

Medio	El Mercurio
Fecha	29-3-2015
Mención	¿Se desinfla el libro electrónico? Mención a Ediciones Universidad Alberto Hurtado.

REPORTAJE | Opinan algunos actores chilenos:

¿SE DESINFLA EL LIBRO ELECTRÓNICO en el mundo, mientras despunta en Chile?

A la luz de algunas cifras de venta, desde el año pasado, tanto en el mercado en español como en el anglosajón, se debate si, contra las trompetas que anunciaron el reemplazo del libro de papel, el digital tocó techo. En nuestro país, hay quienes reconocen brotes auspiciosos para este mercado, aunque, claro, todavía estamos muy atrás.



Patagonia Ebooks, además de editar libros digitales, distribuye a otros sellos. En 2014 las ventas crecieron 160%.



LUIS VALDES



Isabel Buzeta, Uqbar Editores.



Hernán Rosso, Penguin Random House.



Florencia García, Bibl. Digital Pública.



Arturo Matte, Editorial Universitaria.

En 2007 la digitalización del mundo tocó más directamente al libro. Ese año Amazon, el gigante del comercio digital, lanzó Kindle, su lector de libros electrónicos que, a diferencia de una pantalla de computador, utiliza la tecnología de tinta electrónica; o sea, no brilla, no cansa la vista y se ve bajo el sol. El mismo año apareció el iPhone de Apple, y desde entonces los teléfonos son inteligentes.

Siete años después, tenemos tabletas, phablets o fabletas (la combinación de un teléfono inteligente y una tableta), y otros lectores de libros electrónicos, como el Reader de Sony, Kobo o Nook de Barnes & Noble. También a los tres monstruos de internet —Google, además de los ya citados Amazon y Apple— metidos en el negocio.

En estos años la industria editorial ha navegado entre la perplejidad, la negación y la aceptación. Y, de un tiempo a esta parte, ha pasado al ataque creando sus propios gigantes para pararse de igual a igual, sobre todo Penguin Random House, el grupo nacido en 2013 que, según dijo The New York Times, “podría desencadenar un round largamente esperado” con los tres señores del mercado digital. (Hachette se le adelantó con un conflicto contra Amazon, que recién se resolvió a fines de año pasado.)

¿El regreso del papel?

Pero, hace más o menos un año, el mundo editorial se está preguntando si —luego de los augurios de una avalancha que arrasaría con todo— el libro digital se está frenando.

Por ejemplo, según publicó la revista El Cultural del diario El Mundo de España: en Estados Unidos la venta de lectores electrónicos bajó 65% el año pasado y la de libros digitales pasó de 23% a 21%; para el año 2015 el libro de papel debiera representar el 80% de las ventas a nivel mundial, y fuera del mercado en inglés, en Europa continental (donde las legislaciones en general protegen a la edición local), las letras digitales no logran pasar del 5% del mercado.

Según las Predicciones de Tecnología, Medios y Telecomunicaciones de la consultora Deloitte, en 2013, el 92% de los lectores entre 18 y 29 leyeron libros impresos y, más decidor, su media de lectura de libros físicos es la misma que la de sus mayores. Más todavía, casi la mitad de las personas entre 16 y 34 años concordaron con la siguiente afirmación: “Para mí, los libros electrónicos jamás reemplazarán a los libros reales”.

Quizás por eso en Inglaterra se leen titulares como: “La venta de libros está eclipsando a las alternativas digitales” (Telegraph). O: “El mercado del libro físico está regresando después de años de declive” (The Times).

Sin embargo, mirado desde el otro lado, se podría decir que en 2014 las ventas de libros electrónicos crecieron 4,9% en Estados Unidos, lo que en plata significa 1.570 millones de dólares en ingresos. Crecimiento que se explica por la venta de libros infantiles y juveniles; o sea, aquella que disfrutan los lectores de hoy y —más importante para el mercado— de mañana. O que en España el 23% de los libros que se publican son digitales, y que las ventas llegaron a 80 millones de euros en 2014, 8% más que en 2013.

De ahí un titular de The Guardian: “El libro digital ha muerto. Larga vida al libro digital”. Y luego: “Los reportes según los cuales los libros físicos están ganando terreno a costa de los digitales simplemente están equivocados” por que, por ejemplo, ignoran el crecimiento en el uso de tabletas y porque según Apple cada semana se suma un millón de usuarios a su plataforma iBooks.

Además, en España al menos, las cifras de ventas se basan en los registros de ISBN. El problema es que eso deja fuera a los libros no registrados, por ejemplo las autoediciones, uno de los fenómenos que han explotado con el formato electrónico.

Luego, las cifras no son reales.

Y entonces, ¿se desinfla el ebook?

El techo

Según Jaime Sués, director de Medios Digitales para Latinoamérica del Grupo Planeta, lo

que pasa en España y en Estados Unidos corresponde a dos realidades distintas: “En el mercado estadounidense de habla inglesa, el libro digital ha conseguido ya una penetración techo (menos del 20% del mercado editorial de interés general) y a partir de ahora se estima que evolucionará igual que el grueso de la industria editorial”, dice.

En cuanto a España, explica, donde la penetración del libro electrónico es menor (“aproximadamente 2,5% del mercado editorial”) la “ralentización” se debe a una combinación de factores: “Crisis económica, migración a otras formas de ocio, ralentización de las ventas de tabletas, mercado de teléfonos inteligentes saturado y, sobre todo, más piratería”.

Una opinión similar tiene Hernán Rosso, director general de Penguin Random House Chile, cuyo catálogo nacional —cuatro mil títulos, cuenta— está todo digitalizado. Para él la palabra no es estancamiento, sino “desaceleración, porque, como en todo mercado nuevo, los primeros años crece exponencialmente”.

Javier Sepúlveda —CEO de Ebooks Patagonia, la editorial y distribuidora de libros digitales chilena— tiene una mirada aún más optimista. “Pasó una primera oleada, los *early adopter*, como dicen los gringos, que son los primeros en adoptar una tecnología; eso ya se copó, por lo menos en estos países desarrollados, y ahora viene una segunda oleada con la gente que viene un poco más atrás y con los países menos desarrollados”. Y, por otro lado —agrega— “cuando las editoriales dicen que el libro digital representa menos del 10% de las ventas, yo les pregunto de vuelta: ¿de tu catálogo histórico, cuántos libros tienes efectivamente en formato epub y en cuántas tiendas los estás vendiendo?”.

¿Y en el fin del mundo?

“Chile es el segundo mercado con mayor lectura digital en Hispanoamérica (muy a la par con México, que ocupa la primera posición). Uno de cada cinco *ebooks* de Hispanoamérica se lee en Chile. Sus tasas de crecimiento estimadas son de 40% anual. Cada día, entre 500 y 700 chilenos compran uno por primera vez”.

Los datos provienen de la versión latinoamericana de Casadellibro.com (mx.casadellibro.com) y los entrega Jaime Sués (la cadena de librerías y portal de venta en línea también es parte de Planeta).

La proyección, dice Sués, es que ese crecimiento se mantenga al menos por tres años más. Prometedor. Claro que no hay que olvidar que todavía Chile —o su industria edito-

rial— está en una etapa incipiente, exploratoria en este mercado. Sin embargo, si nos vamos de los libros con registro ISBN (lo que deja fuera mucha edición digital), descubriremos que si en 2010 el 5,64% de ellos era electrónico (288 de 5.107), en 2013 llegamos a 8,78% (523 de 5.952). Otro dato: de 2012 a 2013 crecieron en 8,78% mientras que los libros impresos bajaron en 7,1%

Una de las editoriales chilenas que tienen todo su catálogo digitalizado es Uqbar. Su directora, Isabel Buzeta, reconoce que aunque ese lado del negocio está creciendo, “son cantidades menores”, alrededor del 1% o 2% de su volumen de venta. “Yo no tengo cifradas mis expectativas ahí, no le dedicó el 100% ni mucho menos de mi trabajo. Le damos importancia, estamos ahí, pero no ando pendiente”. Una realidad, cree, que es la de la mayoría de las editoriales locales.

“Aquí tenemos todo por crecer”, dice Rosso. “Sigue siendo un negocio marginal, que está entre el 2% y el 4% de la venta total, por lo menos en las editoriales grandes. Todavía hay que desarrollar clientes locales que vendan libros electrónicos y, además, de los grandes jugadores mundiales el único que realmente vende fuerte en Chile es iBooks”.

De todo modos, Rosso ratifica que Chile “es un jugador muy importante en América Latina, el hábito de leer en digital crece en mayor medida que en otros países” (por ejemplo que en Argentina). ¿Una proyección?: “Calculo que de acá a cinco años estaremos entre el 5% y el 10% del mercado; para eso se tiene que dar como condición clave que Amazon tenga un nivel fuerte de venta en el país y que algún jugador local también salga a jugar en esta categoría”.

Un ejemplo: Patagonia Ebooks —si no la única, al menos es la principal editorial chilena del rubro— tiene menos del 10% de su catálogo en papel y, por lo mismo, el 95% de sus ventas proviene de los libros electrónicos. Y por el lado de la distribución (venden *ebooks* de otras editoriales en su sitio y en plataformas como Amazon, Google Play, iBook Store o Barnes & Noble), crecieron 160% de 2013 a 2014, según cuenta Javier Sepúlveda. Y aunque prefiere no entregar cifras netas, dice que son “miles de títulos”.

Sepúlveda cree “que las editoriales chilenas se están poniendo las pilas” y que si en España hablan de desaceleración, “acá crece y crece”. De hecho, basta entrar a su tienda (Librospatagonia.com) para encontrarse con libros digitales de Cuatro Vientos, Ediciones UC, Cuarto Propio, Ediciones Universidad Alberto Hurtado, Mago, entre otras. A eso puede sumarse el trabajo que están haciendo Lom, Ril o Forja.

También la Editorial Universitaria, aunque por ahora solo con sus libros en pdf y no en epub, el formato tipo. “Deben ser unos 40 libros”, cuenta Arturo Matte, su gerente general. “Nuestro catálogo es más bien de carácter académico y una de las formas que encontramos para llegar con él a universidades y bibliotecas del resto del mundo es a través del libro digital. La idea es tener presencia ahí, más que aumentar las ventas”, dice. “Personalmente, y puede ser que me equivoque, no tengo expectativas de que los volúmenes de venta sean cuantiosos o importantes”.

Además, apunta Matte, en Chile “la industria se sostiene en gran medida por las compras que hace el Estado, que son en papel, entonces si no tienes compras públicas es muy complejo poder mantenerte en el tiempo o aumentar tu presencia”. No cree lo mismo Sepúlveda: “Es lo opuesto, una editorial digital es sostenible porque puedes publicar mucho y vender inmediatamente en todos los países del mundo evitando los altos costos de la imprenta y distribución internacional”.

De las palabras de Matte y Sepúlveda se deduce una de las principales virtudes que ven los editores chilenos en el mundo digital: traspasar fronteras. “Lo poco que vendemos lo compran de afuera”, dice Isabel Buzeta. Además, concluye, es una manera de que los libros sigan vivos: “Prefiero que esté digitalizado a que me lo anden fotocopiando”.

Otra fuente importante de compras está empezando a ser el Estado. En particular gracias a la Biblioteca Digital Pública, que lleva

un año y medio en funcionamiento, tiempo en el cual ha invertido 90 millones de pesos en comprar libros electrónicos; gracias a lo cual —cuenta Florencia García, su directora— tienen “aproximadamente 1.900 títulos chilenos editados con posterioridad al año 2008 o 2009”.

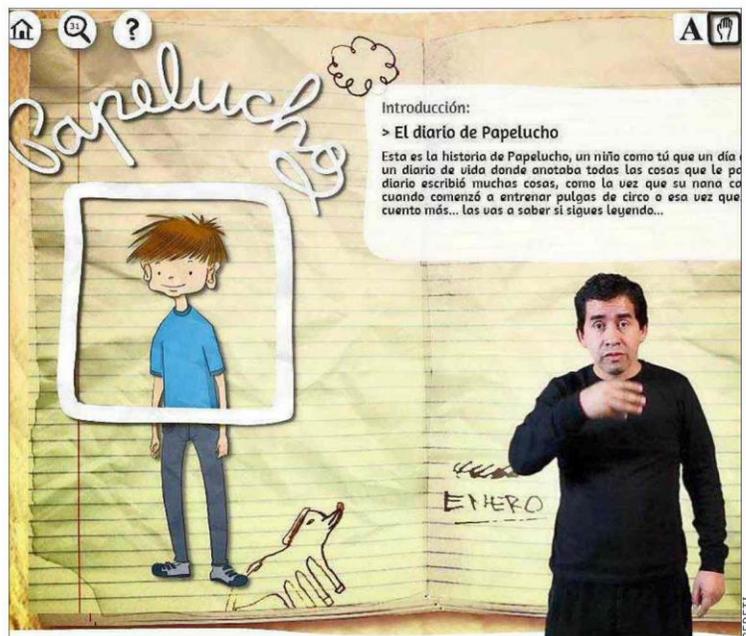
Pero, más allá de eso, Buzeta cree que en Chile todavía se está tanteando. García es de una opinión similar: “No existen modelos comerciales claros”. “Las restricciones son económicas, y si tengo limitaciones económicas no voy a atreverme a desarrollar la tecnología que favorezca la difusión de algo que

no sé si se va a vender”.

Sin embargo, para Hernán Rosso la situación es mucho menos incierta “que hace cinco o seis años”, “uno ya sabe, más o menos, qué negocio es el papel y qué negocio es el digital, qué ventajas tiene cada uno”.

Para Jaume Sués “el futuro de la lectura digital en Chile pasará porque las editoriales mantengan los contenidos de calidad actuales y los adapten a nuevas formas de consumo, que hoy son incipientes. Por ejemplo —dice—, libros electrónicos interactivos, integrados en redes sociales para lectura social o en forma de App”.

Se entiende, entonces, la conclusión de Florencia García: “El factor tecnológico es súper importante, porque es un área que está en permanente cambio. Por lo tanto, lo peor es pensar que el libro digital se quedó donde está ahora, en el formato epub, que en realidad es un pdf mucho más amistoso. Tal vez eso no está bastando para que un lector se enganche. Hay que fomentar la exploración tecnológica, ir más allá, sobre todo en la lectura infantil, y tal vez ahí no importe mucho cuántos lectores estamos teniendo ahora, sino cómo el libro digital se suma a aumentar la lectura, que es lo que todos queremos”.



El libro digital puede ser más que el solo traspaso del contenido del papel. En la imagen, uno de Papelucho que incluye audio y videos en lengua de señas.

Los lectores digitales: mujeres, mayores, romanticismo y autoayuda

Si uno mira los listados de venta de los grandes portales verá que **la novela romántica domina el mundo del libro electrónico** (de hecho existen editoriales digitales dedicadas exclusivamente al género). También lideran los libros de autoayuda o desarrollo personal, y sagas de aventuras.

En el caso de Planeta, dice Jaime Sués, "las categorías más demandadas son la romántica, ciencia ficción y de negocios, de títulos recientes (posteriores a 2011)".

Además, agrega que **"dos de cada tres lectores digitales son mujeres de 25 a 45 años"**.

Javier Sepúlveda dice que del catálogo de Patagonia Ebooks el libro "que siempre ha estado número uno" es **"La tregua", de Mario Benedetti**. Hernán Rosso, por su parte, cuenta que, como todavía en Chile las ventas son pequeñas, en el caso de Penguin Random House hay una correlación entre lo más vendido en papel y en

versión digital, o sea: **Roberto Ampuero, Pablo Simonetti**, por ejemplo. Y cuando uno podría creer que esto es cuestión de jóvenes, cuenta que "donde más pega" el libro electrónico es en los **"adultos mayores"**. "Porque son muy lectores, y cuando alguien es realmente lector consume bastante *ebooks* pues tiene a disposición un catálogo mucho más grande y que no se agota; y porque tiene algunos atributos muy prácticos, como el tamaño de la letra, que uno puede ajustar o el peso de un *e-reader* (el aparato para leer libros electrónicos, como Kindle) que es muy liviano".

De lo anterior se deriva otro dato, que **el lector habitual ocupa *e-readers*** mientras el más esporádico lo hace en tabletas o celulares. De todos modos Sués destaca **"el aumento del uso del teléfono inteligente"**, aunque dice que el peso está en las tabletas.

Aun así, se dice, el 85% de las ventas de Google es a celulares.

