

Será el año del libro electrónico

Casi todo el mundo conoce ya la existencia de los Sony, Kindle o Papyre. Son una nueva forma de relacionarse con la lectura y en este 2009 van a crecer.

S.C. cultura.tiempo@grupozeta.es

Candela Moreno escribió un sms a todas sus amigas antes de invitarlas a celebrar su último cumpleaños: "Por favor venid sin regalo, prefiero un regalo colectivo y quiero comprarme un e-book". Candela colabora en una pequeña editorial y pasaba horas delante del ordenador leyendo originales: "Me dolía todo y me dejaba los ojos en la pantalla -recuerda-. Ahora puedo leer en cualquier parte, tirada en el suelo o andando por la casa, que es algo que me encanta". En su último viaje a Egipto se llevó un auténtico cargamento de libros y de guías de viajes: "Cargué todo lo que encontré de Naguib Mahfuz, entre otros *La batalla de Tebas*, porque iba a visitar la ciudad, y *El callejón de los milagros*, que leí en el café donde el autor lo escribió".

Para ella el libro electrónico tiene muchísimas posibilidades y está convencida de que es el futuro: "Empezarán a utilizarlo los profesionales, como ya ocurre,

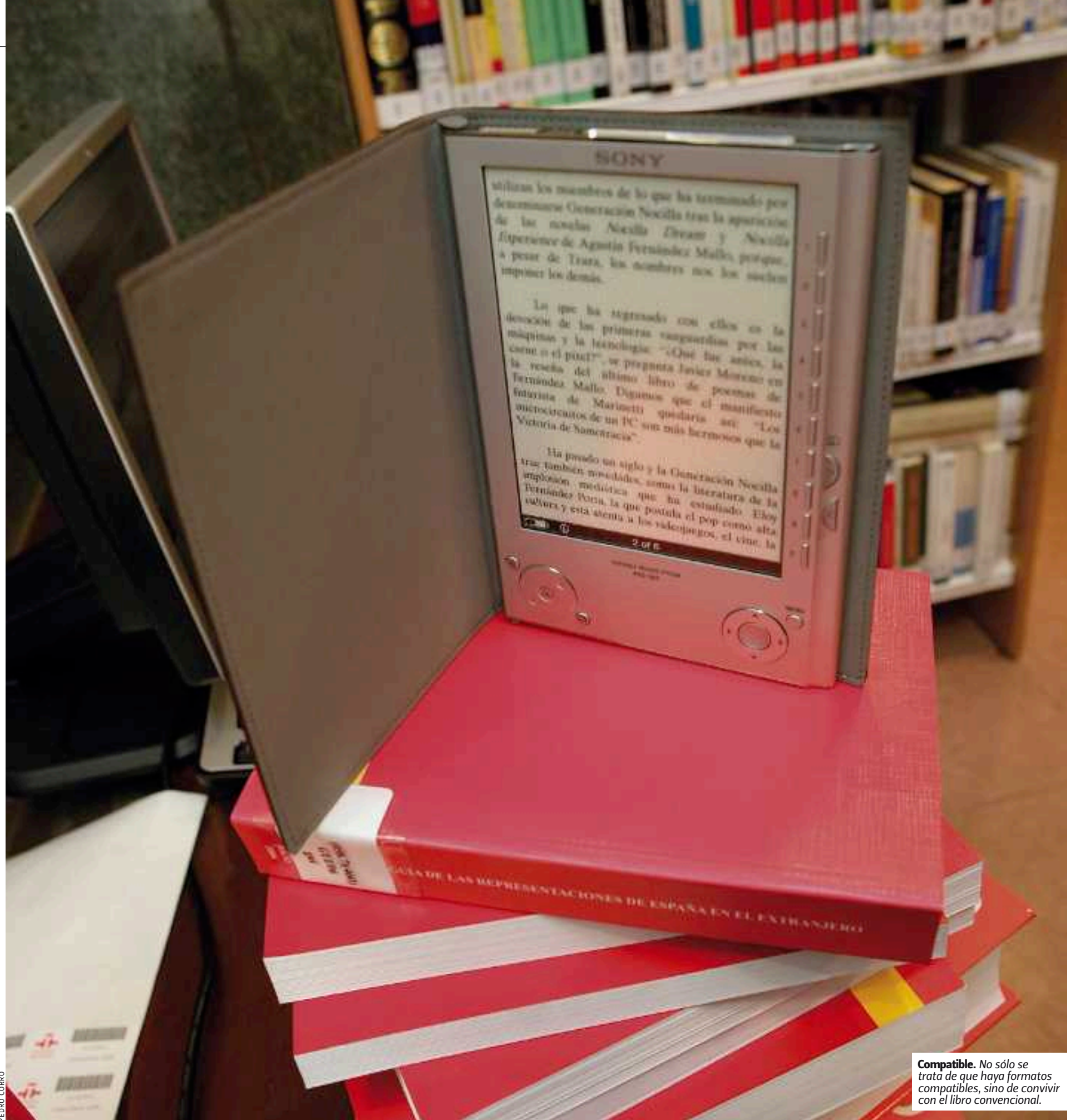
Será una forma de racionalizar el sector, para evitar que se almacene y destruya tanto papel

y después vendrán los buenos lectores. También será una forma de racionalizar el sector del libro para evitar que sigan almacenando, y después destruyendo, tanto papel". Hay quien lo ha visto claro desde hace tiempo, como Javier Cámara, director de la librería Cámara de Bilbao; Javier vende en su establecimiento libros electrónicos desde mayo de 2008.

Oferta y demanda.

Hace cosa de un año que José María Martínez se compró en Estados Unidos un libro electrónico, un Sony. Está encantado con el invento, que utiliza de manera habitual. Entre otras cosas ha releído la galdosiana *Fortunata y Jacinta* en este formato. Libros descatalogados, novedades todavía no traducidas o de ediciones pequeñas y libros técnicos son, para él, lo más interesante para meter en su libro electrónico. Se queja, no obstante, de la ausencia de títulos disponibles en español por parte de las editoriales: "Si no lo haces, y no lo haces bien, como hay demanda alguien lo va a hacer, y lo hará pirateando", dice Martínez, que es el director de comunicación del Instituto Cervantes.

"Estamos desarrollando unas plataformas electrónicas y digitalizando contenidos -explica Santos Palazzi, director del área de Mass Market de la editorial Planeta-. Cuando hacemos un libro pri-



Compatible. No sólo se trata de que haya formatos compatibles, sino de convivir con el libro convencional.



PEDRO CORRO

mero es un documento digital, pero no es legible para un libro electrónico, hay unos costes de transformación para pasar al lenguaje adecuado, el XML. Pasar todos nuestros contenidos supone tal gasto y tal cambio de mentalidad y de trabajo que no estamos en disposición de asumirlo a corto plazo. Lo que sí estamos haciendo es convertir en formato de libro electrónico algunos contenidos o libros importantes, porque sí puede haber una demanda y quien tiene el dispositivo está dispuesto a pagar por ello. Debemos ofrecerle una alternativa antes de que se lo descargue gratis de Internet o de cualquier página web pirata, porque no es ningún secreto que cualquier título significativo está hoy en formato Word o Pdf en cualquier sitio de descargas ilegales”.

En 2000, nació Publidisa (Publicaciones Digitales SA) y comenzó sus operaciones en 2001. Se trata de una empresa de servicios para el sector editorial, para que se aprovechen las ventajas que brindan las nuevas tecnologías. Lucía Fournier, su directora de Marketing, explica que tienen “dos líneas de negocio, una de productos bajo demanda, en la que se consideró estratégico el e-book, y otra de comercialización (www.todoebook.com). Trabajamos con más de 1.200 edi-

tores en todo el mundo, tenemos más de 10.000 libros en formato electrónico”. Uno de los objetivos de esta empresa es que sean los editores los que vendan directamente. “Este año –añade Lucía Fournier–, el del libro electrónico ha sido el asunto estrella en las ferias internacionales, ya no se puede esperar, las cifras de Estados Unidos indican unos crecimientos muy altos”.

En qué leer.

“De los dispositivos disponibles –cuenta Fournier–, las dos estrellas a escala internacional son el Sony Reader y el Kindle; este último es el que más terreno gana en Estados Unidos. Nosotros estamos recomendando a los editores que no se preocupen por los dispositivos sino por los contenidos y por que estos sean legibles para cualquier tipo de lector. Las grandes editoriales se están moviendo, pero tardan mucho en reaccionar, sin embargo hay muchas pequeñas que son

El libro digital ha sido el tema estrella en las últimas ferias internacionales

Entre libros. José María Martínez lee en su libro electrónico. *'Fortunata y Jacinta'* ha sido una de sus relecturas, ahora en este formato.

más ágiles y lo están moviendo. Hay todo tipo de contenidos. Uno de nuestros últimos clientes es Harlequín Ibérica, especializada en novela romántica, y está funcionando muy bien. Tenemos una red afiliada de librerías, entre las que están El Corte Inglés o Casa del Libro. En noviembre hicimos un lanzamiento en la cadena mexicana Gandhi que ha sido todo un éxito”.

Santos Palazzi, de Planeta, dice que “no hay un dispositivo implantado en España, a pesar de tímidas iniciativas recientes con dos lectores: el Iliad, comercializado por Media Markt, y el Papyre, por Carrefour. Ha sido la primera vez que se han vendido así, aunque sí se estaba haciendo por Internet. ¿Y cómo estamos respondiendo a esto los editores? Ninguna editorial dispone de una oferta descargable de sus fondos, pero más de una, entre las que está Planeta, está trabajando para que sea una realidad a lo largo de 2009”.

Y en unos meses, quizá después del próximo verano, se comercializará el Sony Reader, que necesitará, lógicamente, que exista una oferta de títulos.

Editoriales, al acecho

A David Trías, editor de Plaza&Janés, el libro electrónico que les han dado en Random House Mondadori le está facilitando mucho el trabajo cotidiano, pues “es muy cómodo para leer manuscritos”. De estos puede llevar hasta quinientos, olvidándose así de los tochos de folios que eran habituales hasta ahora. Echa en falta, y muchos usuarios también, que todavía no existan dispositivos en los que anotar o, incluso, intervenir en el texto, fundamental para un editor frente a un manuscrito inédito. No obstante, ya empiezan a aparecer libros en los que hacer anotaciones mediante un lápiz óptico, por ejemplo. Ricardo Artola, editor de Ediciones B, habla del panorama en el que se mueve el e-book: “Las cosas se están moviendo y hace años que tenemos digitalizadas las novedades y también lo que se va reimprimiendo. Estamos listos para entrar en este mercado en el momento que haga falta. Probablemente este 2009 sea el año del arranque del libro electrónico en España, pero no creo que el crecimiento vaya a ser exponencial. Sigo siendo un devoto del papel. Como historiador sé que las revoluciones tecnológicas conviven durante bastante tiempo”. Para Artola, “la cuestión tecnológica está resuelta, pero falta por definir el modelo de negocio”.

En el sector se habla de que también las grandes superficies querrán entonces poder ofrecer a sus clientes contenidos para los libros electrónicos que les venderán y ese será el momento en el que las editoriales más potentes, y también las menos, pondrán en el mercado sus títulos electrónicos.

Inversiones.

Pero, cuidado, que no pase lo mismo que ha ocurrido con la música digital. “Hay una falsa creencia –alerta Santos Palazzi– de que los libros electrónicos son gratis. No, los editores tienen que transformar sus contenidos y, además, montar unas plataformas tecnológicas para ofrecerlos y distribuirlos. Montar una página web para vender los libros directamente cuesta dinero. Y hay que dotarlos de un mecanismo de protección para que no puedan descargarse ilegalmente. Y eso también cuesta dinero”.

Así las cosas, habrá que hablar de los porcentajes del libro, como el 10% actual de derechos de autor. Por otro lado distribuidores y libreros suponen, en este momento, casi un 50% del coste de cada ejemplar. La venta directa deberá por tanto suponer una rebaja considerable de los precios, aunque los libros convencionales no van a desaparecer. ■

Regreso de Muchachada

Vuelve, en su tercer temporada, *Muchachada nui*, el programa que le da un revolcón a la realidad.

LA NOTICIA QUE ESTABA esperando desde hace tiempo era el regreso a Televisión Española de los humoristas de *Muchachada nui*. Y fuentes de toda solvencia me han confirmado que los nuevos programas empezarán a emitirse este mismo mes de enero. Ya puedo dejar de repasar en Internet los viejos sketches, que me sé de memoria pero todavía ejercen sobre mí su beneficioso poder iconoclasta y todavía me dejan perplejo preguntándome “pero cómo demonios se les ocurren estas burradas, de dónde han salido estos marcianos”. En mi opinión, el humor en España está, salvo contadas excepciones, demasiado pegado a la actualidad y a la sátira política parcial, con lo que acepta una posición vicaria como suplemento gracioso, refrescante, de los asuntos verdaderamente importantes, y en vez de poner en cuestión la realidad tiende a reedificarla. Así el humor actúa como el gorila que citaba Nabokov: un gorila en el que se habían detectado prometedoras pulsiones artísticas, pictóricas; le daban papel y lápices para ver qué pasaba, y el gorila pintaba... los barros de su triste jaula. El humor independiente, en cambio, rompe esos barrotes o se desliza entre ellos como Houdini el escapista. *Muchachada nui* le da un revolcón a la realidad o la niega directamente mediante la ruptura de la sintaxis del discurso convencional. Ruptura ingeniosa, claro, porque la mera ruptura no basta para que el principio del placer triunfe sobre el principio de la realidad. Humor de ruptura, como en el chiste que Freud ponía como ejemplo del preso al que le dicen que el lunes le van a colgar y responde: “Bonita manera de empezar la semana”; o como en el chiste soviético que cita Zizek, en el que un oyente telefona a la radio y pregunta: “¿Es verdad que a Yakovich le ha tocado en la lotería un coche nuevo?”, y el locutor responde:



Vuelven esos cómicos llenos de talento: Joaquín Reyes, Ernesto Sevilla, Carlos Areces, Julián López

“Sí, es verdad. Sólo que no es un coche sino una bicicleta. Y de hecho, no es nueva sino de segunda mano. Y en fin, no le ha tocado, sino que se la han robado”.

Vuelve *Muchachada nui*. Vuelve el simpático cateto Marcial Ruiz Escribano, “para servirles”, y su cuñado el insufrible El Enterado, vuelve el *freaky* de la informática Enjuto Mojamuto, vuelve el locutor televisivo Pedro Bonilla con su programa *Tú eres el protagonista*, vuelve El Asqueroso, vuelven las parodias de *Celebrities*, entre las que este año estarán Enrique Bunbury y Whitney Houston, vuelven, en fin, esos cómicos llenos de talento que son Joaquín Reyes, Ernesto Sevilla, Raúl Cimas, Carlos Areces, Julián López, etcétera. La temporada constará otra vez sólo de trece capítulos, ni uno más, porque el equipo es pequeño; el grafismo, las animaciones, etcétera son muy laboriosos, y los humoristas están satisfechos de las novedades de esta temporada y del resultado conseguido. Uno de ellos me decía ayer: “Con perdón por la inmodestia, creo que esta temporada será la mejor”. Y no lo pongo en duda, tienen toda mi confianza. ■