



¿Estamos preparados para Kindle?

- ▶ La irrupción del 'iPod de los libros' pone en guardia a los editores españoles
- ▶ El revolucionario aparato electrónico permite leer hasta 90.000 títulos

JESÚS RUIZ MANTILLA
Madrid

El genial artefacto impreso que conocemos por el nombre de libro está rodeado. Quienes pensaban que el invento de Gutenberg era tan práctico y tan perfecto en su concepción que sería insustituible hasta en la era digital, empiezan a dudar de sus certezas. Una enorme transformación se avecina en el mercado editorial. Sobre todo después de la llegada de un aparato que supondrá su más dura competencia, sino su desaparición a medio o largo plazo. Quédense con su nombre. Se llama Kindle.

Por el momento, ya es considerado por los expertos editoriales como el *iPod de los libros*. Ha comenzado a venderse sólo en Estados Unidos por Amazon, la tienda virtual que lo ha lanzado al mercado, aunque su expansión no tardará. Nadie duda de que en breve, algo similar, llegará al resto del planeta. Para empezar, los pedidos —a 399 dólares la pieza (278 euros)— se han agotado por Internet. Mientras, en España, editores, libreros, distribuidores y escritores se preguntan: ¿Estamos preparados nosotros para Kindle?

No parece que así sea. Vértigo, miedo, desconocimiento, desconcierto es lo que más produce Kindle entre quienes viven del libro. No es para menos.

Este invento —que mide 18 centímetros de largo por 13 de ancho y pesa 300 gramos— tiene locos a editores, libreros y escritores, que en este caso serán los más beneficiados. En las tripas de dicho espacio caben hasta 200 libros. Pero sus usuarios tendrán posibilidad de descargarse, por ahora, 90.000 títulos, además de acceso a periódicos,

un aparato que compitiera con la comodidad y las facilidades prácticas del libro, empieza a llegar y eso que no todas las cartas de los fabricantes electrónicos están echadas. "Falta por ver qué lanzarán los de Apple y cómo mejorarán su apuesta los de Sony, la marca que más ha invertido en este campo hasta el momento con el Sony reader", asegura Francisco Cuadrado, director general de Santillana. Lo que está claro es que lo que salga de ahora en adelante se parecerá mucho a Kindle, aseguran los expertos. Es decir, que el invento representa un antes y un después en la historia del mercado editorial.

Tanto que algunos se atreven a pronosticar un futuro paradójico. Optimista y negro a la vez. Con muchos más lectores, pero sin librerías. "Yo sí me imagino un mundo sin librerías", asegura Santos Palazzi, responsable del área Mass Market, del grupo Planeta. "Está fuera de toda duda que afectará al mercado tradicional y que, por el momento, viviremos una convivencia de los dos soportes, el digital y el de papel", añade Cuadrado. Incluso una clásica de la edición como Beatriz de Moura, dueña de Tusquets, ve su futuro oscuro. Aunque se resiste a pensar que desaparecerán esos objetos a los que ha dedicado toda una vida: "Vivo estos tiempos con curiosidad. Habrá cambios radicales, aun-

que el libro, como tal, siempre ha encontrado su modo de supervivencia", dice. Hasta los mismos libreros se ven amenazados: "Difícil imaginarse nuestro papel en un futuro sin dramatismo. Estamos muy verdes en este asunto", reconoce Fernando Valverde, presidente del gremio.

Lo primero que supone El artefacto mide 18 centímetros de largo y 13 de ancho y pesa 300 gramos Los expertos auguran que los más beneficiados serán los autores

Kindle es otra redistribución de la tarta del libro. Hasta ahora los porcentajes más o menos estaban claros. Con sus variaciones, la cosa quedaba así: 30% para el librero, el distribuidor y el editor y 10% restante para el autor. ¿Con qué porcentajes de todos éstos arrasará Kindle? Podría acabar con todos menos con los del autor. "Será el más beneficiado del reparto", afirma José Antonio Millán, autor del blog *El futuro del libro*. Si un escritor acaba una no-

vela, la cuelga en su página *web* y se queda con lo que le da la gana ¿quién vendrá a discutirlo? Es lo que han hecho los de Radiohead con su último disco. La revolución que ha supuesto la era digital en el mercado discográfico puede dar pistas. "Tenemos la ventaja de poder extraer enseñanzas de lo que ha ocurrido en ese campo", afirma Palazzi, de Planeta.

El caso es que toca replantearse el papel del editor. Y a fondo. "Son una garantía de calidad y lo seguirán siendo", comenta Palazzi. Su labor de filtro resistirá en mitad de ese mercado hiperecléctico que se avecina. "A la hora de detectar temas de interés, también seguiremos siendo útiles", afirma Cuadrado. Se convertirán en consultores también. Pero lo cierto es que ya nadie va a necesitar alguien que le transforme en un objeto determinado su obra. "Ya existen modalidades como la impresión por demanda, es decir, sacar ejemplares de cualquier cosa por encargo en imprentas o sitios en Internet donde los autores publican sus obras", comenta Cuadrado. Es el caso de lulu.com o las editoriales que se han dado en llamar de vanidad surgidas en Argentina. "Aun así, es necesario un sello detrás", añade el responsable de Santillana.

La promoción, el *marketing* por la Red serán fundamentales en la nueva era de la edi-

Nuevas formas de leer, nuevas formas de editar

cultura



Ilustración del artista Gabi Beltrán. A la derecha, imagen del Kindle que se vende por internet a través de Amazon.com.



ción. “Eso tendremos que desarrollarlo al máximo”, creen Palazzi y Cuadrado. Igual que diversificar la oferta: “Deberemos crecer cada vez más para públicos más pequeños”, añade el segundo.

La convivencia es, por el momento, inevitable. Sobre todo con los libros de consulta. “Se presenta una oportunidad añadida al mercado. Si hasta ahora Amazon lo que ha hecho ha sido dar salida a lo que tenemos almacenado, los libros electrónicos nos permitirán descargar los catálogos”, cuenta Riccardo Cavallero, consejero delegado para España y América Latina de Random House Mondadori.

De hecho ya los grandes grupos tienen digitalizados todos sus títulos para lo que se avecina. Cada uno en su medida y no como está haciendo Google, por ejemplo, con un proyecto impresionante que pretende volcar en la Red todos los libros que existen. Pero este editor italiano no sólo es optimista en este campo. Además lo es con el futuro del libro tradicional. Según él, lo salvará el fetichismo. Se convertirá en un objeto de culto y de más prestigio. “Los libros se enseñan”, comenta Cavallero.

También abultan. Y en un mundo de espacios cada vez más pequeños, empiezan a sobrar objetos en las casas. Mu-

La pantalla permite adaptar el cuerpo de letra y la iluminación

La nueva era de la edición cambiará la publicidad y las técnicas de venta

chos auguran de paso un negro futuro para los fabricantes de estanterías. O para los agentes. Según Beatriz de Moura, serán los primeros intermediarios afectados. “Son los que antes van a notar el golpe. Los autores apenas necesitarán a nadie que les coloque sus obras”, cree la editora de Tusquets. Aunque el asunto de los derechos de autor, con toda la piratería que hay en la Red también traerá cola. Ahí puede haber algo que rascar en el futuro. “Pero será

cosa de los editores más bien”, dice De Moura.

Sobre el fetichismo y el coleccionismo no todos están de acuerdo. Puede que dure en las presentes generaciones lectoras tradicionales. Pero los más jóvenes... “valoran poco el objeto en sí. Quieren todo a la voz de ya. Inmediatamente. Tampoco son de ir a que les firmen los libros en la feria. El contacto con los autores lo quieren al momento. Y lo pueden tener, incluso mejor que antes, por Internet”, asegura Cuadrado.

Así que algunos van imaginándose un futuro sin ferias del libro como la de Madrid, sin firmas en las casetas de turno. Teodoro Sacristán, director de la misma, prefiere no pensarlo. “No quiero imaginarme el panorama, ni qué será de nosotros”, comenta.

EL PAÍS.COM

► Gráfico animado
Conozca las características y funciones de este dispositivo

Otras tecnologías para otros lectores

JAVIER CELAYA

El lanzamiento del nuevo dispositivo de lectura de libros electrónicos Kindle, realizado por la librería virtual Amazon, ha sido recibido con bastante recelo por parte de los editores y libreros españoles. Como ya es habitual ante la irrupción de cualquier tipo de innovación en el sector editorial, la mayoría se ha centrado en analizar los supuestos aspectos negativos de este nuevo soporte de lectura, mientras que muy pocos han intentado identificar los beneficios derivados que tendrá la consolidación de este tipo de dispositivos en la promoción del libro y en el fomento de la lectura.

Los más críticos han señalado rápidamente que otras iniciativas similares de comercialización de libros electrónicos, como los eReaders, de Palm, o Sony, no han logrado tener demasiado éxito de mercado y que, por tanto, Kindle también fracasará. Coincidió con ellos en que la primera versión de Kindle tampoco será el soporte de lectura definitivo, pero como todo nuevo producto electrónico sus siguientes versiones irán mejorando sus actuales deficiencias y añadiendo nuevas funcionalidades.

Al igual que la primera versión del iPod, que fue también ampliamente criticada, marcó en 2001 un antes y un después en el sector discográfico, la nueva apuesta Amazon va a transformar nuestros hábitos de búsqueda, compra y lectura de libros. Por primera vez, los lectores tienen en sus manos un nuevo dispositivo de lectura con un amplísimo fondo de libros digitalizados (cerca de 90.000 títulos) por un precio que no llega a ocho euros cada ejemplar.

Kindle nos permite almacenar hasta 200 libros, lo que significa que a partir de ahora nos podremos llevar casi toda nuestra biblioteca personal de viaje. Además, podemos escuchar la voz del autor a través de archivos sonoros *podcast* o ver imágenes de los lugares que se describen en la novela. También nos permite subrayar textos y anotar comentarios, pero una de las funcionalidades más destacadas es la posibilidad de conectarse a la Red para leer contenido sindicado de periódicos digitales o *blogs* o para hacer consultas en buscadores o en Wikipedia.

¿A qué se debe tanta crítica negativa? ¿No será que la mayoría del sector editorial español no tiene aún digitalizado su catálogo de libros ni diseñado su modelo de *marketing* y comercialización de libros en Internet? A lo largo de la historia empresarial hemos visto en varias ocasiones cómo externamente se hacían fuertes críticas negativas para frenar la demanda de determinado producto o servicio, mientras que internamente esa misma empresa llevaba a cabo un riguroso proceso de análisis

interno con el fin de transformar su modelo de negocio.

Y los libreros, ¿son conscientes de los cambios que se avecinan? Desgraciadamente, la mayoría considera que estos nuevos soportes no son un peligro para su negocio... La digitalización de libros conllevará la desaparición de muchas librerías tradicionales que darán paso a nuevas librerías que llegarán a convertirse en un punto de encuentro donde los lectores comprarán estos nuevos soportes y se descargarán los libros en formato digital, siguiendo las recomendaciones del librero u otros lectores, o gestionarán pedidos de impresión de libros bajo demanda.

Estamos viviendo un cambio de época donde la manera de transmitir el conocimiento, que tradicionalmente estaba basado en los libros de tapa dura y la prensa escrita, empieza a complementarse con otros soportes de lectura y comunicación. Durante una o dos generaciones no

Kindle beneficiará la promoción del libro y el fomento de la lectura

Podremos llevarnos de viaje nuestra biblioteca y escuchar al autor

El invento permite conectarse a la red y hacer consultas en buscadores

van a desaparecer los libros en tapa dura, ni los de bolsillo, ni la prensa escrita, pero nuestros hábitos de lectura y escritura están ya cambiando debido a la irrupción de las nuevas tecnologías.

¿Cuándo estarán las editoriales y librerías españolas preparadas para afrontar los retos del siglo XXI y comenzar a vender o alquilar sus libros en formatos electrónicos con el fin de incrementar el índice de lectores en este país? Los profesionales del libro deberían tener en cuenta que toda aquella actividad que tenga o conlleve un elemento electrónico tiene asegurado un interés inicial por parte de los jóvenes. ¿Por qué no utilizamos estos nuevos soportes para atraer su curiosidad hacia el contenido de los libros? Estos dispositivos permiten crear espacios de lectura y escritura más cercanos a su manera de comunicarse, lo que motivará su placer por leer en el futuro todo tipo de textos en todo tipo de soportes.

Javier Celaya es socio-fundador del portal cultural Dosdoce.com