

El libro electrónico busca una nueva oportunidad



Por Nicolai Pogrebnyakov

Investigador Post-doctorado, IESE

Febrero de 2009



Los nuevos eBooks todavía no están en condiciones de sustituir al libro de toda la vida pero el tiempo juega a su favor. Mientras que el libro tradicional parece entrar en un declive continuo la industria editorial mira con renovado interés -no exento de temor- las posibilidades de la tecnología digital, el ahorro de costes que promete la distribución en línea y las posibilidades de la movilidad para renovar este mercado.

Aunque el interés por el libro electrónico resurge periódicamente, la inmadurez tecnológica ha frenado una y otra vez las expectativas iniciales, que hasta ahora han resultado ser demasiado optimistas y los actores implicados han puesto sordina a los proyectos hasta la llegada de tiempos más propicios. Las señales más creíbles de que estos tiempos están próximos se produjeron hace algo más de dos años, cuando Sony lanzó su dispositivo lector Reader, del que llegó a vender 300.000 unidades sólo en Estados Unidos y, sobre todo, la rotura en las pasadas navidades de los stocks de Kindle, el dispositivo de lectura de libros electrónicos que impulsa Amazon.

Ahora, la librería virtual que comanda Jeff Bezos acaba de presentar la versión 2.0 del mismo, que confirma los progresos de esta tecnología. El nuevo modelo estará disponible a finales de este mes de febrero por 349 dólares en Estados Unidos y destaca por el uso de una pantalla de tinta electrónica, una tecnología que no fatiga tanto los ojos del lector como las pantallas luminosas y una batería con autonomía de hasta cinco días. La otra clave es la conexión inalámbrica que le permite descargar libros por Internet directamente a través de redes 3G, sin

necesidad de usar el ordenador. También mejora la forma de pasar las páginas y su capacidad, que llega a 2 gigabytes, lo que le permite almacenar hasta 1.500 títulos aproximadamente. La iniciativa de Amazon comienza a acorralar otra de las carencias de esta industria: la disponibilidad de títulos. La librería que preside Jeff Bezos ya ofrece 230.000 títulos disponibles para ser descargados, entre los que figuran prácticamente todos los *best-sellers* del New York Times. Adicionalmente, Amazon ofrece para los usuarios de Kindle la opción de suscribirse a periódicos y revistas con precios que oscilan entre los 2 y 15 dólares al mes. Estos fondos comerciales se suman a los gratuitos, como WikiBooks, una iniciativa de Wikipedia y otros proyectos abiertos similares.

El libro en el móvil

El Reader de Sony, el Kindle de Amazon, el chino Jinke o el Iliad de Irex y similares tendrán que competir con un nuevo candidato a sustituir el libro electrónico: el móvil, que si bien no ha sido concebido para ese uso, evita tener que comprar uno de estos dispositivos específicos. En Japón se han conseguido éxitos editoriales de novelas pensadas especialmente para ser leídas en móviles. Google quiere abrir 1,5 millones de obras de su biblioteca on line gratuita Google Book Search a los usuarios estadounidense de móviles iPhone y Android y medio millón de obras para usuarios de estos dispositivos situados en otros países. En el salón *Mobile World Congress*, Adobe presenta un kit de desarrollo de tecnología de libros electrónicos para móviles que, según afirma, han adoptado empresas como Bookeen, Irex, Lex Cicle, Plastic Logic o Polymer Vision y que también utiliza el Sony Reader, junto al EPUB, un formato estándar con protección DRM y basado en XML.

Alentado por la buena acogida en Estados Unidos y Japón, y después de su presentación en Inglaterra, Francia y, en breve, en Alemania, Sony está preparando el lanzamiento de Reader en España, donde algunas editoriales ultiman sus proyectos de libro electrónico para lanzarlos a finales de este año. Una de las empresas que ya se ha lanzado al ruedo es la navarra Leer-e, que comercializa lectores de varios fabricantes y que por diez euros vende cupones que dan derecho a descargar dos títulos, como *El camino* y *La sombra del ciprés es alargada*, ambas de Miguel Delibes.

Más allá de la tecnología, hay inquietud por aspectos que todavía no están fijados, como la fiscalidad del libro electrónico, el problema de la piratería o el rol que pueden jugar las librerías tradicionales.

Sony plantea que la industria editorial tendrá tiempo de preparar una transición correcta, en especial porque a su juicio Reader no está canibalizando las ventas tradicionales sino que proporciona ventas adicionales. Sin embargo, la evidencia demuestra que las opciones digitales acaban triunfando prácticamente en todos los frentes donde se aplica y no parece que el futuro del libro electrónico termine siendo una excepción. Como no lo será el de la prensa escrita, que está atravesando momentos especialmente difíciles y que contempla Internet con una mezcla de temor, inseguridad y esperanza. La cuestión ahora es saber en cuánto tiempo se superará el divorcio entre el indudable interés mediático que el libro electrónico despierta y sus resultados reales.