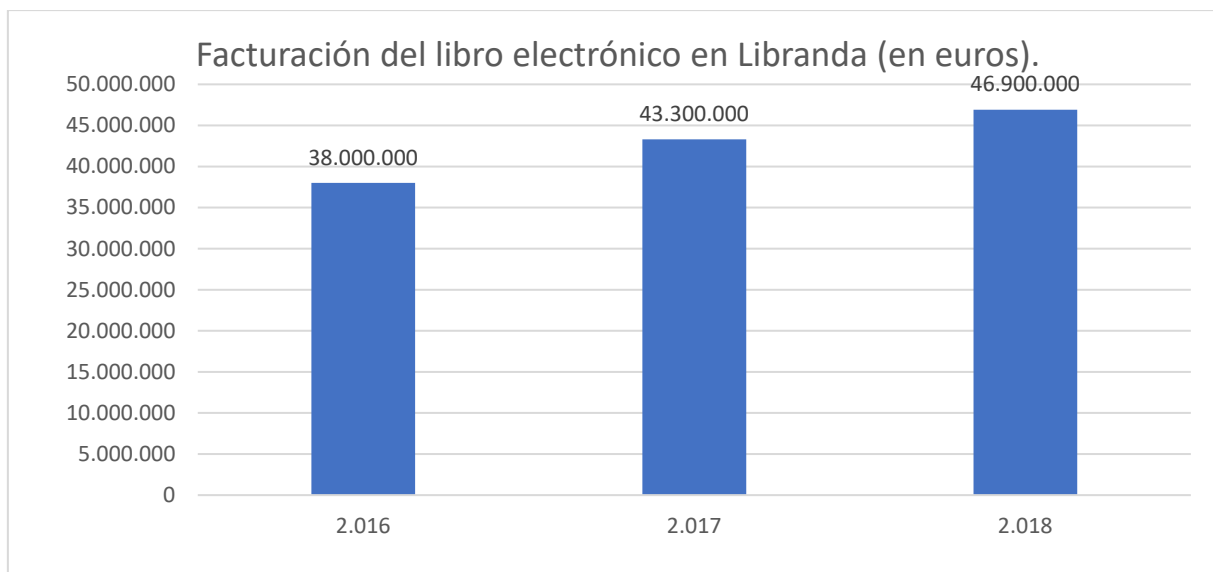


Fig. 4 Fuente: Informe anual del libro digital. Librandia. \*Estos datos incluyen las autopublicaciones pero no los libros de texto ni los académicos.

Según los datos de la FGEE, la facturación de libros electrónicos tiene unas cifras muy modestas, pero el crecimiento ha sido continuo desde el año 2009 hasta la actualidad. En el mismo periodo, la facturación global del sector editorial se redujo en un 25,73%, pasando de facturar 3.123.170.000 euros en 2007 a facturar 2.319.360.000 euros en 2017.

Ante el decrecimiento del sector tradicional, la apuesta por el formato digital se puede convertir en un buen complemento o alternativa.

Los datos de Libranda, por otro lado, son más limitados al disponer de una horquilla cronológica más reducida. El crecimiento de la facturación es reducido pero continuo. Resulta curioso que Libranda, a pesar de tener un catálogo con casi el triple de publicaciones que la FGEE, facture poco más de un tercio que estos. Puede que se deba a diferencias en la difusión y el marketing de estas plataformas.

#### 1.4. Porcentajes del libro electrónico en publicaciones y facturación.

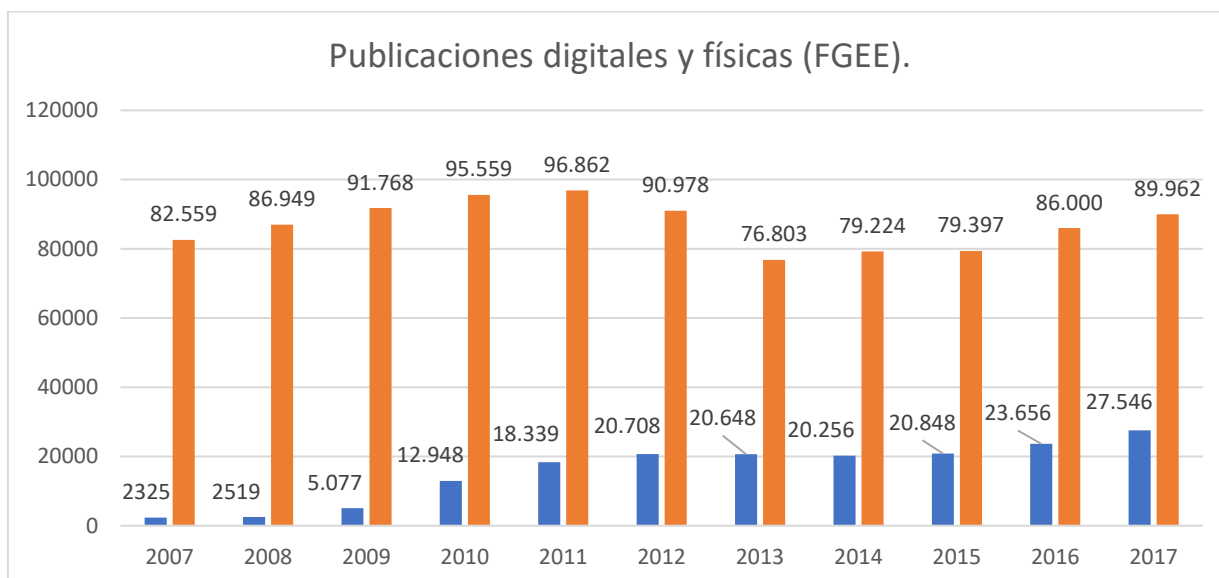


Fig. 5 Fuente: Comercio Interior del libro en España. FGEE.

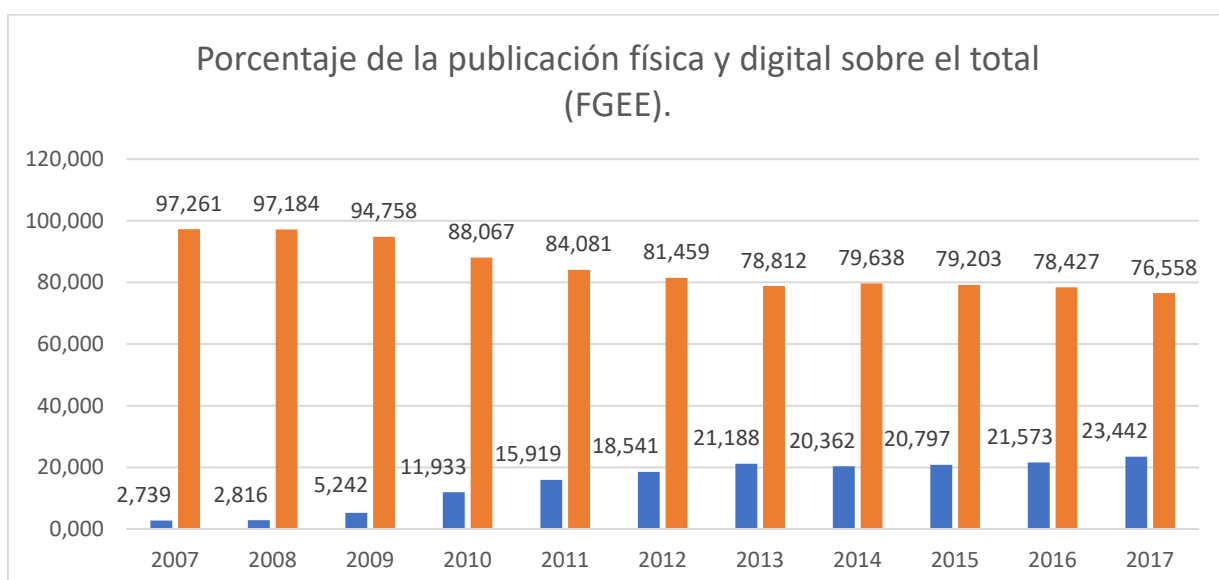


Fig. 6 Fuente: Comercio Interior del libro en España. FGEE.

Las publicaciones digitales han ido creciendo hasta ser una parte importante de las publicaciones totales, sin embargo, como apuntan en el informe de la FGEE sobre el sector del libro en España:

«Cabe mencionar que muchos de los libros digitales que se publican también aparecen en formato impreso. Como muestra *Comercio Interior del Libro*, la gran mayoría de los títulos



digitales —un 87%— se publicaron en 2016 tanto en formato electrónico como en papel. Solo un 13% fueron editados exclusivamente en formato electrónico». (El Sector del Libro en España, abril 2018).

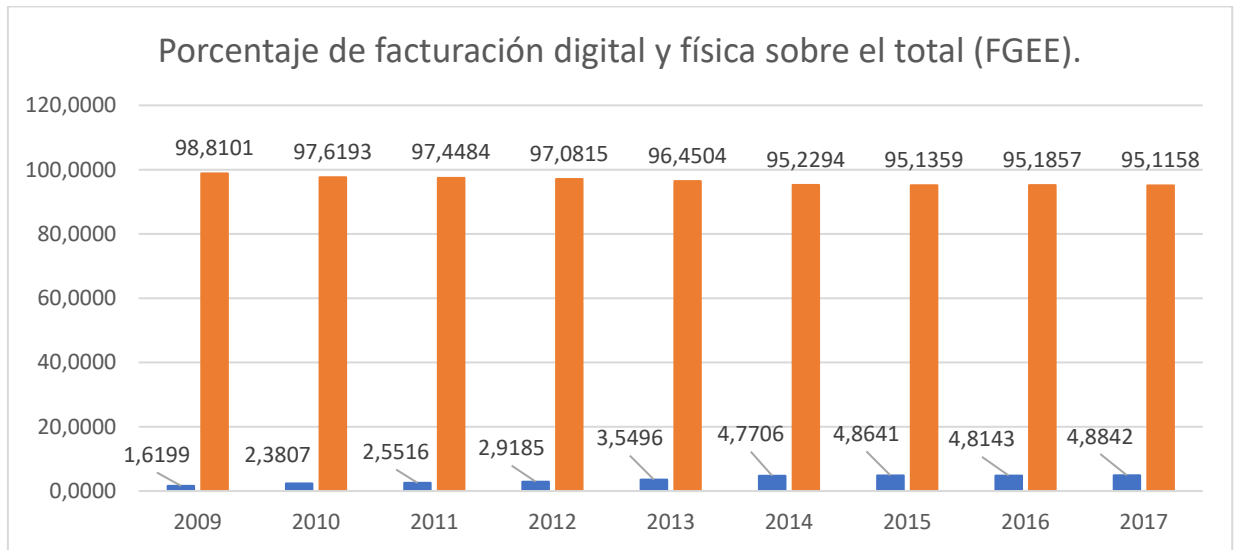


Fig. 7 Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de facturación de libros que proporciona el estudio Comercio Interior del Libro en España. FGEE.

Según la FGEE, el porcentaje de la facturación electrónica sobre la facturación total todavía se mantiene en números muy modestos (sobre un 5%). Esto, sin embargo, puede deberse al tipo de editorial encuestada para obtener los datos, siendo estas en general las editoriales de gran tamaño con mayor cuota de mercado. Este tipo de editoriales son las más reacias a realizar cambios importantes en su producción, por lo que esta estimación de la facturación digital puede que sea menor de lo que realmente es.

Según el observatorio de la lectura y el libro:

«Diversas fuentes estiman que en 2017 el mercado del libro digital podría alcanzar una cuota del 12%, incluyéndose en esta cifra los libros autoeditados». (El Sector del Libro en España, abril 2018).

Según Librandia:

«Las cuotas digitales (ventas en formato digital vs. ventas en formato papel) de los libros más vendidos en 2018 son muy significativas, pues oscilan entre el 15 % y el 25 %». (Informe anual del libro digital. Librandia).

Por su parte, BookWire afirma que:

«las ventas de editoriales representadas en su plataforma crecieron un 41% en el periodo 2015-2016, un 52% en el periodo 2016-17 y un 58% en el periodo 2017-2018». (V Informe BookWire.es 2019. Evolución del mercado digital en España y América Latina).

## 1.5. Porcentajes de los diferentes formatos de libros electrónicos:

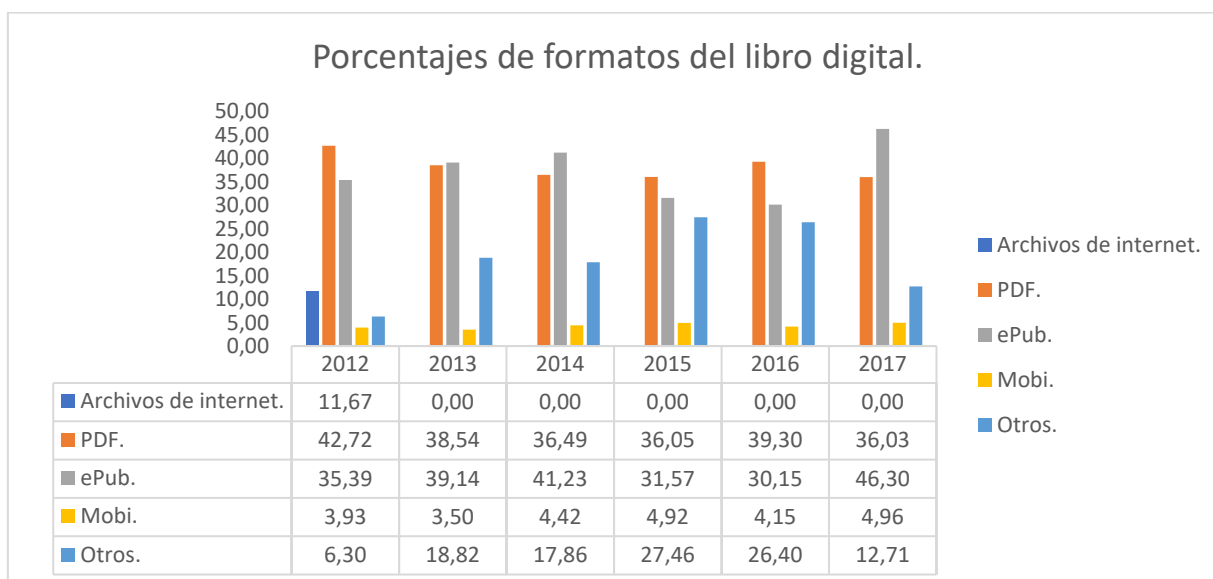


Fig. 8 Fuente: Panorámica de la edición española de libros 2017.MECD.

Hasta el año 2012 todos los formatos de libro digital entraban dentro de la misma categoría, «Archivos de internet». A partir de este año su clasificación se divide en diferentes soportes, siendo los más importantes el formato PDF, el formato ePub y el formato Mobi.

El formato PDF (*Portable Document Format*) ha sido el más popular hasta el 2017, año en el que fue superado en uso por el formato ePub. El formato PDF es muy sencillo (es una imagen vectorial, mapa de bits y texto), pero poco versátil por su inadaptación al tamaño de las pantallas. Fue diseñado para realizar documentos que fueran a ser impresos o presentados en tamaño A4, siendo menos útil para la función de libro digital por su poca adaptabilidad a diferentes tamaños. La utilización de herramientas de enriquecimiento (archivos de audio, de video e imágenes) hace a esta opción muy interesante para según qué actividades, como los libros de edición académica o de texto, por ejemplo. Sin embargo, con el desarrollo y estandarización del formato ePub3 se entiende que el uso del formato PDF se irá reduciendo.

El formato ePub, creado con la finalidad de volverse el estándar, ha ido creciendo a lo largo de los años, volviéndose en el año 2017 el formato más popular, por encima del formato PDF, gracias a su redimensionabilidad y posibilidades de adaptarse a los diferentes tamaños de pantalla y de letra. Es un formato de código abierto, basado en el lenguaje de marcado XML, al que se le puede incluir tecnología DRM (Digital Rights Management). Lo esperable es que con los años vaya utilizándose más y que, con la implantación total del formato ePub3 (basado en html5, css5 y javascript) que reduce sus limitaciones y aumenta sus posibilidades, acabe generalizándose en toda la industria.

El formato Mobi en sus diferentes variantes (mobi, azw, azw3, tpx, pcr...) es el formato propio de Amazon y de su lector digital, el Kindle. Al igual que el formato ePub, está pensado para adaptarse a la pantalla de los diferentes dispositivos. Lo más interesante para Amazon de este formato es la protección DRM que lleva integrada, que solo permite que sean leídos por el lector de libros electrónicos Kindle y por productos de la empresa, creando un entorno digital cerrado en el que si compran tus libros tienen que comprar tu lector y si compran tu lector tienen que comprar tus libros. A pesar de tener

un porcentaje bajo de los formatos de todos los libros en 2017 (sobre un 5%), Amazon no está interesado en dejar este formato ya que, al ser la mayor librería del mundo, puede realizar operaciones de marketing agresivo como hacer grandes ofertas de sus lectores (con precios desde 79 euros) o que con la compra de sus lectores se obtengan numerosos libros gratis de su plataforma.

Dentro del apartado «otros formatos» se encuentran diversos formatos como son el .doc (el propio de Microsoft Word), el .txt (texto plano sin ningún atributo de estilo), el .djvu (alternativa de código abierto al PDF), el .ibook (formato de libros creado por Apple), el .fb2 (formato abierto que define la estructura del libro con marcado semántico), el .dbt (formato de los audiolibros) y los formatos de los cómics, como son el .cba, el .cbr y el .cbz (bueno para imágenes pero la ausencia de adaptabilidad a la pantalla hace que sea muy mejorable). Con la expansión del formato ePub y, sobre todo del ePub3, se espera que el peso de estos formatos se vaya reduciendo al cumplir sus funciones el nuevo formato estándar (por ejemplo, el formato ePub3 facilitará mucho la exposición digital de los cómics por sus mejoras en el diseño fijo).

## 2. Libro electrónico vs libro en papel.

### 2.1. Fortalezas y debilidades del libro electrónico.

#### 2.1.1. Ventajas del libro electrónico:

- Almacenamiento de numerosos libros electrónicos en un espacio inferior al de un libro normal.
- Bajo peso. Facilidad de transporte. Comodidad para la lectura y desplazamiento de libros muy extensos.
- Recuperación (*backup*) posible de todos los archivos en el ordenador en caso de extravío o rotura del lector.
- Fácilmente actualizables por parte de la editorial y el autor (corregir errores y añadir información).
- Rápida accesibilidad y adquisición. Mediante el uso de internet puedes conectarte a las plataformas de venta de libros electrónicos y adquirir uno de manera instantánea desde cualquier parte del mundo.
- Ausencia de ediciones agotadas. Ausencia de excedentes.
- Facilidades para las personas con deficiencias, por ejemplo, personas ciegas. Muchos cuentan con reproducción de voz del texto.
- Personalización de la lectura. Tipo de letra, tamaño, contraste, colores...
- Precio inferior. Al eliminar la impresión de los libros, el almacenamiento, el transporte, la distribución física... se ha podido reducir el coste de los libros electrónicos en comparación con los libros físicos. Su reproducción es más fácil y tiene menos costes.

- Gratuidad de numerosas obras de dominio público debido al gran flujo de información que existe en la red (ejemplo: *Proyecto Gutenberg*).
- Posibilidad de acceder a numerosas plataformas de préstamo de contenidos digitales como *eBiblio* o la *Biblioteca electrónica de la red de bibliotecas del instituto cervantes*.
- Anotaciones. Posibilidad de anotar ideas en los libros, de subrayarlos, de marcar páginas sin producir ningún deterioro ya que existe la posibilidad de borrarlo sin que quede rastro.
- Enriquecimiento de las obras. Inclusión de un diccionario, de contenido fluido y dinámico como imágenes, archivos de voz y enlaces multimedia.
- Conectividad. Hiperenlaces, rápido acceso a fuentes e interactividad con otros lectores.
- Anonimato derivado de la ausencia de portada y de contraportada.
- Posibilidad de retroiluminación incorporada. Permite la lectura con poca luz externa.
- Brinda mayores posibilidades de autopublicación.
- Tiene memoria interna (o externa) de alta capacidad. Con tan solo dos gigas pueden almacenarse miles de libros electrónicos.
- Posibilidad de sincronización de las lecturas (lector-smartphone-tableta-ordenador) mediante la tecnología de almacenamiento en la nube.
- Evita la utilización de papel y de tinta, con sus consecuentes desechos contaminantes, aparte de la huella ecológica derivada del transporte.

### **2.1.2. Inconvenientes del libro electrónico:**

- Catálogo digital reducido. No todos los libros que se editaron en papel están digitalizados. Escasa digitalización de ediciones antiguas o de libros descatalogados.
- Necesidad de tener un ordenador y conexión a internet para la adquisición de libros, por lo que la «pobreza digital» es un impedimento para el acceso a estos productos.
- Dificultades en el aprendizaje inicial. Conectarse a internet, comprarse un libro, descargarlo, pasarlo al lector desde el ordenador.
- Limitaciones de la batería.
- Incompatibilidad de formatos. La falta de estandarización provoca problemas para los usuarios.
- Alto coste inicial en el lector digital. Si no eres un lector habitual puedes tardar en amortizar el dispositivo de lectura.

- Posibilidad de robo por el alto coste del lector.
- Pérdida de sensaciones relacionadas con el tacto y el olfato de los libros físicos.
- A pesar de la mejora de las pantallas y de la tinta electrónica, los lectores de libros electrónicos siguen causando un mayor cansancio visual que en la lectura de un libro físico por la falta de costumbre.
- Obstáculos en la experiencia lectora debido a las protecciones DRM (*Digital Rights Management*).
- Obsolescencia del lector. Fragilidad ante los elementos (lluvia, frío, sol, calor...). Posibles averías en software y/o hardware. Desembolso importante para comprar un dispositivo nuevo.
- Obsolescencia de formatos. Necesidad de que los formatos nuevos sean retrocompatibles con los dispositivos antiguos.
- La ausencia de color, en algunos dispositivos de lectura, limita su uso para ver imágenes, ilustraciones, «cómic» y similares.
- El texto fluido reduce las posibilidades de maquetación y de diseño del libro, a pesar de la inclusión de hojas externas CSS, el diseñador tradicional pierde su función al desaparecer la unidad sobre la que trabaja (la página). Sin embargo, este problema se reduce con el uso de maquetación fija en el formato epub3.
- Facilidad de copia de los archivos. Esto desemboca en «piratería digital» o «actividades extramercado».
- Efecto negativo de la «piratería» en el mundo editorial. Pérdida del control comercial de las obras y reducción de ingresos a causa de «piratería digital» o «actividades extramercado».
- En el caso de los lectores, la «piratería digital» les conlleva una reducción de la calidad del material original, a causa de la ausencia de un equipo que le proporcione valor añadido y reduzca sus errores.
- Problemas de tipo ecológicos. Gasto importante de materias primas para la producción de los lectores y problemas para reciclar los materiales, con la posibilidad de convertirse en un «deshecho tecnológico».

## 2.2. Fortalezas y debilidades del libro en papel.

### 2.2.1. Ventajas del libro en papel.

- El libro como objeto físico y tangible. Vínculo emocional e identitario y sentimientos de propiedad, al mismo tiempo que se reducen las incertidumbres (no poseer realmente el libro), por lo que se valora más.
- No tiene dependencia de electricidad o de internet. No necesita de otros dispositivos (lector, ordenador, teléfono inteligente o tableta) para funcionar.

- Es importante el factor sensitivo con el libro. Sensaciones relacionadas con el tacto (la ergonomía, sentir el peso, el volumen y la textura, pasar las páginas, escribir en él o utilizar un marcapáginas) y con el olfato.
- Objeto simbólico-estético. Coleccionismo y posesión de los libros. Los libros como objeto decorativo. La exposición de lo que lees en un espacio público.
- Importancia de las relaciones sociales. El acto de hojear libros en una librería o biblioteca, hablar con el librero o con otra persona acerca de qué escoger. El libro como objeto de regalo. Préstamo, o regalo, de tu ejemplar a otra persona de manera sencilla. Socialización mediante libros (*bookcrossing*, por ejemplo).
- Desconexión de las pantallas. En un mundo en el que lo digital es un lugar común (y el lugar de trabajo de más personas cada día) y la gran parte de la población dispone de un teléfono inteligente y de ordenador, desconectar de las pantallas es un valor en alza.
- Resistencia al calor y al frío.
- Mayor durabilidad. No hay posibilidad de rotura por una caída, no tiene obsolescencia programada y si se humedece un libro se puede secar.
- Factor recuerdo-emocional. Personalización del libro según las experiencias, dedicatorias, manchas, asociación de un libro concreto a un momento concreto...

### **2.2.2. Debilidades del libro en papel.**

- Grandes necesidades de espacio físico para almacenarlos. Dificultad para limpiarlos con la subsiguiente acumulación de polvo.
- Peso importante en el momento del traslado del libro, tanto para su lectura fuera de casa como a la hora de mover todos tus libros.
- Peso excesivo para una lectura cómoda en el caso de volúmenes grandes.
- Precio bastante superior a los ebooks.
- Posible deterioro de las hojas, de las tapas o de la portada hasta el punto de que se puede perder información.
- Agotamiento de ediciones, puesto que estas se suelen estimar por adelantado.
- Menor accesibilidad. En caso de que un producto este agotado en la librería tardará varios días en reponerlo. En caso de envío a domicilio tardará varios días retrasando el momento de la lectura.
- Imposibilidad de leer en un entorno oscuro.
- Mayor probabilidad de que el contenido esté desactualizado.

- Desventajas ecológicas a causa de la producción de papel. Contaminación de productos tóxicos y tala de árboles. Huella ecológica importante por el transporte de ejemplares a los puntos de distribución así como en las devoluciones.

### 3. Dificultades en el despegue del libro electrónico.

#### 3.1. Incompatibilidades en las plataformas y los dispositivos.

Uno de los grandes problemas que ha afrontado la industria del libro electrónico es la disparidad de plataformas y dispositivos de las diferentes empresas. Como dice Manuel Gil en su obra *Manual de edición: Guía para estos tiempos revueltos (2016)*: «No todos los formatos pueden ser comercializados en determinadas tiendas, ni son universalmente admitidos por todos los dispositivos».

Las grandes empresas lanzaron numerosos dispositivos para competir entre ellas, desestimando la compatibilidad de los formatos. Un ejemplo de esta práctica es el formato de Microsoft (.lit), el Nook de Barnes & Noble, el lector de Amazon (*Kindle*), que solo admite los archivos en formato Mobipocket, pcr y azw), o los lectores de Sony, que, hasta pasarse al formato ePub, solo aceptaban los formatos LRF y BBeB.

Los problemas de incompatibilidades llegan incluso en una misma plataforma y dispositivos. Amazon desarrolló un nuevo formato, el azw3, como una versión mejorada del azw, que los dispositivos Kindles antiguos no tienen la posibilidad de abrir. Esto obliga al usuario a comprar un nuevo dispositivo o a prescindir de los nuevos títulos que vayan saliendo en este formato y que no hayan sido adecuados en los formatos antiguos de Amazon. Este problema también se presenta en el paso del formato ePub al formato ePub3, por lo que se aboga por la retrocompatibilidad de formatos y por una transición de formatos lenta pero progresiva.

Excepto Amazon (.mobi) y algunos intentos de Apple (formato ibooks), la tendencia general es la de la utilización del formato ePub, con soporte de Adobe Digital Editions para la implantación de DRM si se desea.

El formato ePub, desarrollado por el IDPF (*International Digital Publishing Forum*), es un formato libre creado en el año 2007 con la finalidad de convertirse en el estándar, abaratar los procesos productivos y acabar con los problemas de las incompatibilidades y con los intentos de monopolios. A pesar de su lenta implantación, en el año 2011 se presentó su siguiente versión, el formato ePub3, siendo adoptado como el estándar, en el año 2013, por la *Asociación Internacional de Editores (IPA)*. Este nuevo formato trae numerosas novedades aumentando las opciones de la edición de textos, la inclusión de alfabetos no latinos, la posibilidad de fijar elementos, el desarrollo de un soporte de audio y de video y la posibilidad de añadir el lenguaje de programación *Java Script*. Los mayores problemas para su adopción total como el estándar vienen de la competencia del formato de Amazon, mayor librería online del mundo y con numerosísimas unidades de su Kindle en el mercado.

La inversión que realizó Amazon con la compra de Mobipocket en el año 2005 para adquirir su formato mobi, y el desarrollo de este a lo largo de los años, hace que Amazon se niegue a adoptar el formato ePub. Esto es una forma de mantener a sus clientes «cautivos», por la imposibilidad de traspasar sus archivos mobi a otro dispositivo, a la vez que promueve prácticas monopolísticas y de *dumping* empresarial,

reduciendo los precios de sus productos, aunque pueda perder dinero en algún momento, para debilitar a la competencia.

## 3.2. Limitaciones del producto: DRM, precio, IVA.

### 3.2.1. El DRM.

Para asegurar la protección de sus archivos digitales, las diferentes industrias de contenidos (música, películas, libros...) implantaron tecnologías de control de acceso llamadas DRM (*Digital Rights Management*) para proteger los contenidos digitales con derechos de autor (*copyright*), al mismo tiempo que controlan la duplicación y la diseminación de su contenido. Esta tecnología permite detectar el acceso a las obras y la autorización o denegación de dicho acceso mediante un sistema de cifrado que combina hardware (el dispositivo lector) y software (el sistema de encriptación en sí mismo).

En el caso del mercado del libro electrónico, las principales empresas añadieron el DRM a sus productos para evitar la copia, impresión y préstamo de libros electrónicos. Cada empresa elige los modelos de restricción según su política e intereses. En general, las empresas que trabajan con ePub tienen su DRM asociado a Adobe y Amazon tiene un DRM propio.

Existen dos tipos principales de DRM. A continuación, se expone brevemente en que consiste cada uno:

- El DRM «duro» consiste en un cifrado que produce varias restricciones, entre ellas, limitaciones para el usuario como el uso del dispositivo de lectura, la necesidad de realizar registros y la imposibilidad de prestar el libro electrónico. El DRM de Adobe Digital Editions (que cobran por este servicio, encareciendo el producto final) entraría dentro de esta categoría, al igual que el DRM de Kindle Amazon o el DRM de Apple iBooks.
- El DRM «social o blando» no necesita activación por parte del consumidor y permite que los libros electrónicos puedan ser usados en diferentes dispositivos y ser prestados a otras personas. Este tipo de DRM no afecta a la experiencia de lectura como los «duros». Algunos ejemplos de DRM blando son la adhesión de una marca de agua (con datos del autor o propietario intelectual y del comprador), la huella digital (asociación de los datos del comprador con el libro para rastrear el archivo) y el sistema SIDIM (*Documentos Seguros Mediante Marcación Individual*), consistente en cambios de palabras y frases en el texto original de la obra para crear libros únicos rastreables.

El punto de vista de las editoriales y de las plataformas es que el DRM sirve para combatir la «piratería» al mismo tiempo que les aseguran unos ingresos imprescindibles. Sin embargo, el hecho de que los DRM puedan ser «craqueados» debería de ser suficiente para que estas empresas buscasen otras alternativas de protección de sus intereses sin interferir en la experiencia del lector.

Este tipo de protección de los archivos digitales puede resultar molesta para muchos usuarios, ya que estos pueden pensar que con la adquisición de un libro tienen ciertos derechos y estos se ven coartados por las tecnologías de protección de derechos de autor. Aparte de los problemas de incompatibilidad anteriormente mencionados,



existen otras barreras para los usuarios a causa de los sistemas de DRM, como tener problemas a la hora de querer leer una obra en diferentes dispositivos o el préstamo a otra persona, siendo un freno al desarrollo del mercado del libro electrónico. También puede haber problemas con el DRM relacionados con los lectores (dispositivos anticuados), con problemas de acceso desde las plataformas, con incompatibilidades tras actualizaciones o por el cierre de la plataforma que ha distribuido la obra. En el caso de las bibliotecas es polémico el uso de DRM «duros» por la imposibilidad de préstamo interbibliotecario que esta tecnología produce.

Me parece relevante esta cita del Blog «Universo Abierto» de la biblioteca de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca sobre el DRM en las bibliotecas universitarias en su artículo *«El largo y sinuoso camino hacia los libros electrónicos sin DRM en las bibliotecas universitarias»*:

«Un libro blanco publicado por Springer Nature en noviembre de 2017 (*The OA effect: How does open access affect the usage of scholarly books?*), reveló, entre otros hallazgos, que los libros de acceso abierto son descargados siete veces más que los libros en acceso restringido, y obtienen hasta un 50 por ciento más citas y diez veces más menciones en línea que los títulos de pago»<sup>1</sup>.

Aunque el subsector académico tenga muchas particularidades, estos datos demuestran que evitar tecnologías que restringen el uso, promueve la difusión y consumo del producto.

En el Blog «Universo Abierto» hay otro artículo interesante, *«Sony desarrolla un sistema DRM de gestión de derechos para contenido digital utilizando de base blockchain»*, en cuanto a sistemas novedosos de DRM.

«El nuevo sistema de gestión de derechos digitales (DRM) desarrollado por Sony Global Education permite autenticar, compartir y administrar los derechos de los recursos digitales a partir de la tecnología Blockchain, que además facilita procesar toda la información relacionada con los derechos de autor del producto. Blockchain o las cadenas de bloques crean redes donde los programas y la información son difíciles de destruir o falsificar, permitiendo la libre transferencia de datos y derechos. Estas características otorgan a la tecnología blockchain muchos usos potenciales en una amplia gama de servicios y sectores. Este nuevo sistema está especializado en la gestión de la información relacionada con los derechos de las obras digitales, con funciones que permiten demostrar la fecha y la hora en que se crearon los datos electrónicos, registrar cualquier información verificable de una manera difícil de falsificar, e identificar las obras previamente registradas, lo que permite a los participantes compartir y verificar cuándo se realizó una transacción de datos electrónicos y quién la creó. Además de la creación de datos electrónicos, este sistema verificará automáticamente la generación de derechos de la obra digital. Además, el sistema posibilita la gestión de los derechos de diversos tipos de contenido digital, incluidos libros electrónicos, contenidos educativos, música, películas y contenidos de Realidad Virtual»<sup>2</sup>

Por último, otra cita del mismo Blog, del artículo *«La UNESCO advierte al World Wide Web Consortium que los DRM son incompatibles con la libre expresión»*:

«Frank La Rue, de la Unesco, ha dirigido una carta abierta a Tim Berners-Lee, Director del World Wide Web Consortium, advirtiéndole de las graves consecuencias que para la libertad de expresión tienen los sistemas DRM de gestión de derechos de autor en el entorno digital. Y en concreto con el cambio sobre el cifrado de contenido “Encrypted Media Extensions” (EME), que es algo que sirve en gran medida los intereses de la industria de derechos de autor, pero también tiene importancia para la seguridad de la red y la

<sup>1</sup> <https://universoabierto.org/2018/04/30/el-largo-y-sinuoso-camino-hacia-los-libros-electronicos-sin-drm-en-las-bibliotecas-universitarias/>

<sup>2</sup> <https://universoabierto.org/2018/04/30/el-largo-y-sinuoso-camino-hacia-los-libros-electronicos-sin-drm-en-las-bibliotecas-universitarias/>

integridad del contenido. La Rue recuerda a Berners-Lee que “la Constitución de la UNESCO compromete a la Organización con la libre circulación de información e ideas”, también advierte sobre los temas de derecho a la privacidad y la necesidad de poder adaptar la tecnología a las personas con discapacidad, una actividad que entraña un grave riesgo, ya que a menudo implica pasar por alto el sistema DRM. En una contribución al debate sobre el cambio técnico propuesto, La Rue evaluó la cuestión desde el punto de vista de los valores de la UNESCO de la libre circulación de la información y del concepto de universalidad de Internet».

En definitiva, los sistemas DRM han funcionado para que las editoriales tuviesen menos miedo a la hora de entrar en el mercado de libros digitales, pero ha empeorado la experiencia del lector por las múltiples dificultades que suponen. Lo más adecuado sería buscar una alternativa más agradecida con el cliente (el lector) para evitar que las molestias ocasionadas por este sistema ahuyente a los clientes del presente y del futuro.

### 3.2.2. El precio.

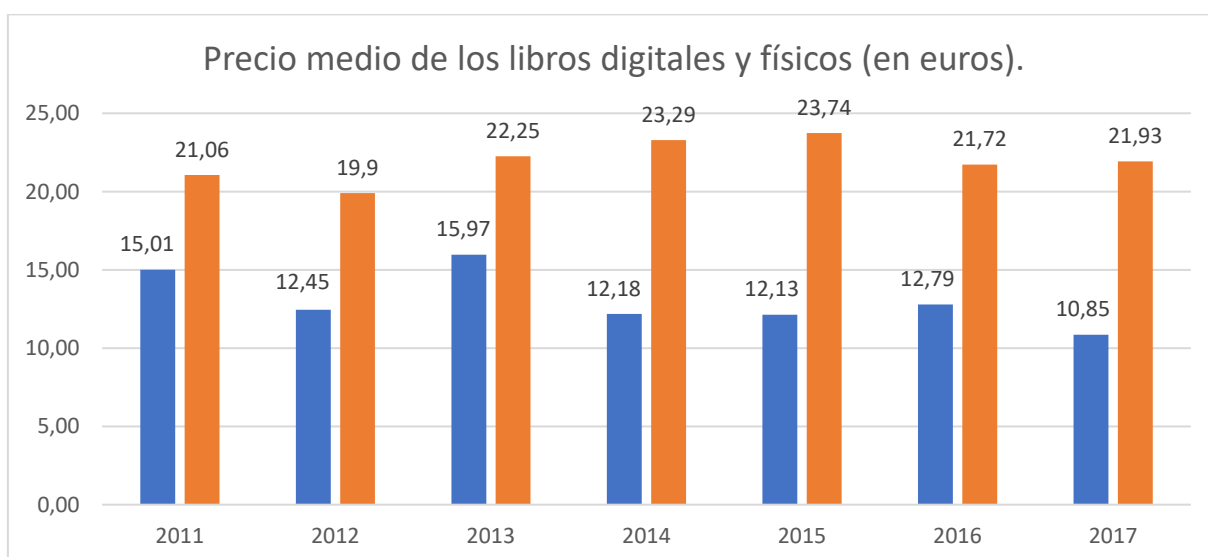


Fig. 9 Fuente. Panorámica de la edición digital. 2017.

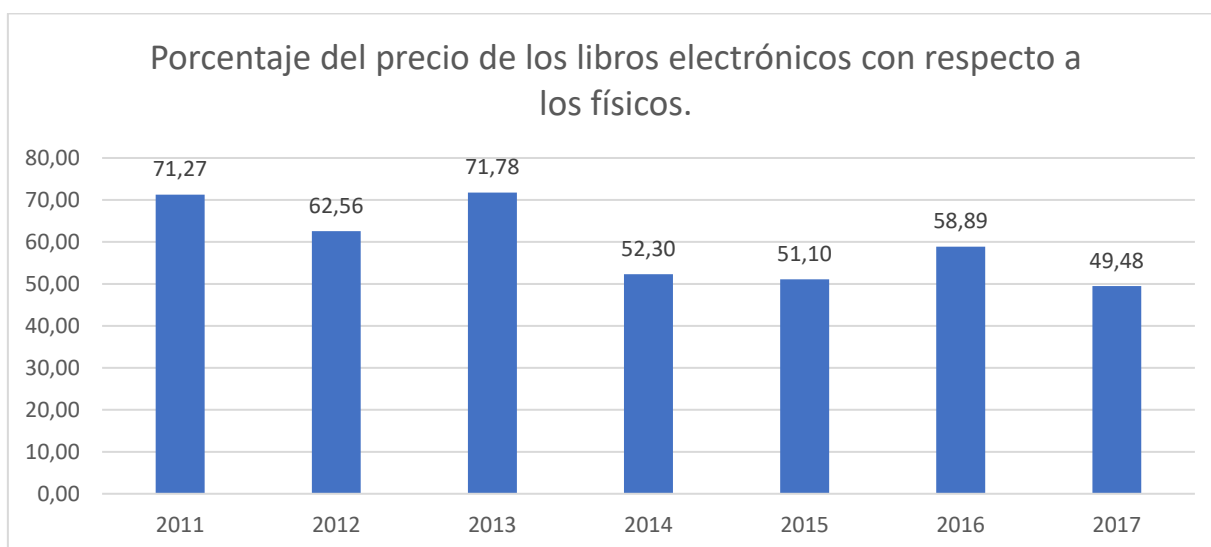


Fig. 10 Fuente. Panorámica de la edición digital. 2017.

Otro problema para el desarrollo del libro electrónico es su precio. Este puede ser un poco elevado teniendo en cuenta la reducción de gastos que supone su formato con respecto al libro físico. Algunos gastos importantes del libro físico son los de impresión, los de almacenamiento, los de transporte, los de distribución en establecimientos físicos y los relacionados con las devoluciones, siendo mucho más grandes en el mercado internacional por las mayores distancias. El formato digital ahorra estos costes desde un principio.

Para el lector, puede parecer que los precios de los libros digitales son muy altos, en especial por la no posesión absoluta del libro electrónico dado su carácter de bien intangible y por las protecciones DRM. Si el precio del libro digital es similar al del libro impreso puede causar un rechazo a la versión digital, optando por la versión física. Este tipo de actitudes puede provocar que el posible cliente acabe «pirateando» el libro.

Por otra parte, los libros electrónicos tienen unos gastos diferentes a los de sus homólogos tradicionales. Requieren, en general, de más servicios de promoción (en especial a través de internet) y de los servicios de edición electrónica, tales como hacer y diseñar el libro en formato electrónico. Hay que tener en cuenta las condiciones de la plataforma que distribuye y vende el libro, aparte de que el IVA para este producto es del 21%. También hay gastos que comparten con el libro físico, tales como los derechos de autor, las traducciones, las diferentes correcciones, el diseño de cubierta, las composiciones, las fotografías y la labor integral del editor. A pesar de estos gastos, las posibilidades de tratar a este modelo de negocio como uno de volumen y transnacional son muy grandes al permitir sacar provecho de las facilidades que brinda un mercado potencial de 500 millones de hispanohablantes en todo el mundo.

Para dar confianza al consumidor, hay que ser lo más transparente posible con los gastos que supone cada tipo de edición y evitar las malas prácticas, como subir el precio a los ebooks para vender más libros impresos, pensando que las ventas de un formato te van a reducir las del otro.

Otro tipo famoso de malas prácticas es la «lucha» que tuvieron las «BIG 5» y Apple contra Amazon en los años 2012-2013. El problema empezó cuando Amazon decidió poner en marcha una agresiva política de precios fijando el precio de los libros electrónicos en 9,99 (lo que puede ser considerado *dumping*). Su competencia (las cinco grandes editoriales y Apple) respondieron subiendo los precios de los libros hasta 15 dólares, realizando una práctica de cártel que va en contra del libre mercado. El resultado de esta «guerra» fue un aumento del precio para los clientes, una reducción de ventas para las editoriales, una derrota judicial de «las cinco grandes editoriales» y Apple, y el crecimiento de la desconfianza de los consumidores (algo importantísimo en un mercado joven como es la venta de libros digitales).

En conclusión, el precio más adecuado para un libro digital será un equilibrio entre las ganancias que se busquen, lo que el cliente esté dispuesto a pagar y los precios medios del segmento del mercado al que se quiera acceder, teniendo los precios que adaptarse dependiendo del contenido y de los diferentes modos de lectura.

### **3.2.3. El IVA.**

El IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido) es otra causa que ha impedido que el libro electrónico haya crecido más. El IVA para los libros electrónicos en España es, hasta este momento, del 21% mientras que el IVA que grava a los libros en formato físico es

del 4%. Esto se debe a que cuando se realizó la Directiva Europea del IVA en 2006 se excluyó de los tipos reducidos a los negocios digitales, considerándolos más un servicio que un bien material.

A partir del año 2016, las diferentes instituciones europeas pusieron en marcha las gestiones necesarias para cambiar la legislación sobre las publicaciones digitales. Sin embargo, a causa de la necesidad de unanimidad en las votaciones, se ha retrasado su aprobación hasta el reciente año 2018.

Finalmente, la UE aprobó el año pasado (2018) que se empezase a aplicar el IVA reducido para los libros electrónicos, sin embargo, cada país tiene que aprobar dicha ley. En España, la primera iniciativa para reducir este IVA la promueve Luis de Guindos, ministro de economía del partido popular en el año 2016, pero no sale adelante por el veto de Chequia en la normativa general europea. Recientemente el gobierno de Pedro Sánchez (2018) incluyó la bajada del IVA de los libros electrónicos al 4% en el Proyecto de los Presupuestos Generales del Estado, pero, tras la fallida votación de dichos presupuestos, queda en el aire hasta la formación de un nuevo gobierno. En mayo de 2019, cuando estas líneas están siendo escritas, se ve como inminente la bajada del IVA de las publicaciones digitales hasta el 4% pero habrá que esperar a la aprobación de los Presupuestos Generales del Estado para que entre en vigor y puedan verse sus consecuencias.

### 3.3. El punto de vista del editor.

El sector editorial es un gremio muy heterogéneo, que tiene diferentes puntos de vista acerca de los problemas relacionados con el desarrollo del mercado editorial en general, y del desarrollo del mercado de libros digitales en particular. Las editoriales suelen buscar las causas del escaso crecimiento del sector del libro digital en los bajos índices de lectura de la sociedad española (4 de cada 10 españoles no lee o apenas lee, según el Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de libros en 2017<sup>3</sup>), en la escasa demanda de este producto (la facturación digital fue de un 5% de la facturación total), en la «piratería», que impide el desarrollo de modelos de negocio asociados al libro electrónico (8 de cada 10 libros leídos en formato digital son de origen «pirata», según el Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de libros en 2017), en la poca receptividad de los contenidos digitales de pago que hay en España<sup>4</sup>, en el diferente tipo de IVA que grava a los libros electrónicos (21%) frente a sus homólogos impresos (4%) y en el «tibio» apoyo del estado para con su industria.

Para resumirlo, me parece adecuada la siguiente cita de Daniel Fernández, presidente de la FGEE:

«La incertidumbre del mercado del libro de texto, la escasez de inversiones y apoyos a la industria del libro por parte del Ministerio, y la Piratería son, a juicio de los editores, las principales causas de esta paralización»<sup>5</sup>.

Sin embargo, hay optimismo en el desarrollo de modelos de negocio digitales en paralelo a la reducción de prácticas «extramercado» o «piratas»:

---

<sup>3</sup> <http://federacioneditores.org/img/documentos/HabitosLecturaCompraLibros2017.pdf>

<sup>4</sup> <https://www.nuevatribuna.es/articulo/cultura---ocio/punto-venta-editorial-digital-mezcla-alta-divulgacion-narrativa/20141204141711109994.html>

<sup>5</sup> Extraído de WMagazín. Peces, Teresa; *La venta de libros en España se estanca y crece en el exterior* [a día 12 de Junio de 2019]. <http://wmagazin.com/la-venta-de-libros-en-espana-se-estanca-en-el-pais-y-crece-en-el-exterior/>

«A medida que se vaya consiguiendo frenar la piratería, los titulares de derechos del sector editorial deben aprovechar el momento para lanzar nuevos modelos de negocio a precios competitivos que sirvan para abastecer de manera razonable el mercado en línea de contenidos y para atraer a los usuarios de equipos de lectura electrónica, haciendo poco atractiva la búsqueda de nuevas alternativas de contenidos “piratas”» (Carbajo, 2012)<sup>6</sup>.

Por otra parte, algunas editoriales creen que el escaso desarrollo del mercado de libros digitales es causado por otras razones. Amazon cree que un problema importante es el precio de estos productos y, en general, aboga por «bajar aún más los precios para incentivar la lectura»<sup>7</sup>, lo que puede ser considerado «dumping empresarial». Gran parte de los editores son escépticos con esta medida como comenta el editor Enrique Redel en una entrevista para el portal web Xataka: «No creo que el éxito de algo como la lectura (en papel o en digital) esté en el precio ni en las promociones ni mucho menos en regalarlo»<sup>8</sup>.

Otra causa importante que ha retrasado el desarrollo de los libros electrónicos, para algunos editores, es el poco aprovechamiento de los recursos propiamente digitales de los ePubs. Como argumenta Jaume Balmes en una entrevista<sup>9</sup> para Xataka:

*«lo que se vende es algo parecido a imprimir un Word en una fotocopiadora, graparlo y mandarlo a la librería. Eso no es un libro, no es un libro electrónico, es un ePub que contiene el mismo texto (se supone, aunque no siempre eso se comprueba) que un libro impreso, pero dista mucho de ser un libro electrónico. [...] este libro debe ser accesible e indexable, y para esto el mercado semántico de su contenido es imprescindible».*

Sin embargo, la baja calidad de los libros digitales no es un problema para las nuevas editoriales que ya se han formado con el espíritu de desarrollar el mercado digital:

«Asimismo, durante los últimos años también han venido apareciendo en los países iberoamericanos un gran número de editoriales que se conciben como *primero digitales o solamente digitales*. Estas editoriales, que podríamos llamar *nativas digitales*, se caracterizan por tener estructuras, dinámicas de funcionamiento, flujos de trabajo, productos y modelos de distribución, comunicación, promoción y comercialización ciento por ciento digitales: su existencia sólo puede concebirse en un entorno conectado en red.»<sup>10</sup>

Otras editoriales, especialmente las de corte académico y científico, creen que los sistemas de protección DRM son un freno al desarrollo de este mercado:

«Algunos editores comerciales han estado adoptando el concepto de libros electrónicos libres de DRM, incluyendo editores de tecnología como O'Reilly<sup>11</sup> y Microsoft y editores de ficción de género como Carina Press, y Tor.com»<sup>12</sup>.

Con la expansión del movimiento de Acceso Abierto en estos subsectores (investigación y divulgación), es esperable un aumento de los contenidos sin DRM en todos los canales, aunque el tipo de contenido marcará sus ritmos. Esta iniciativa es especialmente importante en un momento en el que los sitios «piratas» se llevan un

---

<sup>6</sup> CORDÓN, José Antonio García; CARRBAJO, Fernando; GÓMEZ, Raquel; ALONSO, Julio (eds.). *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento*. Madrid: Pirámide, 2012. Capítulo 23.

<sup>7</sup> <http://www.aviondepapel.tv/2012/04/amazon-presiona-a-las-editoriales-para-que-abaraten-aun-mas-los-e-books-24042012/>

<sup>8</sup> <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/las-editoriales-en-espana-y-su-amor-odio-por-el-libro-electronico>

<sup>9</sup> <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/las-editoriales-en-espana-y-su-amor-odio-por-el-libro-electronico>

<sup>10</sup> Gil, Manuel; Gómez, Martín: «Manual de edición: Guía para estos tiempos revueltos», CERLALC, 2016.

<sup>11</sup> A partir de 2018, O'Reilly dejó de vender libros sin DRM desde su plataforma. Sus libros están disponibles a través de la plataforma de libro electrónicos Safari. [https://www.defectivebydesign.org/blog/future\\_oreilly\\_and\\_drm](https://www.defectivebydesign.org/blog/future_oreilly_and_drm)

<sup>12</sup> <https://universoabierto.org/2018/04/30/el-largo-y-sinuoso-camino-hacia-los-libros-electronicos-sin-drm-en-las-bibliotecas-universitarias/>

porcentaje importante del flujo de usuarios y potenciales consumidores. Un ejemplo relevante de sitio «pirata» es Sci-Hub:

«El autoproclamado “primer sitio web “pirata” del mundo”, Sci-Hub proporciona acceso masivo y público a decenas de millones de artículos de investigación»<sup>13</sup>. «Según el científico Daniel Himmelstein (Universidad de Pensilvania) y sus colegas, que recientemente investigaron el impacto de Sci-Hub, el sitio “pirata” actualmente proporciona acceso a más de dos tercios de todos los artículos científicos del mundo. Cuando se le preguntó qué podían hacer las editoriales para evitar que se añadieran nuevos artículos a Sci-Hub, Himmelstein dijo: “Hay cosas que se podrían hacer, pero pueden salir muy mal. La cuestión es que cuanto más protectores sean los editores, más difícil será su acceso legítimo, y eso podría llevar a la gente a usar aún más Sci-Hub”»<sup>14</sup>.

En cuanto al panorama nacional de publicación de toda clase de libros sin DRM, en España hay diversas editoriales que ya están realizando esta práctica. Algunas de ellas son *Sinerrata*, *Herder Editorial*, *Libros.com*, *Arpa Editores*, *Roca Editorial*, *Gigamesh*, *Ediciones B* y *Dosdoce.com Ediciones*<sup>15</sup>.

Por otra parte, hay nuevas plataformas que nacen con el objetivo de promover el desarrollo del mercado digital de libros, mediante la oferta de libros a «precio justo» y sin DRM. Lektu<sup>16</sup> es un ejemplo de estas prácticas, ya que, a pesar de tener un catálogo un poco reducido (se especializa en literatura de género), ha puesto en marcha diferentes modelos de comercialización<sup>17</sup> con el objetivo de que los usuarios tengan diferentes opciones (precios ajustados, pago social, paga lo que quieras, paga si te gusta...) para leer libros electrónicos sin acudir a «prácticas extramercado». Al mismo tiempo tratan de crear una relación de confianza y comprensión entre la plataforma y los clientes como explican varios socios:

«Ya está bien de criminalizar al lector. Queremos que se deje de amenazar con que todo va a ser pirateado. Los lectores no somos ladrones, no somos el enemigo de las editoriales y por eso no merecemos que nos traten como tal».<sup>18</sup>

«No es verdad que el lector no quiera pagar por lo que lee, lo que pasa es que se le ponen muchas trabas, la principal: el DRM, que no existirá en nuestras ediciones ni en las de las editoriales que quieran sumarse al proyecto. ¿Cómo se combatirá la “piratería”? La idea es acabar con la excusa del «es más fácil descargar que comprar».<sup>19</sup>

«No incurrimos en costes innecesarios y modelos caducos. No criminalizamos a los usuarios. Damos libertad y control a los usuarios sobre el contenido que han adquirido. Reconocemos el hecho de que si alguien quiere conseguir contenido sin pagar, lo encontrará. No ponemos vallas al campo. Sabemos que hay mucha gente que cree justo pagar un precio razonable por el contenido cultural, y ser el dueño del mismo»<sup>20</sup>.

En definitiva, el sector editorial es un gremio diverso que, dependiendo de los intereses individuales y del subsector, primará la importancia de unos factores sobre otros en sus explicaciones.

---

<sup>13</sup> <https://universoabierto.org/2018/04/30/el-largo-y-sinuoso-camino-hacia-los-libros-electronicos-sin-drm-en-las-bibliotecas-universitarias/>

<sup>14</sup> <https://universoabierto.org/2018/04/30/el-largo-y-sinuoso-camino-hacia-los-libros-electronicos-sin-drm-en-las-bibliotecas-universitarias/>

<sup>15</sup> <http://www.dosdoce.com/2016/05/03/21623/>

<sup>16</sup> <http://www.dosdoce.com/2014/05/22/lektu-nueva-plataforma-de-ebooks-sin-drm/>

<sup>17</sup> <https://www.dosdoce.com/2016/09/08/los-8-modelos-comercializacion-lektu/>

<sup>18</sup> <http://www.fantifica.com/fandom/articulos/gigamesh-estrena-local-lanza-una-nueva-plataforma-digital>

<sup>19</sup> <http://www.fantifica.com/fandom/articulos/gigamesh-estrena-local-lanza-una-nueva-plataforma-digital>

<sup>20</sup> <https://lossietereinos.com/gigamesh-lanza-cancion-de-hielo-y-fuego-en-formato-e-book/>

### 3.4. El punto de vista del autor.

El cambio de modelo que ha supuesto la edición digital ha conllevado mayores facilidades para publicar, al mismo tiempo que ha permitido la comunicación directa autor-lector por diferentes canales (plataformas, blogs...). También ha cambiado la relación de los autores con el resto de agentes del sector editorial, ya que ahora pueden hacerse cargo de los procesos relacionados con la publicación de un libro, teniendo mayores facilidades para manejar y modificar su obra, a pesar de las dificultades consistentes en llevar estas tareas de manera profesional. El autor tiene una mayor flexibilidad en relación a su trabajo, pudiendo disponer de servicios editoriales si lo desea (y puede costearlo) o autopublicarse si sus obras no pasan el «filtro» editorial o si prefiere publicar su obra en otras condiciones. Por otra parte, los porcentajes sobre los beneficios aumentan para los autores en los nuevos modelos relacionados con la edición digital, moviéndose entre el 20% y el 65% de los beneficios netos si se trabaja con una plataforma de autopublicación<sup>21</sup> y siendo sobre un 25% de los beneficios netos si se trabaja con una editorial «estándar». Sin embargo, el porcentaje de esta última modalidad sufre muchas veces reducciones, con descuentos poco transparentes referidos a la comercialización y a la promoción, pudiendo quedar en un porcentaje similar a un 10% del PVP, retribución habitual en el modelo tradicional de edición impresa.

«Autor» es un término que engloba realidades muy diferentes, desde el que está adscrito a una editorial hasta el que se autoedita, y desde el amateur hasta el «bestseller». A pesar de ser un grupo tan heterogéneo, hay puntos en común a la hora de buscar las causas que expliquen las dificultades que tiene el libro electrónico. Poco desarrollo del mercado, pocos cambios en el modelo de negocio de las editoriales, precios altos, protecciones drm, escasa visibilidad de las obras en un mercado saturado, la poca legislación que hay en el panorama digital y la «piratería» son las razones principales que dan los autores.

Algunos autores argumentan que las editoriales no están haciendo todo lo que podrían para ayudar a desarrollar el mercado de libros digitales.

Un ejemplo es Gabri Ródenas, hablando de España:

*«El mercado del libro digital (al menos en España) no termina de arrancar y las editoriales no se plantean llevar a cabo una inversión mayor. Tal vez veamos cambios sustanciales en el futuro, pero no todavía»<sup>22</sup>.*

J. A. Konrath, respondiendo a la editorial Hachette Book Group lo que tenía que hacer, después de que esta recomendase a sus autores no autopublicarse:

*«Ofreciendo mayores regalías a los autores. Publicando los títulos con mayor rapidez. Pueden pasar 18 meses entre que un libro se entrega y sale al mercado. Yo mismo puedo hacerlo en una semana. Utilizando métodos de contabilidad actualizados que puedan ser controlados por el autor, y pagando las regalías mensualmente. Bajando los precios de los libros digitales. Deteniendo la lucha en vano contra la “piratería”. Haciendo un marketing eficaz. Los anuncios y publicación del catálogo no son suficientes. Tampoco lo es que el sello editorial tenga una cuenta en Twitter»<sup>23</sup>.*

Rut Nieves, hablando de los problemas en los pagos y la falta de transparencia de las editoriales tradicionales:

---

<sup>21</sup> <https://magnet.xataka.com/preguntas-no-tan-frecuentes/cuanto-cuesta-realmente-publicar-un-libro>

<sup>22</sup> <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/el-libro-electronico-paraiso-o-infierno-para-los-escritores>

<sup>23</sup> <https://milcosasquenotedije.blogspot.com/2012/03/otra-estafa-editorial.html>

«Amazon te paga mes a mes y cada día puedo ver lo que estoy vendiendo. Las editoriales están cambiando sus condiciones para adaptarse al nuevo mercado porque la editorial tradicional con las condiciones antiguas tendrá problemas»<sup>24</sup>.

Juan Gómez-Jurado, sobre el mercado editorial español:

«El mayor problema que existe en el mercado en español es la ausencia de flexibilidad, de ganas de crecer y de adaptarse. En una palabra, y tal como Amador Fdez-Savater percibió en su cena con la ministra, sobreabundancia de miedo. Miedo a perder el status quo, la cadena alimenticia ante un cambio de paradigma. Y sin embargo tenemos ejemplos a nuestro alrededor de que si damos un paso adelante ocurrirá justo lo contrario»<sup>25</sup>.

A pesar de las críticas, que lo que buscan es una mejoría del mercado del libro electrónico, los autores siguen valorando el papel de las editoriales, considerándolas fundamentales.

Bruno Nieves sobre el valor de las editoriales:

*«Son necesarias porque no se limitan solo a imprimir libros. Realizan una labor fundamental que es el filtro para seleccionar las obras, corregirlas, arreglarla, realizar las portadas, los textos de cubierta y el marketing, entre otras muchas acciones. Un buen escritor puede triunfar sin una editorial, pero un buen escritor respaldado por una buena editorial tiene muchas más posibilidades de conseguirlo. Creo que las editoriales tienen mucha más razón de ser que nunca: no solo tienen que realizar esa labor, sino que han de hacerla más rápido y a la vez que escuchan a sus lectores»<sup>26</sup>.*

Antonia de Jesús Corrales Fernández sobre la captación de autores autopublicados por parte de las editoriales:

*«A quién más le está afectando la publicación independiente de forma directa es a las agencias literarias. Los escritores independientes ahora se lanzan a la publicación para que sea el lector quien les valore y las editoriales ya llevan unos dos años fichando a autores independientes que han alcanzado los primeros puestos en los rankings de ventas de las plataformas digitales»<sup>27</sup>.*

El precio y las tecnologías DRM, por otra parte, son comunes en el discurso de los autores sobre los problemas del desarrollo del mercado del libro electrónico.

Bruno Nieves sobre los precios de los ebooks, las tecnologías DRM y la «piratería»:

*«El hecho de que los costes en digital sean más bajos y que se pueda piratear con facilidad (algo poco justificable) ha abierto unos debates complejos sobre el precio de los libros y las formas de distribución. En mi opinión creo que solo hacen falta dos compromisos bastante sencillos en su filosofía, pero complejos de alcanzar: por un lado, las editoriales deben poner precios asequibles y eliminar las protecciones digitales como el DRM. Por otro lado, los lectores han de pagar por los libros, nada justifica piratear una obra. Sé que existe un punto de acuerdo que tenemos que alcanzar entre todos para que haya futuro para el libro en España. Y ojo, que no digo libro digital. Digo el libro, a secas. Porque a nadie, autores, editoriales o lectores, les interesa que muera»<sup>28</sup>.*

Antonia de Jesús Corrales Fernández hablando sobre la necesidad de bajar el precio de los libros electrónicos y el IVA aplicado a estos, al mismo tiempo que se sube la remuneración de los autores:

<sup>24</sup> [https://www.elconfidencial.com/cultura/2017-03-04/rut-nieves-creo-en-ti-lain-garcia-calvo-autoedicion-casa-del-libro\\_1342027/](https://www.elconfidencial.com/cultura/2017-03-04/rut-nieves-creo-en-ti-lain-garcia-calvo-autoedicion-casa-del-libro_1342027/)

<sup>25</sup> <https://hipertextual.com/2011/01/la-pirateria-no-existe>

<sup>26</sup> <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/el-libro-electronico-paraiso-o-infierno-para-los-escritores>

<sup>27</sup> <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/el-libro-electronico-paraiso-o-infierno-para-los-escritores>

<sup>28</sup> <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/el-libro-electronico-paraiso-o-infierno-para-los-escritores>



*«A menor coste de edición y distribución, menos riesgo, mayor vida de la publicación, el precio de venta al público debería ser menor y mayor porcentaje para el escritor. Eso sería lo justo. En la edición en papel el porcentaje es muy bajo por libro, no suele exceder en un 10% para el autor. En el formato electrónico hay excepciones. Mi punto de vista es que un 10% en formato electrónico como derecho de autor es nada, sobre todo en ebooks que tienen un precio bajo. También quería puntualizar que el gravamen del 21 % que se le ha aplicado de impuestos al formato electrónico me parece un atentado contra esta forma de edición. Una auténtica puñalada trapera al lector, el editor y el escritor»<sup>29</sup>.*

Cory Doctorow sobre la problemática del DRM:

«Por lo general no son conscientes del DRM, pero algunos grupos de usuarios (por ejemplo, los jugadores de videojuegos, y también los ávidos lectores de libros electrónicos) son muy conscientes del DRM, y no les gusta. No hay mercado para el DRM. Nadie se despierta por la mañana y dice: "¡Ojalá hubiera una manera de hacer menos cosas con mis libros! ¡Espero que pueda encontrar un libro que esté bloqueado para comprarme hoy!" El etiquetado no es suficiente, y tampoco lo es la educación, pero no podemos hacer progresos sin ambos»<sup>30</sup>.

Ana Carolina Bittar sobre la problemática relacionada con las protecciones DRM:

«La implantación de las nuevas tecnologías puede en ocasiones alterar el equilibrio entre los intereses públicos y privados. Está claro que internet ha facilitado la difusión de obras artísticas de una forma rápida, pero en respuesta a esto la industria ha creado sistemas como el DRM alegando una forma de luchar contra la "piratería". El DRM permite a los propietarios de los derechos de autor conocer y controlar el uso que hacen los usuarios de los materiales. Aunque en un principio su creación fue para evitar la "piratería", su práctica impacta de forma negativa en otros intereses como por la privacidad o el uso justo del contenido. Su impacto se puede ver claramente en el mercado de los libros electrónicos donde por ejemplo cada librería utiliza un sistema diferente de DRM que le hace compatible con un número limitado de plataformas de lectura, por lo que los consumidores se enfrentan al problema de la interoperabilidad. (...) los consumidores acaban encerrados en un ecosistema que permite a los libreros actuar como guardianes del mercado del libro electrónico. Esta situación socava el potencial del ebook para difundir el conocimiento, promover la alfabetización y ampliar el alcance de la literatura»<sup>31</sup>.

La «piratería» también es otra causa importante para los autores.

Daniel Cassany, sobre la necesidad de concienciar a los ciudadanos acerca de las prácticas «piratas», aunque no cree que sea la única ni la más importante de las causas de los problemas editoriales:

«Seguramente necesitamos más educación y conciencia, como sugiere el caso del "pirata" arrepentido. El problema no es solo quién escanea un texto y lo cuelga en la red, sino también quienes se lo bajan alegremente. Hay mucha hipocresía al callar y aceptar tácitamente el discurso legal oficial, mientras por la noche en casa y en silencio descargamos todo lo que podemos. Es aquello de nadie lo dice, pero todos lo hacen»<sup>32</sup>. «En resumen, lucho contra la "piratería", pero soy escéptico respecto al futuro. La crisis editorial tiene raíces mucho más profundas y complejas. Es un cambio de ciclo.»<sup>33</sup>

Juan Gómez-Jurado sobre los problemas de la lucha contra la «piratería» actual y la criminalización del lector:

«Estoy profundamente desencantado con la manera en la que la industria cultural intenta luchar contra la "piratería". Intento demostrar que a un precio razonable la gente comprará tus libros, sin importar que se pueden conseguir por otros medios. Si no insultamos a nuestro público, si no les

<sup>29</sup> <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/el-libro-electronico-paraiso-o-infierno-para-los-escritores>

<sup>30</sup> <http://blog.lektu.com/2017/01/cory-doctorow-o-como-hacer-desaparecer.html>

<sup>31</sup> [http://www.lecturalab.org/story/Cory-Doctorow-arremete-de-nuevo-contr-el-DRM\\_6018](http://www.lecturalab.org/story/Cory-Doctorow-arremete-de-nuevo-contr-el-DRM_6018)

<sup>32</sup> [https://elpais.com/elpais/2013/04/04/opinion/1365076737\\_749901.html](https://elpais.com/elpais/2013/04/04/opinion/1365076737_749901.html)

<sup>33</sup> [https://elpais.com/elpais/2013/04/04/opinion/1365076737\\_749901.html](https://elpais.com/elpais/2013/04/04/opinion/1365076737_749901.html)

llamamos ladrones e intentamos poner puertas al campo, si empleamos buenas prácticas... todo eso volverá a nosotros.»

La falta de visibilidad de los autores digitales en un mercado saturado de títulos es otro problema que detectan los autores. Gabri Ródenas sobre esta cuestión: «*Vivimos en una época en la que un autor debe hacer "ruido" si no quiere pasar desapercibido*»<sup>34</sup>.

*Eduardo Archanco sobre la poca visibilidad de los autores autopublicados: «Ahora, con la autopublicación, el problema es destacar en la marea de libros disponibles»*<sup>35</sup>.

Otra causa argumentada es el poco desarrollo del libro digital como formato propio, como resume brevemente Gabri Ródenas: «*no son más que un PDF colgado en la Red*»<sup>36</sup>.

En resumen, los autores, a la hora de hablar de los problemas que han impedido un mayor desarrollo del sector del libro digital, argumentan más o menos las mismas causas que las editoriales, aunque en general culpan más a las editoriales, por no haber ayudado a desarrollar este mercado y menos a los lectores.

## 4. Las expectativas del lector.

«El mercado legal del libro electrónico no se ha desarrollado aún de manera conveniente y suficiente para satisfacer la potencial demanda de los usuarios, que reclaman un mercado abastecido (sobre todo de novedades), facilidades de acceso y adquisición, seguridad jurídica en los pagos y, sobre todo, precios mucho más reducidos» (Carbajo, 2012)<sup>37</sup>.

### 4.1. Libre disposición del contenido.

La emergencia del contexto digital y la desmaterialización del contenido en código binario, han cambiado la forma en que la gente accede al contenido, eliminando las barreras asociadas al transporte de mercancías físicas.

Sin embargo, la implantación de tecnologías DRM (del tipo «duro») ha limitado la libre disposición del contenido. Estas protecciones, implantadas para controlar el acceso al contenido y evitar la copia y la «piratería» de las obras sujetas a derechos, impiden que el usuario tenga una total disposición de los contenidos, haciendo que el editor o el distribuidor controlen la forma en que sus contenidos son usados.

Estos sistemas de protección no han conseguido totalmente su objetivo por la posibilidad de «crackeo» de estas protecciones por parte de usuarios con conocimientos informáticos. Desde el momento en el que estas tecnologías pueden ser «rotas», pierden su sentido de existencia, quedando únicamente como un inconveniente para los usuarios que no saben deshacerse de ellas, reduciendo la usabilidad de su archivo (impidiendo la lectura en diferentes dispositivos de lectura, el préstamo o la realización de una copia privada), con lo que, a pesar de haber comprado de forma legal un contenido, no se puede aprovechar realmente.

---

<sup>34</sup> <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/el-libro-electronico-paraiso-o-infierno-para-los-escritores>

<sup>35</sup> <https://magnet.xataka.com/preguntas-no-tan-frecuentes/cuanto-cuesta-realmente-publicar-un-libro>

<sup>36</sup> <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/el-libro-electronico-paraiso-o-infierno-para-los-escritores>

<sup>37</sup> CORDÓN, José Antonio García; CARRBAJO, Fernando; GÓMEZ, Raquel; ALONSO, Julio (eds.). *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento*. Madrid: Pirámide, 2012. Capítulo 23.

Aparte de limitar los usos, estos DRM dificultan la adquisición de los productos al tener que hacer validaciones adicionales, como es el caso del uso del DRM de Adobe, que obliga a descargar el Adobe Digital Editions, registrarse y validar el registro. Por otra parte, el uso del DRM de Adobe encarece el precio del producto para el consumidor final al tener las editoriales que pagar por usarlo.

El uso de DRM «sociales» o «blandos» no necesita activación por parte del consumidor, por lo que no dificultan la adquisición de los productos y no interfieren en la experiencia de lectura, permitiendo leer el contenido en diferentes dispositivos, reenviarlo, copiarlo y prestarlo.

Todos estos inconvenientes han retrasado el desarrollo de un mercado maduro en el sector de los libros digitales en España, al mismo tiempo que han promovido la descarga, por parte de los lectores, de archivos «libres» en el mercado «pirata».

Sería preferible la no utilización de tecnologías DRM, o la utilización de DRM «sociales» o «blandos», para que los lectores puedan disponer del contenido libremente y promover el desarrollo del mercado de libros digitales.

## 4.2. Precio justo.

En general, las editoriales pensarán que el precio justo es el más alto posible y los lectores pensarán que el precio justo es el más bajo posible. Llegar a un punto de encuentro se hace necesario para el desarrollo del mercado de libros digitales. Ese punto de encuentro solo será posible si las inversiones necesarias para poner en marcha el proyecto consiguen unos resultados aceptables, superando los costes de producción y generando beneficios, al mismo tiempo que su precio es abordable por el cliente. Para ello, será menester que se establezca, explícita o implícitamente, unos costes y unos beneficios normalizados.

La percepción de los lectores es que las editoriales han tenido los precios de los libros en versión digital demasiado altos, con un precio similar al de los libros impresos, lo que, unido al carácter intangible de los ebooks y a las limitaciones producidas por los DRM «duros», ha reducido las ventas de este formato y ha aumentado la «piratería».

La reducción de los costes inherentes a la producción, en comparación con el modelo de negocio impreso (distribución, impresión y almacenaje), justifica la petición de unos precios más bajos. Sin embargo, a pesar de que hay muchas fases de la producción que son iguales para la edición impresa y la digital (derechos, traducción, corrección, edición...) hay que tener en cuenta que la edición digital requiere de otras tareas (conversión a un formato electrónico, promoción vía web...) y que la puesta en marcha de una estructura tecnológica (creación de portales web, plataformas de pago, plataformas de descarga...) desde cero requiere de importantes inversiones.

El desarrollo de los modelos de negocio digitales y la adaptación de las editoriales al nuevo contexto digital (o la creación de nuevas), ayudarán a «ajustar» el precio, aproximando las ambiciones de editores y de lectores.

Para Juan Gómez-Jurado, autor que inicialmente conservó sus derechos digitales y pudo hacer una agresiva política de precios (sobre a 1,50€), y ahora los vende en torno a 5€, lo más importante es llegar a un punto de encuentro adecuado en el precio:

«A esto hay asociado un factor precio, muy importante. Conscientes de que en la era digital la competencia es mucho más dura, los norteamericanos han buscado a la perfección el “sweet

*spot*», ese lugar donde interseccionan las ganas del consumidor de poseer algo rápido cuanto antes sin molestarse en buscarlo por Internet y obtenerlo con mala calidad, y la resistencia a soltar la pasta. En otras palabras, un precio justo»<sup>38</sup>.

Por otra parte, cree que el precio varía dependiendo del contenido:

«El precio idóneo de un libro electrónico es el que los lectores estén dispuestos a pagar. Una cosa es un gran lanzamiento editorial, con el que se ha hecho un gran esfuerzo, como mi novela, *La leyenda del ladrón*, donde sabes que el libro tiene que llevar unos caminos que hay que respetar, aunque haya que mejorarlos; y otro muy distinto son los precios de e-books autopublicados»<sup>39</sup>.

Y acaba con un alegato en favor de los modelos de negocio alternativos:

«Ejecutivos de la industria, estudiad los modelos que funcionan. No infravaloréis a vuestro público. No deis cosas por supuestas. La España de pandereta ya no existe. Vuestra nueva audiencia es el ciudadano digital. Buscad economías de escala, mejor vender cien mil copias a un euro que mil copias a diez»<sup>40</sup>.

En definitiva, la puesta en marcha de nuevos modelos de negocio<sup>41</sup> con menores costes (por ejemplo, no usar DRM de Adobe supone un ahorro que se puede reducir del precio del consumidor), con mayor demanda y con precios más dinámicos y abiertos (son muy importantes los factores de competencia, elasticidad del mercado y percepción del valor por parte de los usuarios), sumado a una mayor concienciación de los ciudadanos de la necesidad de pagar por los contenidos digitales que consumen, se logrará un mayor desarrollo del mercado de libros electrónicos lo que permitirá poner precios más adecuados a la realidad vigente.

### 4.3. Mejora y estandarización de dispositivos y plataformas.

Para mejorar la experiencia de los lectores y facilitar la adquisición de libros electrónicos, se debe promover la estandarización y la compatibilidad de plataformas y dispositivos de diferentes empresas, para que se pueda adquirir libros sin importar su dispositivo, el formato en el que este realizado o las protecciones DRM que lleve integradas.

La competencia tiene que estar enfocada en mejorar la experiencia del lector en vez de en hacer contenidos incompatibles entre sí, para mantener «cautivo» a multitud de clientes. Se debe aprovechar más las posibilidades que da el contenido multidispositivo redimensionable, explotando sus virtudes para mejorar su uso en teléfonos inteligentes, tabletas, lectores digitales y ordenadores para llegar a la mayor cantidad posible de usuarios.

La compatibilidad de formatos y el uso de estándares de código abierto basados en XML, al mismo tiempo que se reduce el uso de sistemas de gestión de derechos (DRM) de tipo «duro», ahorrarían costes que se pueden invertir en mejorar los lectores digitales y los contenidos.

Hay multitud de características que se pueden mejorar de los lectores digitales en las que se puede competir para ofrecer un producto más atractivo a los clientes. Mejorar

---

<sup>38</sup> <https://hipertextual.com/2011/01/la-pirateria-no-existe>

<sup>39</sup> <http://www.aviondepapel.tv/2012/06/juan-gomez-jurado-el-precio-de-un-e-book-es-el-que-los-lectores-quieran-pagar/>

<sup>40</sup> <https://hipertextual.com/2011/01/la-pirateria-no-existe>

<sup>41</sup> <http://blogconlicencia.com/wp-content/uploads/2016/10/Consolidacion-de-los-modelos-de-negocio-en-la-era-digital-2016.pdf>

la ergonomía de los dispositivos. Mejorar la calidad de la pantalla y la resolución, la graduación de la luz integrada (en el caso que de disponga de ella) y las funciones de iluminación regulable en temperatura de color. Añadir funciones que exploten más el contexto digital. Mejorar en el movimiento vertical/horizontal y en el desplazamiento de página, en la configuración de refresco de página, en el visionado de imágenes, en la integración con la red, en la interactividad y en la velocidad de navegación.

En definitiva, hay que promover la intensificación y la mejora del mercado editorial digital ofreciendo mejores productos, que sean interesantes para el cliente lector, al mismo tiempo que se facilita el acceso y disfrute de los mismos.

## 5. Conclusiones.

El libro electrónico no ha conseguido el éxito de otras formas digitales de consumo de cultura y ocio. Esto se debe, en parte, a que la forma de consumir lectura requiere de una posición activa por parte del usuario, mientras que otras actividades, como la música o el cine, pueden disfrutarse desde una posición pasiva. En un contexto de escaso tiempo libre y de alta competencia entre las diferentes opciones de ocio, la evasión de la realidad, el disfrute y el descanso son algunas de las prioridades para seleccionar que tipo de ocio queremos consumir. La lectura es una actividad que necesita bastante concentración, implicación y tiempo, mientras que otras actividades de ocio, como los productos audiovisuales, proponen que el usuario pase a ser un consumidor pasivo que «quema» el tiempo y puede realizar varias actividades a la vez.

Para fomentar el crecimiento del sector del libro digital, la primera tarea debe ser identificar las causas que han provocado el poco desarrollo de este mercado. En este apartado se procurará señalar las principales causas según su importancia:

- La falta de una apuesta decidida de las editoriales por el libro electrónico se vislumbra como la principal causa. Estas necesitan transformar sus procesos productivos y las cadenas de distribución, promoviendo la innovación para desarrollar el mercado. Sin embargo, el sector editorial es un gremio bastante «conservador», con un sistema productivo envejecido, y liderado por directivos más preocupados en el presente que en el medio y largo plazo. Esto se traduce en poca inversión en nuevos modelos de negocio (suscripción, micropagos, pago por consumo, «paga lo que quieras», *bundle*, *crowdfunding*, autoedición...<sup>42</sup>), en poco desarrollo de catálogos digitales competitivos por el miedo a la «canibalización» y a los menores réditos económicos que les puede producir en comparación a la venta por unidad de libro impreso, y en una reacción de rechazo, por parte de las editoriales, a la libre disposición del contenido, utilizando sistemas DRM «duros» por el miedo a la «piratería», con la subsiguiente «criminalización» de los lectores en vez de ofrecerles alternativas atractivas.

Por otra parte, la falta de transparencia de las editoriales en los análisis, en la contabilidad de las ventas, en los costes derivados del libro electrónico y en las informaciones en general, sumado a la disparidad de metodologías para efectuar dichos análisis, dificulta conocer el estado actual del mercado de libros digitales y que el lector se conciencie sobre los costes reales de los libros

---

<sup>42</sup> <http://blogconlicencia.com/wp-content/uploads/2016/10/Consolidacion-de-los-modelos-de-negocio-en-la-era-digital-2016.pdf>

electrónicos. Como dice Roberto Pérez, director de libros.com, sobre la falta de transparencia en el negocio editorial:

«Queremos que el lector conozca como es el proceso de escritura y de publicación: queremos que el lector sepa quién corrige el libro, sepa cómo se hace la portada, cómo se imprime el libro... me parece que es fundamental que se conozca todo esto para que los lectores entiendan cuánto cuesta publicar un libro y cuánta gente participa en todo el proceso»<sup>43</sup>.

«De lo que se trata es de mostrar un mundo bastante lejano para el lector, pero también para el autor: muchas veces para un autor que trabaja en una editorial tradicional, los procesos de edición son un tanto opacos puesto que no se conoce quiénes participan en el proceso de producción, cómo se realiza la distribución o el reparto de royalties. Estamos hablando de una industria que ya de por sí es complicada por los tiempos, por cuestiones de distribución, y lo que nosotros intentamos es que todo esto sea transparente para que todo el mundo sepa cómo se hace un libro»<sup>44</sup>.

Las editoriales también están teniendo problemas de difusión. Aparte de que los libros electrónicos tienen poca publicidad, hacen falta nuevas estrategias de marketing, como apoyarse en el uso de redes sociales y de metadatos.

Por último, todavía existe una gran desproporción en las relaciones entre editores, distribuidores, autores, otros profesionales de la edición y los lectores. Buscar acuerdos que beneficien a todas las partes es fundamental para el bienestar del sector. Como explica Roberto Pérez, director de libros.com:

«Nuestra idea es la de repartir pesos entre todos los factores. En el sector editorial tradicional hay mucha desproporción entre la editorial, la distribuidora, el autor y el lector: hay una desproporción en cuanto a protagonismos y en cuanto a tiempos. Por esto, nosotros pretendemos darle la vuelta a este sistema de tal manera que todo sea más equitativo: indudablemente, el autor tiene que tener más peso, puesto que es el creador y es aquel que presenta el proyecto; pero queremos que el lector tenga también más peso y lo tenga desde el inicio»<sup>45</sup>.

- Otra causa que impide su desarrollo está implícita en el propio producto. Los libros electrónicos tienen unas limitaciones, en la actualidad, que son un importante impedimento para desarrollar el mercado de una forma adecuada. La falta de estandarización y compatibilidad de formatos (con las desventajas que supone acceder a un contenido desde un entorno «cerrado»), el uso de DRM «duros» que limitan el acceso al contenido, unos precios considerados altos por el usuario (en parte a causa del IVA cultural al 21% y del uso de tecnologías DRM que encarecen el precio) y el poco desarrollo del formato y del contexto digital (con poca integración con el mundo digital y con escasa interactividad), provocan desinterés en el potencial cliente, el lector.

En cuanto al desarrollo del formato, a pesar de la utilización de hojas de estilo CSS externas, por ahora es escasa la separación de contenido y continente. Esto se debe promover para adecuar el contenido dependiendo del continente que se vaya a utilizar, aumentando la libertad del lector para escoger cómo va a leer el libro electrónico. Esto conlleva una falta de adaptación de la lectura «tradicional» al nuevo contexto digital, basado en multitud de dispositivos, donde destaca de manera importante el *teléfono inteligente* por su enorme difusión y presencia en la sociedad.

---

<sup>43</sup> <https://lanuras.es/protagonistas/editores/libros/>

<sup>44</sup> <https://lanuras.es/protagonistas/editores/libros/>

<sup>45</sup> <https://magnet.xataka.com/preguntas-no-tan-frecuentes/cuanto-cuesta-realmente-publicar-un-libro>

- La inestabilidad causada por la falta de apoyos firmes de las administraciones del estado es otra causa importante. Falta ayuda de la administración en la dinamización de nuevas tecnologías que ayuden a consolidar el mercado de libros digitales. Por otra parte, las desorganizadas reformas en las leyes de educación afectan al subsector del libro de texto. También podrían haber actuado más ante los problemas derivados del trato desigual que sufren las bibliotecas en cuanto a la adquisición de libros electrónicos, reduciendo la visibilidad del libro electrónico en espacios públicos ideales para este cometido. En cuanto al IVA cultural del 21% para libros electrónicos, la Unión Europea permite su reducción desde octubre de 2018, sin embargo, a día 27 de junio de 2019, el gobierno español todavía no ha puesto esta medida en marcha al no haber aprobado los *Presupuestos Generales del Estado* en los que pretenden incluirse.
- La última causa fundamental es la «piratería» y las «actividades extramercado». Las facilidades de acceso a este tipo de contenidos, promovidas, en parte, por la poca concreción jurídica de los derechos de autor en el contexto digital, sumado a las dificultades de acceder al contenido legal regulado y al escaso valor añadido de este, han provocado que una parte importante de los potenciales consumidores (propietarios de un lector digital en particular y lectores en general) no haya entrado en el mercado regulado de libros digitales. La falta de sensibilidad con respecto a los derechos de autor y la escasa concienciación sobre el valor del trabajo ajeno son factores a mejorar para promover el pago de contenidos digitales.

## 6. Bibliografía.

Agencia Yerro, «*Todos los formatos de libros electrónicos*», ComunidadBaratz, 10 de febrero de 2014, <https://www.comunidadbaratz.com/blog/todos-los-formatos-de-libros-electronicos/>.

Altares, Guillermo; Geli, Carlos: «*El libro digital ganará al papel en 10 años*», EL PAÍS | CULTURA, Fráncfort, 15 de octubre de 2008, [https://elpais.com/diario/2008/10/15/cultura/1224021601\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/10/15/cultura/1224021601_850215.html).

Baratheon, Jesús: «*Gigamesh lanza Canción de Hielo y Fuego en formato e-book*», LOSSIETEREINOS, 14 de abril de 2014, <https://lossietereinos.com/gigamesh-lanza-cancion-de-hielo-y-fuego-en-formato-e-book/>.

Camino, Abril: «*Por qué no ha habido un sorpasso del libro electrónico al libro de papel?*», Xataka, 19 de enero de 2017, <https://www.xataka.com/literatura-comics-y-juegos/por-que-no-ha-habido-un-sorpasso-del-libro-electronico-al-libro-de-papel>.

Cassany, Daniel: «*Confesiones de un autor pirateado*», EL PAÍS | TRIBUNA, 17 de abril de 2013, [https://elpais.com/elpais/2013/04/04/opinion/1365076737\\_749901.html](https://elpais.com/elpais/2013/04/04/opinion/1365076737_749901.html).

CORDÓN, José Antonio García; CARRBAJO, Fernando; GÓMEZ, Raquel; ALONSO, Julio (eds.). *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento*. Madrid: Pirámide, 2012.

De Blanc, Molly: «*The future of O'Reilly and DRM*», Defectivebydesign.org, 31 de enero de 2018, [https://www.defectivebydesign.org/blog/future\\_oreilly\\_and\\_drm](https://www.defectivebydesign.org/blog/future_oreilly_and_drm).

DOSDOCE: «*Consolidación de los modelos de negocio en la era digital*», IV Congreso del libro electrónico, Conlicencia.com, 2016, <http://blogconlicencia.com/wp-content/uploads/2016/10/Consolidacion-de-los-modelos-de-negocio-en-la-era-digital-2016.pdf>.

Esteban, Patricia; Ruiz de Valbuena, Irene: «*¿Por qué no ha bajado el IVA de los ebooks?*», EL PAÍS | ECONOMÍA, IMPUESTOS, 6 de julio de 2018, [https://elpais.com/economia/2018/07/06/mis\\_derechos/1530867460\\_992526.html](https://elpais.com/economia/2018/07/06/mis_derechos/1530867460_992526.html).

Federación de Gremios de Editores de España: «*Barómetro de hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2017*». MECD, España, enero de 2018.

— «*Comercio Interior del libro en España 2017*». Observatorio de la lectura y el libro, España, 2018.

Fernández, Laura: «*Gigamesh estrena local y lanza una nueva plataforma digital*», FANTIFICA, 27 de marzo de 2014, <http://www.fantifica.com/fandom/articulos/gigamesh-estrena-local-lanza-una-nueva-plataforma-digital>.

Fernández, Marta: «*La UE aprueba el tipo de IVA reducido para libros digitales*», EL BOLETÍN | ECONOMÍA | IMPUESTOS, 2 de octubre de 2018, <https://www.elboletin.com/noticia/167846/economia/la-ue-aprueba-el-tipo-de-iva-reducido-para-libros-digitales.html>.

Galdeano, Laura: «*Cuánto, dónde y qué leemos en formato digital*», Libertaddigital, 5 de septiembre de 2019, <https://www.libertaddigital.com/cultura/libros/2019-05-08/informe-libro-electronico-2018-libranda-1276637980/>.

García, Jesus: Blog [jesusgarciaj.com](http://jesusgarciaj.com), sección EDITORIAL | LIBRO ELECTRÓNICO\_INICIO. <https://jesusgarciaj.com/produccion-editorial-jesus-garcia/libro-electronico/>.

Geli, Carlos: «*Y el libro en papel no murió en 2018*», EL PAÍS | CULTURA, Fráncfort, 14/10/2018, [https://elpais.com/cultura/2018/10/13/actualidad/1539456174\\_676814.html](https://elpais.com/cultura/2018/10/13/actualidad/1539456174_676814.html).



Gil, Manuel; Gómez, Martín: «*Manual de edición: Guía para estos tiempos revueltos*», Bogotá, Colombia: CERLALC, 2016.

Gil, Manuel; Rodríguez, Joaquín: «*El paradigma digital y sostenible del libro*», España: Editorial Trama, 2011.

Gómez-Jurado, Juan: «*La piratería no existe*», Hipertextual, 28 de enero de 2011, <https://hipertextual.com/2011/01/la-pirateria-no-existe>.

Gonzalez, David: «*Amazon presiona a las editoriales para abaratar aún más los e-books*», Aviondepapel, abril de 2012, <http://www.aviondepapel.tv/2012/04/amazon-presiona-a-las-editoriales-para-que-abaraten-aun-mas-los-e-books-24042012/>.

— «*Juan Gómez-Jurado: “El precio idóneo de un e-book es el que el lector quiera pagar”*», Aviondepapel, junio de 2012, <http://www.aviondepapel.tv/2012/06/juan-gomez-jurado-el-precio-de-un-e-book-es-el-que-los-lectores-quieran-pagar/>.

Lectura Lab: «*Cory Doctorow arremete de nuevo contra el DRM*», 25 de junio de 2015, [http://www.lecturalab.org/story/Cory-Doctorow-arremete-de-nuevo-contra-el-DRM\\_6018](http://www.lecturalab.org/story/Cory-Doctorow-arremete-de-nuevo-contra-el-DRM_6018).

Libranda: «*Informe anual del libro digital*», 2016, 2017 y 2018.

Méndez, Rafael: «*¿El principio del cambio de modelo editorial? “Mi ‘best-seller’ no necesita editorial”: tres autores que amenazan la industria del libro*», ElConfidencial, 4 de marzo de 2017, [https://www.elconfidencial.com/cultura/2017-03-04/rut-nieves-cree-en-ti-lain-garcia-calvo-autoedicion-casa-del-libro\\_1342027/](https://www.elconfidencial.com/cultura/2017-03-04/rut-nieves-cree-en-ti-lain-garcia-calvo-autoedicion-casa-del-libro_1342027/).

Ministerio de Cultura y Deporte: «*Panorámica de la edición española de libros 2017*». España: Observatorio de la cultura y el libro, 2018.

Ministerio de Educación, Cultura y Deportes: «*El sector del libro en España. Abril 2018*». España: Observatorio de la Lectura y el Libro, 2018.

Olmo, Benito: «*Otra estafa editorial...*», Milcosasquenotedije, 21 de marzo de 2012, <https://milcosasquenotedije.blogspot.com/2012/03/otra-estafa-editorial.html>.

Parra, Sergio: «*¿Cuánto cuesta, realmente, publicar un libro?*», Magnet.Xataka, 6 de junio de 2016, <https://magnet.xataka.com/preguntas-no-tan-frecuentes/cuanto-cuesta-realmente-publicar-un-libro>.

Pastor, Javier: «*El libro electrónico: ¿paraíso o infierno para los escritores*», Xataka, 17 de diciembre de 2013, <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/el-libro-electronico-paraíso-o-infierno-para-los-escritores>.

— «*Las editoriales en España y su amor-odio por el libro electrónico*», Xataka, 14 de noviembre 2013, <https://www.xataka.com/otros-dispositivos/las-editoriales-en-espana-y-su-amor-odio-por-el-libro-electronico>.

Peces, Teresa M.: «*La venta de libros en España se estanca en el país y crece en el exterior*», WMagazín, 20 de julio de 2018, <http://wmagazin.com/la-venta-de-libros-en-espana-se-estanca-en-el-pais-y-crece-en-el-exterior/>.

Pérez-Adsuar, Antonio: «*La odisea del libro: La transición digital*». España, Barcelona: Editorial DIERESIS, 2016.

Iglesia, Anna Maria: «*Libros.com: “Nosotros queremos cambiar las reglas del juego”*», Llanuras, 03 de mayo de 2016, <https://llanuras.es/protagonistas/editores/libros/>.

Rico, Lali: «*Cory Doctorow o cómo hacer desaparecer el DRM en una década*», blog Lektu, 18 de enero de 2017, <http://blog.lektu.com/2017/01/cory-doctorow-o-como-hacer-desaparecer.html>.

Roncevic, Mirela: «*The long and winding road to DRM-free ebooks in academic libraries*». Non Self Required, 26 de abril de 2018. Traducido por Universo Abierto, Biblioteca de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca, artículo «*El largo y sinuoso camino hacia los libros electrónicos sin DRM en las bibliotecas universitarias*», 30 de abril de 2018, <https://universoabierto.org/2018/04/30/el-largo-y-sinuoso-camino-hacia-los-libros-electronicos-sin-drm-en-las-bibliotecas-universitarias/>.

Sala, Juan: «*Punto de Vista Editores, libros digitales en tiempos de crisis*», Nuevatribuna, 05 de diciembre de 2014, <https://www.nuevatribuna.es/articulo/cultura---ocio/punto-vista-editorial-digital-mezcla-alta-divulgacion-narrativa/20141204141711109994.html>.

Universo Abierto, Blog de la Biblioteca de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca, artículo «*La UNESCO advierte al World Wide Web Consortium que los DRM son incompatibles con la libre expresión*», 27 de abril de 2017, <https://universoabierto.org/2017/04/27/la-unesco-advierte-al-world-wide-web-consortium-que-los-drm-son-incompatibles-con-la-libre-expresion/>.

— «*Sony desarrolla un sistema DRM de gestión de derechos para contenido digital utilizando de base Blockchain*», 16 de octubre de 2018, <https://universoabierto.org/2018/10/16/sony-desarrolla-un-sistema-drm-de-gestion-de-derechos-para-contenido-digital-utilizando-de-base-blockchain/>.

Vázquez, José Antonio: «*Día internacional contra el DRM*», DOSDOCE, 03 de mayo de 2016, <http://www.dosdoce.com/2016/05/03/21623/>.

— «*DRM. Panorama general*», DOSDOCE, 08 de marzo de 2010, <https://www.dosdoce.com/2010/03/08/drm-panorama-general/>.

— «*Lektu. Nueva plataforma de ebooks sin DRM*», DOSDOCE, 22 de mayo de 2014, <http://www.dosdoce.com/2014/05/22/lektu-nueva-plataforma-de-ebooks-sin-drm/>.

— «*Los 8 modelos de comercialización de LEKTU*», DOSDOCE, 08 de septiembre de 2016, <https://www.dosdoce.com/2016/09/08/los-8-modelos-comercializacion-lektu/>.