

El sector del libro en España: las paradojas de un modelo dual.

José Antonio Cordón-García, Julio Alonso-Arévalo; Raquel Gómez-Díaz; Daniel Linder. Grupo E-Lectra de investigación. Universidad de Salamanca.

Abstract

La edición electrónica ha transformado el modelo de negocio editorial en España, configurando un sistema dual. Por una parte un sector editorial mayoritariamente analógico, caracterizado por una producción de títulos abundante, con tiradas cada vez más cortas y con cifras de devolución elevadas. Un sector en el que elementos de la cadena del libro como las librerías están sujetos a graves tensiones y a una situación de crisis generalizada. Y un sector digital, alimentado en parte por las editoriales tradicionales que están desarrollando proyectos digitales, bien reconvirtiendo el catálogo bien creando colecciones nuevas. Un sector en el que las editoriales independientes revisten una importancia significativa con el lanzamiento de colecciones, modelos de negocio en la nube y sistemas de venta y distribución adaptados a un público lector en permanente transformación, para el que las redes sociales y la lectura colaborativa es cada vez más importante. Se estudian las particularidades de ambos modelos y las consecuencias que se extrae de ellos para el futuro de la edición en España.

Palabras clave. Edición Electrónica, Modelos de Negocio, Lectura digital, Lectura en la Nube, Plataformas de venta. España.

0. Introducción

España constituye un ejemplo singular para el estudio de la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en general y del libro electrónico en particular. Se trata de un país de tradición editorial antigua, con más de cinco siglos de existencia de la imprenta, con una poderosa industria editorial, que utiliza el español como plataforma de lanzamiento de las decenas de miles de títulos que publica cada año (de hecho es la cuarta potencia editorial del mundo), con editoriales integradas en grupos multinacionales y con una fuerte proyección exterior. Sin embargo, a pesar de estas circunstancias, objetivamente favorables a una implantación sólida de la lectura, esta reviste cifras muy modestas comparadas con otros países de nuestro entorno. En este contexto en el que la lectura impresa siempre ha constituido el reto para las políticas culturales desarrolladas por los responsables administrativos, hace dos años irrumpió en el mercado editorial español el libro electrónico, tímidamente primero, con gran fuerza después, obligando a un reposicionamiento de las estrategias editoriales y a una modificación de los modelos de negocio imperantes. Las editoriales se vieron en la obligación de definir sus estrategias a corto plazo empujadas por un fenómeno que no admitía demoras: las grandes plataformas de venta y distribución de libros electrónicos como Amazon, Apple, Barnes and Noble o Google estaban desembarcando en el mercado nacional. Fruto de esto fue el surgimiento de movimientos de migración hacia lo digital por una parte, y de la aparición de una constelación de nuevas editoriales, o de propuestas innovadoras en las ya asentadas, por otra. Planeta, Anagrama, Ediciones B, etc. acometían el desafío planteado con movimientos tácticos a corto plazo dentro de una estrategia general de desplazamiento hacia la digitalización de contenidos. No en vano el año 2010 quedará como referencia pues fue el primero en el que la facturación de contenidos digitales en España fue superior a la de contenidos impresos, según el informe anual de los contenidos digitales en España 2011 (ONTSI, 2011).

En el caso de las publicaciones se especificaba que los periódicos digitales lograron una facturación de 342 millones de euros durante 2010, un 29% más que en 2009. Además, la edición digital de libros y de las revistas alcanzó los 213 y 58 millones de euros respectivamente. El lector de libros electrónicos y la tableta digital se presentan como las herramientas tecnológicas que están transformando el modelo de negocio del sector, incorporando nuevos actores y actividades de valor añadido, que se traducen en oportunidades muy novedosas para el sector editorial.

Estas cifras han continuado creciendo en el año 2011. Y si en el ámbito de los contenidos digitales se producía esta transformación en el de la lectura la traslación de un modelo a otro también ha sido permanente, dando de fe de la aparición de una nueva generación de lectores familiarizados con los nuevos modelos de publicación y que han hecho de la pantalla su sistema de intervención en la comunicación escrita, con un amplio uso de las redes sociales.

En este estudio de caso pretendemos analizar cuales son las características de estos cambios y en qué medida afectarán al modelo futuro de publicación y de lectura en nuestro país, teniendo en cuenta la coexistencia de dos modelos de publicación, el analógico y el digital con una situación de estancamiento, e incluso recesión en el primero y un desarrollo permanente y continuado en los últimos años en el segundo.

1. Metodología.

La obtención de datos estadísticos acerca del mundo del libro electrónico en general y de los circuitos editoriales en particular se ha enfrentado tradicionalmente con la escasez de fuentes existentes al respecto, así como de la inexistencia de investigaciones sobre el sector de la edición en general y de la edición electrónica en particular, fuera de los que efectuaban los gremios de editores para su uso interno, en los cuales los datos aparecían escasamente discriminados, sin continuidad en el tiempo y por lo tanto de escasa utilidad. Sin embargo en los dos últimos años la situación ha cambiado considerablemente y tanto los Gremios de Editores, como el Ministerio de Cultura, como profesionales del sector han ido desarrollando un conjunto de estudios e informes que dan cumplida cuenta de la evolución del fenómeno digital en nuestro país.

La primera fase ha consistido en el estudio de las fuentes que no han permitido obtener los indicadores y datos estadísticos sobre publicación en España. En concreto se han utilizado las series anuales de *Panorámica de la Edición Española de Libros (2011)*, publicada por el Ministerio de Cultura, que incluye una sección dedicada al estudio de la edición electrónica, discriminando por soportes, editores, áreas geográficas de publicación, etc.

Se han consultado igualmente las series anuales del *Mercado Interior del Libro (2011)*, publicado por la Federación de Gremios de Editores de España, Al igual que la *Estadística de la producción editorial en España (2011)*, publicado por el Instituto Nacional de Estadística. Se han utilizado igualmente informes de diversa naturaleza realizados por distintos agentes que trabajan en el ámbito de la edición, de la lectura y de la cultura, como la Federación de Gremios de Editores de España, la Federación de Gremios de Editores, Anatomía de la Edición, Dosdoce.com, la Dirección General del Libro y de las Bibliotecas, etc.

Por otra parte se ha efectuado un análisis de las principales editoriales independientes y plataformas de publicación digital, al objeto de identificar el tipo de colecciones que ofrecen y el modelo de negocio al que obedecen

En una segunda fase se extrajeron los datos significativos para el estudio, a saber: número de libros electrónicos publicados, principales editoriales electrónicas, principales plataformas de venta de libros electrónicos, dispositivos de lectura existentes, lectura en diferentes dispositivos, lectura digital por edad y estudios, tendencias generales en edición electrónica y lectura digital. En esta fase se unificaron criterios sobre datos diferentes según las fuentes y se homogeneizaron las medidas de los mismos contrastándolos con la información existente en la base de datos del ISBN producida por el Ministerio de cultura y que aporta toda la información bibliográfica y referencial de cada una de las obras para las que se solicita la asignación de un ISBN, como ocurre con los libros electrónicos.

Dado que se dispone de la totalidad de los registros correspondientes a los ISBN de los últimos años se ha podido realizar un análisis exhaustivo de los mismos.

2. El mercado español del libro: una situación dual

España es la cuarta potencia editorial del mundo. La edición privada, la constituyen en España unas 1000 empresas editoriales que varía de unos años a otros, aunque la casi totalidad de los nuevos agremiados se sitúan en el segmento de las pequeñas editoriales, y por otra parte, se supone que la incorporación de nuevas tecnologías a la edición puede actuar como un estímulo para la incorporación de nuevos agentes al sector editorial. La estructura empresarial del sector editorial español se caracteriza por un número pequeño de empresas —34— que facturan anualmente más de 18.000.000 euros - y suponen las dos terceras partes de la facturación editorial (el 65,7%) repartiéndose el tercio restante entre 855 editoriales. Dentro de estas últimas es indicador de la realidad del sector que 540 facturen menos de 600.000 euros al año. Es en este grupo donde hay mayor movilidad de altas y bajas en el sector, aunque esto no nos puede hacer olvidar la importante aportación de las pequeñas editoriales a la diversidad y pluralidad de la oferta editorial. El grado de concentración editorial que se da en el país es pues muy importante. De hecho El 26,8% del total de editoriales, unas 238 empresas, forman parte de un grupo empresarial o “holding”, el 100,0% de las empresas muy grandes están integradas en un grupo; el 95,2% de las grandes, un 52,9% de las medianas y un 19,3% de las pequeñas.

En 2011, el mercado editorial español generó 3.000 millones de euros y dio empleo a más de 30.000 personas. El sector del libro es, además, la única industria cultural netamente española del PIB (representan aproximadamente el 0,7%).

Un 34,6% de las editoriales publicaron en soportes distintos del papel, siendo de 70,5 millones de euros la cifra de facturación de la edición digital (el 68,9% correspondieron a Derecho y Ciencias económicas) En total se editaron 11.748 títulos en formato digital (el 64,7% en PDF), se digitalizaron 25.927 títulos del fondo de catálogo y se comercializaron 25.570 títulos (el 68,1% en ordenadores) El 8,5% de la venta de libros editados en formato digital fue directa desde la web de la editorial, el 80,2% a través de e-distribuidores, el 0,5% a través de librería y el 10,8% por otros canales.

Las editoriales españolas publicaron más de 103.00 títulos durante el año 2011 en todos los formatos (papel, digital, y otros) y en todas las lenguas, según los datos recogidos por la Agencia del ISBN. En estas cifras no se incluyen los libros catalogados por la Agencia producidos por Autores-Editor. o, la Agencia del ISBN registro un total de 17.843 obras en formato digital a lo largo de 2011, un 38% más con respecto a lo recogido en la Panorámica de la edición española de libros. Estas cifras representan el 17% del total de los libros registrados por la Agencia del ISBN en España durante 2011 y reflejan el creciente interés del sector editorial por ofrecer a sus lectores títulos editados en formato digital.

Esta progresión de la edición digital ha continuado durante el año 2012 donde uno de cada cuatro títulos registrados por la Agencia del ISBN era un libro en formato digital.. Si nos referimos al primer trimestre de 2012, el número de títulos registrados ascendió a 24.173, de los que 5.203 correspondieron a eBooks, cifra que representa el 22% del total de libros catalogados en la Agencia. Esto supone un incremento con respecto a la media de libros digitales registrados durante el conjunto de 2011 y que se situó en el 17%.

Las cifras muestran que las editoriales españolas mantienen su apuesta por el libro digital. Aumenta el catálogo tanto de títulos digitales nuevos como de títulos correspondientes a digitalización de obras que ya formaban parte del catálogo. Las empresas editoriales españolas siguen realizando inversiones para el desarrollo de los nuevos formatos aunque las ventas de eBook representan un porcentaje aún pequeño en la facturación del sector. En el año 2010, éstas alcanzaron el 2,4% de la facturación total del sector, un porcentaje similar al que obtuvieron en el resto de países del entorno europeo.

La Federación de Gremios de Editores de España publica cada año desde el 2000 un documento titulado *Hábitos de lectura y compra de libros en España* donde recoge información sobre la distribución de los lectores, la frecuencia con que leen, cuales son los temas preferidos, cuales son los motivos por qué no leen o el uso que hacen de internet y las bibliotecas entre otros parámetros.

Para poder comprobar de forma fehaciente la disponibilidad de títulos en castellano, en formato digital, con que cuentan las principales plataformas, se tomó el listado de 20 títulos que ofrece la Federación, de los libros más comprados en papel durante el año 2010 (Federación, 2011) para comprobar cuales de ellos se podían adquirir en formato electrónico. Las búsquedas se realizaron en dos momentos diferentes, durante el mes de mayo de 2011 y durante el mes de marzo de 2012 con el fin de establecer no solo la oferta existente sino además en que medida esta se sostenía o se incrementaba. La búsqueda permitió comprobar que si bien aun no es factible adquirir en formato electrónico todos los títulos propuestos por la Federación de Gremios de Editores, es notable el avance que se ha realizado en este sentido de un año a otro, en 2011 era necesario consultar al menos una plataforma nacional y otra extranjera para cubrir algo más de la mitad de los libros analizados. Para 2012 consultando una sola de las plataformas españolas ya se podría cubrir el 80 % de los títulos analizados.

Se puede decir que la oferta de libros electrónicos en castellano va en aumento a medida que pasa el tiempo, sin duda las diferentes plataformas empiezan a ver en los lectores digitales un mercado interesante y en franco aumento, lo que nos permite

presuponer que en breve tiempo adquirir un título en ebook, será casi tan factible como en papel.

3. Nuevas plataformas de publicación, nuevos modelos de negocio

Una de las transformaciones más interesantes producidas en España ha sido la aparición de plataformas de venta y distribución de libros electrónicos, que han contribuido a la consolidación de la oferta editorial y al reforzamiento de la visibilidad de autores y obras en el entorno digital.

Es el caso de Todoebook, Leer-E, Laie, y fundamentalmente Libranda, lanzada en 2010, promovida por las principales firmas editoriales del país, que facilitó el primer acercamiento conjunto de los grandes grupos editoriales españoles a la edición digital. Desde entonces el proceso se ha ido consolidando, sobre todo en el caso de los grandes grupos editoriales españoles que han ido lanzando sus propuestas de venta y distribución. Tal es el caso de Booquo, sitio de venta y club de libros en la nube en la que está involucrado el principal grupo editorial de España, Planeta. Tagus, es la plataforma puesta en marcha por otra de las principales redes de librerías existentes en España, Casa del Libro. Ediciones B, ha puesto en marcha B de Books, la primera plataforma en España que renunció al uso del DRM en la venta de libros. El grupo internacional Random House Mondadori, creó las colecciones Endebate y RMH para dar salida a sus colecciones digitales con un sistema de lectura en Streaming, textos cortos y bajos precios, en un horquilla entre los 2-4 euros. Las iniciativas se han desarrollado igualmente desde el ámbito institucional. Enclave Editores-BNE es un proyecto cooperativo de carácter experimental que fue puesto en marcha en 2009 por la Federación de Gremios de Editores de España y la Biblioteca Nacional de España con el objetivo de impulsar la innovación de los agentes en la cadena tradicional del libro. Para ello, a través de varias convocatorias, facilita a los editores agremiados la incorporación y comercialización de obras en formato digital sujetas a derechos de autor a través de la Biblioteca Digital Hispánica.

Al mismo tiempo han aparecido modelos de negocio que están renovando el sistema editorial a través de propuestas cada vez más adaptadas al formato digital. Una de ellas es la impresión bajo demanda (POD), una fórmula que permite la publicación de ejemplares según las necesidades del lector, eliminando los problemas de almacenamiento y devoluciones propios del modelo analógico. La edición de autor ha crecido considerablemente en todos los países a raíz del desarrollo de este tipo de procesos

En otros casos se arbitran sistemas que parten de la propia comunidad de lectores, como es el caso de Lecturalia o Libros.com plataformas de lectura social en la que los lectores sugieren libros y autores que desearían comprar y funcionan como redes de lectura y tiendas on line. Libros.com ha desarrollado también programas de Crowdfunding, como la obra de Lorenzo Silva Los Trabajos y los Días, financiada con la aportación de los lectores

Las editoriales independientes tienen cada vez más importancia en el desarrollo digital, fruto de ello es la creación de plataformas de publicación que integran colecciones y servicios de estas editoriales. Un ejemplo de ello lo constituyen Contexto y Libros Sin Libro. La primera agrupa a Nordica Libros (especializada en literatura del norte de

Europa), Libros del Asteroide (especializada en libros descatalogados y libros inéditos), Impedimenta (dedicada a la recuperación de obras clásicas), Global Rhythm (que publica obras musicales y de ensayo), Periférica (centrada en la literatura latinoamericana) y Sexto Piso (orientada hacia la narrativa y el ensayo contemporáneos). Por su parte Libros Sin Libro es un proyecto nacido de la alianza de varias editoriales como Ediciones del Viento, Rey Lear Editores y Menoscuarto, a las que se han unido posteriormente Bartleby Editores, Funambulista, Ediciones Cálamo, Cangrejo Pistolero, Descrito, Difácil, E.D.A. Libros, Proteus y Reino de Cordelia, Las obras de Libros Sin Libro se venden sin DRM y a un precio medio del 40% con respecto a la edición en papel.

Aunque sin ninguna duda uno de los modelos de negocio que más expectativas está generando es la lectura en Streaming, sin descargas, similar a lo que ya se está experimentando en la música con Spotify. Hay ya varias empresas que están desarrollando iniciativas en este sentido, entre las que destaca *24symbols*. Se basa en un modelo *freemium* (publicidad+suscripción), es decir lectura gratuita a cambio de la presencia de publicidad contextual no intrusiva, más la posibilidad de contratar una suscripción mediante el modelo *premium* para leer sin publicidad. Representa una buena fórmula para la promoción de editoriales y autores, ya que posibilita la lectura de libros gratis, pero con un modelo de negocio que puede representar una alternativa realista y factible para las editoriales, que va a permitir generar un retorno económico del usuario digital, a la vez que hace posible la convivencia con los modelos de negocio tradicionales.

Unas propuestas editoriales que han suscitado la aparición de nuevos géneros y nuevos sistemas. No hace mucho se publicaba un estudio sobre la desaparición de dos millones de palabras en los últimos 200 años (Petersen et al, 2011). Entre las razones del fenómeno los estudiosos argüían la tendencia al acortamiento de los términos en todos los sistemas de comunicación, con el objetivo de facilitar el intercambio y la difusión de esta. Esta tendencia a la economía del lenguaje se ha extrapolado de igual manera a la reducción de muchas de sus manifestaciones más estandarizadas, como las narrativas, con una propensión cada vez mayor a la brevedad. En este sentido asistimos, desde hace poco tiempo, a un proceso de reducción o esquematización continua que se pone de manifiesto en la aparición de fenómenos artísticos y culturales en los que el acento se pone sobre la importancia de lo breve, y en el desarrollo de aquellos géneros y modos ya preexistentes cuya principal característica es la brevedad.

Esta tendencia es uno más de los signos existentes acerca de la aceleración de nuestro tiempo. La velocidad, como afirma Milan Kundera, es la forma del éxtasis que la revolución técnica ha brindado al hombre. Los momentos de que se dispone para el esparcimiento son breves y por lo tanto han de ser breves los medios para satisfacerlos. Relatos cortos, aforismos, antologías constituyen el nuevo universo literario en el que las novelas igualmente evidencian una creciente tendencia al adelgazamiento y la consunción. El éxito de Kindle Singles, textos breves de los que Amazon ha vendido ya dos millones de ejemplares desde su sitio web, corrobora esta tendencia que ha sido reproducida por otros sitios como EnDebate, TedBooks, SigueLeyendo, y tantos otros. El concepto no es nuevo, y evoca la extracción de pistas musicales que eran vendidas separadamente del disco del que formaban parte. En la actualidad remite más bien a un tipo de edición de longitud limitada sobre temas de actualidad la mayoría de las veces, aunque también con carácter creativo. Puede ser la manera de equilibrar la aceleración del tiempo con las tendencias de lectura lenta que van cobrando importancia entre los

lectores más avezados (Slow Books, 2012). La fórmula se basa en la actualidad y la inmediatez, con objeto de incorporar al circuito textos de análisis de la realidad más próxima. Por ejemplo, John Hooper, corresponsal de The Guardian y The Economist en Roma, es un veterano periodista que en 1986, después de trabajar como corresponsal en Madrid durante unos años, escribió el libro “The Spaniards”, un retrato de los nuevos españoles en la entrada de España en la Comunidad Económica Europea. En el pasado mes de febrero, publicó en Amazon Singles *Fatal voyage*, un ebook sobre el hundimiento del crucero Costa Concordia frente a las costas italianas a mediados de enero. Fueron los responsables de Amazon, en Nueva York, los que contactaron con el autor para encargarle la obra. El libro alcanzó el número 2 en la lista de Bestsellers de Amazon.

La editorial Anagrama por su parte cuenta con la colección, 'Zoom', sólo en edición digital, compuesta por mini libros de entre 10 y 50 páginas. La colección está compuesta por cuentos, reportajes, textos inéditos y fragmentos de obras de autores especialmente significativas con precios comprendidos entre 0,99 y 1,99 euros. La colección comienza con 'Diego Armando Maradona. Vida, muerte, resurrección y algo más', una crónica futbolística del mexicano Juan Villoro que forma parte de su libro 'Dios es redondo'. Continúa con 'Fabricación casera' de Ian McEwan, el primero de los cuentos de su obra 'Primer amor, últimos ritos', que se publicó por primera vez en 1980; 'Entre las doce y la una' de Quim Monzó, un relato de un humor sarcástico y cruel sobre la conflictiva relación hombre-mujer, publicado originariamente dentro del libro 'El porqué de las cosas'. Y 'Una breve historia de la peluquería' de Julian Barnes, la historia de Gregory a través de los cortes de pelo en tres momentos distintos de su vida, que forma parte del libro de cuentos 'La mesa limón'

La consecuencia de esto es el incremento de la oferta digital en España, tanto en cantidad como en variedad. Según la consultora GfK el parque de dispositivos de lectura existente en España al finalizar 2011 estaría en torno al millón de unidades; de éstos, 285.000 se habrían vendido en 2011, un 500% más que en 2010. Un incremento también reflejado en el último informe sobre la lectura en España. Un fenómeno paralelo a este es la tendencia de los grandes grupos editoriales hacia la integración vertical con la creación venta de dispositivos de lectura propios, y venta y distribución de contenidos, al tiempo que crean comunidades de lectores en torno a sus plataformas. Es el caso de Casa del Libro, con el dispositivo Tagus, y su club de lectura, o del Círculo de Lectores, que ofrece su dispositivo Oyo, y ha creado una plataforma de lectura social Booquo. La creciente importancia de las redes sociales en las prácticas de comunicación contemporánea no ha sido ajena al mundo editorial que se ha ido incorporando paulatinamente a las mismas. Los estudios desarrollados por Forrester Research para Digital Book World (Pradier, 2012), Dosdoce (2005, 2007, 2009, 2011) y Anatomía de la edición (2010, 2011), para el caso de España, sirven para confirmar este aserto. Estos estudios muestran un sector en el que las redes sociales están cada vez más consolidadas, en el que se han potenciado los sistemas de accesibilidad y cercanía con el usuario, tal y como se hace en los sitios de Amazon, Barnes and Noble o Google eBookStore, y en los que paulatinamente se va simplificando el proceso de consulta y adquisición de obras, así como los sistemas de recomendación vinculados con las mismas, diversificándose la oferta para todo tipo de productos y formatos, tal y como se hace en las plataformas que están marcando la tendencia a nivel internacional. El estudio de Forrester Research muestra un incremento del 30% de la presencia de los editores en redes sociales respecto al año anterior. Además muestra como la mayoría de los editores

comienzan a generar blog de autores, y emplear Facebook o Twitter para articular sus propios flujos de información. La aparición de libros enriquecidos, con una capacidad de integración multimedia cada vez mayor, de los que constituyen un buen ejemplo los Vook, desarrollados por Simon and Shuster, la lectura en Streaming a través de sistemas de acceso en la nube, la mejora de conectividad, la interoperabilidad, y los desarrollos de lectura social, como Copia, Rethink Books, BookGlutton, GoodReads, Entrelectores, aNobii y otras, representan las vías por la que discurrirá la edición en los próximos años. La introducción de la hoja de ruta digital en las editoriales implica un cambio de mentalidad, según la cual el editor ha de pensar el libro de otra manera, producir de otra manera, distribuir y promocionar las obras de otra forma a como lo venía haciendo. Los editores han de adquirir las habilidades y competencias que les permitan optimizar las prestaciones y funcionalidades asociadas al contexto digital con garantías de éxito. Los editores han de asimilar la cultura de la innovación inherente a los nuevos medios, pensar en términos de la necesaria renovación permanente, pensar en términos de la internacionalización de sus actividades, adquirir las destrezas vinculadas con la gestión del conocimiento, que les permitirán dotar a sus productos de visibilidad y proyección multiplataforma, y finalmente pensar en la tecnología en términos de servicio, de aproximación al cliente y enriquecimiento de la participación de este en los procesos de valoración de los productos.

La colaboración es la metáfora que articula el nuevo sistema. El editorial ha sido uno de los sectores donde el proceso de incorporación del usuario ha dado mejores rendimientos, constituyendo una tendencia cada vez más potente y una exigencia de funcionamiento que se va interiorizando como imprescindible. Es una manifestación más de la aparición de formas de innovación empresarial basadas en el conocimiento compartido, en la cooperación del consumidor en los procesos de innovación y mejora de los productos que consume. El lector, como consumidor de productos culturales, ha empezado a desempeñar un papel activo en el desarrollo de los productos que le pueden interesar, sometiéndolos a crítica, comentarios e intercambiando opiniones sobre ellos, bien a través de circuitos de carácter general, bien a través de redes de carácter especializado. Esta particularidad ha provocado una pérdida de importancia de los sistemas de legitimación cultural tradicionales, basados en una relación jerárquica (especialista-critico-lector) en beneficio de procesos de referencia horizontal (lector-lector) en los que las redes sociales desempeñan un papel sustancial (Cordón; Alonso, 2012)

Sin embargo, esta industria lleva cuatro años experimentando pérdidas moderadas imputables a los efectos de la crisis económica general y la creciente influencia de modelos de negocio afincados en lo digital. Según los datos de Nielsen el descenso total en ventas se sitúa en torno al 15%. Las cifras de Nielsen muestran, además, que actualmente los libros más vendidos ofrecen cifras de facturación cada vez menor, con descensos que pueden llegar al 50%. Un ejemplo de la situación del mercado del libro impreso lo ofrecen las ventas del top 100 de CEGAL (Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros), según las cuales desde agosto de 2011 que reflejan datos de facturación a la baja, con 47.125 ejemplares vendidos en octubre cuando, en teoría, es el tercer mes más potente del año, 37.569 ejemplares, en febrero, y 46.370 ejemplares en Marzo. Si se observa el ranking de la primera semana de mayo (del 30 de abril al 6 de mayo) de 2012 los hechos se agudizan: «El enredo de la bolsa y la vida» (Seix Barral), de Eduardo Mendoza, es el libro más vendido en toda España

con la ridícula cifra de 825 ejemplares. La cosa no mejora en el ranking mensual, donde la misma novela acumula 6.300 copias. El resto de libros más vendidos en esa semana, y durante el mes de abril, no deja lugar a dudas, la industria se enfrenta a una crisis de difícil respuesta:

LISTA DE AUTORES MAS VENDIDOS DURANTE EL MES DE ABRIL Y PRIMERA SEMANA MAYO			
AUTOR	TITULO	1ª SEMANA	ABRIL
Eduardo Mendoza	El enredo de la bolsa y la vida	825 ejem.	6.300
Suzanne Collins	Los juegos del hambre	690 ejem.	3.503
Suzanne Collins	En llamas	568 ejem.	2.884
Jomas Jonasson	El abuelo que saltó por la ventana y se largó	501 ejem.	2.836
Almudena Grandes	El lector de Julio Verne	325 ejem.	
María Dueñas	El tiempo entre costuras	267 ejem.	
Carlos Ruiz Zafón	El prisionero del cielo	228 ejem.	959
Clara Sánchez	Entra en mi vida	189 ejem.	
Antoine de Saint-Exúpery	El Principito	178 ejem.	
Mario Vargas Llosa	La civilización del espectáculo	147 ejem.	
Jaume Cabré	Yo confieso		1069
Federico Moccia	Esta noche dime que me quieres		960
Paul Auster	Diario de invierno		874
Clara Sánchez	Entra en mi vida		777
Laura Gallego	Mago por casualidad		596

Tabla 1. Autores más vendidos. Fuente CEGAL. Elaboración Propia.

La cuestión que habría que plantearse es si el descenso en el poder adquisitivo en España derivado de la crisis tiene parte de culpa, o el problema de la lectura en España no es coyuntural, sino estructural. Hay otras circunstancias complementarias que es preciso conocer para obtener un detalle preciso de la situación. El cambio de gobierno, en diciembre de 2011 supuso la desaparición de la Dirección General del Libro y las

Bibliotecas cuyas competencias fueron asumidas por la Dirección General de Políticas e Industrias Culturales y del Libro. Las competencias específicas centradas en el libro y las bibliotecas desempeñadas durante más de dos décadas por una dirección general específica quedaban subsumidas en un conglomerado general dedicado a las Industrias culturales y del libro, perdiendo unas señas de identidad que han constituido un referente para el sector y para la sociedad durante gobiernos de todo signo. El presupuesto destinado a cultura ha pasado de 1220 millones de euros en 2008 a 937 en 2012, con recortes en todas las partidas presupuestarias, entre las que aquellas destinadas a red pública de bibliotecas y al fomento de la lectura son especialmente sensibles para la actividad editorial. Debido a esta situación se están empezando a cerrar bibliotecas, hay reducción de horarios, cancelación de fines de semana y destitución del personal. Esta reducción presupuestaria de los últimos tres años afecta igualmente al presupuesto para adquisición y renovación del fondo documental lo que implica desactualización de las colecciones, impresas y digitales. Por lo que respecta a los Servicios, que las bibliotecas vienen prestando: se ha reducido el número y la calidad de la programación de actividades de fomento de la lectura a la ciudadanía.

La librería constituye otro eslabón importante de la cadena del libro sujeto a una fuerte reestructuración como se puede apreciar en las cifras arrojadas por el Informe SIEGLE: Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España, para 2010, según el cual las librerías especializadas han pasado de ocupar un 44,5% en 2001, a un 34% en 2010, o las librerías generales con fondo especializado han pasado en las mismas fechas de un 30% a un 11% (SIEGLE, 2011) dando fe de la crisis de un tipo de edición más independiente y minoritaria cuyos circuitos han ido desapareciendo del tejido productivo y cultural español. Al contrario, la librería de carácter general y las de grandes superficies ha experimentado un crecimiento espectacular, con lo que esto representa para la salvaguarda de la diversidad cultural. La disminución del circuito de distribución especializado redundando negativamente en la edición académica cuyo consumo se ha retraído, con una reducción generalizada de las ventas que se puede situar en torno al 10%, también debido a la reducción de los presupuestos destinados a las universidades, que ha conducido a la reducción de las partidas destinadas a la publicación de material de apoyo a la docencia y difusión de la investigación. Esto, unido a una reducción de la oferta de originales motivado por el impacto de la reducción presupuestaria en las actividades investigadoras, supone un empobrecimiento de la producción académica y científica. Frente a ello, las editoriales académicas están apostando por la edición digital, que permite abaratar sensiblemente los costes y ofrecer productos de calidad a menor precio.

De esta situación de la librería también constituye un indicador su adaptación a las nuevas formas de lectura electrónica. En este sentido el 16,5% de las librerías han vendido, durante el año 2010, lectores de libro electrónico, un 1,1% más que en el año 2009, por tanto se detecta un cierto estancamiento en las ventas si las comparamos con el aumento de 2008-2009 que fue del 5,1%. Las librerías que más venden dispositivos de lectura electrónica son las muy grandes (52,6%), seguidas por las grandes (27,1%), por las medianas-grandes (13,9) y por las medianas pequeñas (8,0%). Dos observaciones al respecto, la primera, es que el tamaño de la librería marca diferencias muy evidentes en la venta del lector de libro electrónico y, la segunda, es que en tres de los cuatro grupos aumenta el número de librerías que venden el lector, respecto al 2009, pues en el de las librerías grandes disminuye. Por otra parte sólo el 14,7% de las librerías, ha vendido durante el 2010 libros electrónicos. Tanto este porcentaje, como el comportamiento de los cuatro segmentos de librerías, guardan relación con las ventas de

lectores de libros electrónicos. Así, las librerías muy grandes que han vendido libros electrónicos son un 42,1%, las grandes un 24,1%, las medianas grandes un 11,0% y las medianas-pequeñas un 8,8%.

La lentitud del sector editorial en español respecto a otros mercados, especialmente anglosajones, unida a la potencialidad de la lengua española hace del mercado del libro digital en español un objetivo muy atractivo para las principales plataformas internacionales. Esta ralentización viene motivada no solo por las negociaciones con autores, traductores y agentes literarios en España, sino en especial por la necesidad de encontrar modelos sostenibles que permitan mantener la rentabilidad del libro en papel, ya que es éste el que viene sosteniendo el negocio editorial desde hace mucho tiempo. Es por tanto un temor común la posible competencia del libro digital respecto al tradicional, a pesar de que ambos formatos, creemos, convivirán aún durante mucho tiempo. Una sospecha que, si bien parece confirmarse en otros mercados más adelantados, en el caso español debería matizarse por la aún escasa cultura de compra online en nuestro país, la todavía arraigada cultura del papel y unos hábitos de lectura en digital en crecimiento, pero aún menos avanzados. Existen, por otro lado, estudios que ponen de manifiesto el poder del libro digital para incrementar la lectura y el consumo —de pago— de más libros.

En este escenario España, como potencia editorial mundial, líder además del mercado de libros digitales en América Latina y con porcentajes de lectura digital en aumento, es una perfecta puerta de entrada al mercado de libros en español para gigantes como Google, Apple o Amazon. Su asentamiento en España se asume como un hecho inevitable, pero también como un poderoso revulsivo para la industria editorial española. En palabras de Antonio María Ávila, director ejecutivo de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), “[Amazon] va a dinamizar mucho el sector, es lo que queríamos. No se le teme, sino que creará más competencia y posibilitará un crecimiento del mercado, como suele ocurrir con la presencia de nuevos operadores”. No obstante, este llamado efecto “dinamizador” no está exento de riesgos, fundamentalmente los derivados de la posición dominante que ha llegado a alcanzar en otros países⁹ y de la fuerte competencia que puede suponer su establecimiento para el sector editorial español. Como manifestaba a los medios Santos Palazzi, director de Mass Market del Grupo Planeta, “a Amazon también le interesa ser editor en España, con vistas al mercado latinoamericano”. En cualquier caso, dadas las limitaciones establecidas por la ley del precio fijo en nuestro país, en el caso de España serán probablemente su capacidad para negociar con los autores, su extensísimo catálogo y su cómoda experiencia de compra los factores que, en principio, determinarán hasta dónde llegará el éxito de la mayor tienda online del mundo en su desembarco español.

Conclusiones

1. Existencia de un modelo dual en el que conviven la edición analógica, con un fuerte incremento de títulos, aunque con una disminución de tiradas, con la digital, cada vez más importante y con propuesta editoriales y modelos de negocio en alza y con una demanda creciente.
2. Proceso de reajuste de todo el sector editorial para integrar el modelo digital en los procesos de edición tradicional. Desde hace dos años el sector editorial es consciente de la necesidad de involucrarse en los desarrollos digitales y son cada vez más las editoriales que han elaborado proyectos de desarrollo digital.

3. Cooexistencia de diversos modelos de acceso a los contenidos. Los modelos de acceso a los contenidos están cada vez más diversificados, adaptándose a modelos de lectura digital cada vez más diferenciados. La impresión bajo demanda, los sistemas de autopublicación, el Crowdfunding, la lectura en Streaming y la asociación de editores independientes en plataformas de venta y distribución editorial configuran un panorama de renovación en la oferta digital española. El despegue definitivo del ebook en España vendrá apoyado por una mayor facilidad de acceso a los contenidos y la configuración de una oferta con precios más competitivos
4. Tendencia hacia la integración vertical por parte de los grandes grupos editoriales integrando la venta de dispositivos, la generación de contenidos y la venta y distribución de los mismos
5. Creación de comunidades de lectores y servicios complementarios de recomendación en torno a los libros que permiten la articulación de un ecosistema digital que integra a los diferentes integrantes de la cadena de valor del libro.
6. Creciente importancia de las redes sociales en la configuración del modelo de lector y en la actividad del sector editorial.

Referencias

Anatomía de la Edición (2010). Primer informe sobre el uso de Facebook en el sector editorial. <http://www.anatomiadelaedicion.com/2010/04/primer-informe-uso-facebook-sector-editorial/>. Anatomía de la Edición (2011). El uso de Twitter en las editoriales españolas. <http://www.anatomiadelaedicion.com/2011/09/el-uso-de-twitter-en-las-editoriales-espanolas-2011/>

Cordón-García, J. A.; Alonso-Arévalo, J. (2012). Mediación y legitimación cultural: la impronta de las redes sociales. Anuario ThinkEPI.

Dosdoce.com (2005). La comunicación en la promoción del libro. <http://www.dosdoce.com/articulo/opinion/3635/articulo/estudios/3058/la-comunicacion-en-la-promocion-del-libro/>. Dosdoce.com (2007). Tendencias Web 2.0 en el sector editorial. Disponible en: <http://www.dosdoce.com/articulo/opinion/3635/articulo/estudios/3066/tendencias-web-2-0-en-el-sector-editorial/>. Dosdoce.com (2009) Digitalización del libro y uso de las redes sociales en el sector editorial. <http://www.dosdoce.com/articulo/opinion/3635/articulo/estudios/3070/digitalizacion-del-libro-y-uso-de-las-redes-sociales-en-el-sector-editorial/>. Dosdoce.com (2011). Industria Editorial 2.0. <http://www.dosdoce.com/articulo/estudios/3697/industria-editorial-2-0/>

Federación de Gremios de Editores de España (2011). *Hábitos de lectura y compra de libros en España, 2010*. Madrid, Federación de Gremios de editores. <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp>
Estadística de la Producción editorial (2012). Madrid, Instituto Nacional de Estadística. <http://www.ine.es/prensa/np704.pdf>

Mercado Interior del Libro (2011). Madrid, Federación de Gremios de Editores.

ONTSI (Observatorio Nacional de las telecomunicaciones (2011) . Informe anual de los contenidos digitales en España: Industria y Hábitos de Consumo. Madrid, ONTSI.
<http://www.red.es/media/registrados/2011-11/1322037904557.pdf?aceptacion=3765f231ec00f081e7a8a66fa3417831>

ONTSI (Observatorio Nacional de las telecomunicaciones (2011) Las redes sociales en Internet. Madrid. ONTSI.
http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/redes_sociales-documento_0.pdf

Panorámica de la edición española de libros (2011). Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Petersen, A. M.; Tenenbaum, Joel; Havlin, Shlomo; Stanley, H. Eugene (2011). Statistical Laws Governing Fluctuations in Word Use: from Word Birth to Word Death. IMT Lucca Institute for Advanced Studies, 2011.
<http://eprints.imtlucca.it/1131/1/WordGrowthDynamics.pdf>

Pradier, F (2012). Editeurs, Twitter et Facebook sont faits pour vous. Actualitte: le univers du livre. <http://www.actualitte.com/actualite/monde-edition/les-maisons/editeurs-twitter-et-facebook-sont-faits-pour-vous-33340.htm>

SIEGLE (2011) Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España, 2010. Madrid, CEGAL.

Situación actual y perspectivas del libro digital en España (2012). Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Slow-Books Manifesto (2012). The Atlantic.
<http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/03/a-slow-books-manifesto/254884/>