



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Trabajo Fin de Grado

**LA FILOLOGÍA APLICADA Y
EL SECTOR EDITORIAL: UNA
PROPUESTA DE EMPRESA**

Alumno/a: Lorena Mayenco Campos

Tutor/a: Prof. D. David González Ramírez
Dpto.: Filología española

Julio, 2016

ÍNDICE

1. LA FILOLOGÍA Y OTROS ENTORNOS PROFESIONALES (A MODO DE INTRODUCCIÓN)	4
2. LA FILOLOGÍA Y OTROS ENTORNOS PROFESIONALES (A MODO DE INTRODUCCIÓN)	9
2.1. Grandes hitos del siglo XX antes de la revolución editorial. La era de la digitalización	9
2.2. La industria editorial en España hoy	13
2.3. Incorporación de nuevas fórmulas digitales al mercado editorial	19
2.4. Los nuevos soportes electrónicos: fortunas y adversidades	24
3. DE LA FILOLOGÍA A LA EMPRESA PRIVADA: “LITERATURÍZATE”	28
4. BALANCE FINAL (CON UN DESEO AÑADIDO)	35
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37
6. ANEXOS	39

DESCRIPTORES

RESUMEN: El presente proyecto, ligado a la Filología aplicada, se va a desarrollar en dos bloques. En el primero, se elaborará un estado de la cuestión sobre la situación actual que se está desarrollando en la industria editorial; ello nos llevará a tratar sobre los nuevos soportes electrónicos que se están incorporando en el mercado de la edición. La segunda parte del trabajo, más personal y creativa, va a consistir en una propuesta de empresa de una editorial que se adapte al perfil de un lector interesado en la literatura contemporánea.

PALABRAS CLAVE: Filología aplicada, edición, digitalización, empresa, literatura.

ABSTRACT: The current project, bound to applied philology, is carried out into two parts. In the first part, will be prepared a state of play about the current situation which is being developed in the publishing industry; that will lead us to address new electronic mediums which are being joined in the edition market. The second part of the project, more personal and creative, consists of a publisher company proposal which is adapted to a reader profile interested in contemporary literature.

KEY WORDS: Applied philology, edition, digitalization, company, literature.

1. LA FILOLOGÍA Y OTROS ENTORNOS PROFESIONALES

(A MODO DE INTRODUCCIÓN)

A lo largo de nuestra formación académica como filólogos, hemos ido adquiriendo conocimientos fundamentales sobre materias expresamente filológicas, como puede ser el gran abanico que ofrece el terreno de la sintaxis, el estudio de la formación de palabras que se trabaja en el plano de la morfología, los tipos de lingüística y sus distintos enfoques, o el sinnúmero de autores, obras, tendencias y épocas que se extienden por nuestra historia de la literatura, entre otros campos. De entre las diversas orientaciones o vertientes que ofrece la disciplina en la que nos hemos especializado, sin duda, las más comunes guardan relación directa con el ejercicio de la docencia y de la investigación. Realmente, resulta enriquecedor adquirir conocimientos filológicos para transmitirlos posteriormente en las aulas de los institutos y universidades, aplicar todo aquello que has asimilado y trabajado durante años de formación en investigaciones de diversa índole, impartir conferencias y ofrecer estudios que estén vinculados con todo lo que verdaderamente te apasiona...

Sin embargo, a medida que hemos ido ahondando el espíritu de la Filología, hemos descubierto que existen otros caminos hacia los que orientarse; en una época tecnocratizada era difícil que una disciplina como la nuestra (fuertemente ligada a la tradición impresa y a la difusión de ideas) menospreciase las posibilidades que ofrece los campos relacionados con la edición y la imprenta digitales. Es esta tercera vía la que comúnmente se ha denominado Filología aplicada, y que ofrece salidas profesionales que no fijan su orientación hacia la docencia o la investigación, sino que se abre hacia otras ramas distintas a las anteriores. A pesar de ser una filología independiente del resto, guarda relación con la naturaleza que la caracteriza, una esencia que permanece inmutable aunque presente variaciones. En este caso, la archivística, el turismo literario o el sector editorial son orientaciones profesionales que entroncan con esta nueva vertiente.

La asignatura del actual plan de estudios de Filología Hispánica denominada “Entornos profesionales”, impartida por el profesor David González Ramírez, me ha descubierto una nueva forma de concebir el mundo de las letras y de los libros; este, sin duda alguna, ha sido el motivo fundamental que me ha llevado a decidirme por un tema arriesgado y menos

convencional para este tipo de proyectos. Durante las horas de formación académica de esta materia, tanto teóricas como prácticas (en mi caso estas las desarrollé en el Archivo de la Biblioteca de la UJA), he podido conocer más de cerca otros ámbitos no ligados a la vía docente que me han resultado muy atractivos, como pueden, amén de los mencionados, los medios de comunicación, la gestión de la documentación, el sector editorial, etc.

En relación al último ámbito mencionado, el de la industria editorial, nos basta con levantar la mirada, observar a nuestro alrededor y detenernos a pensar un segundo para darnos cuenta de que nos encontramos en un mundo en el que la tecnología va ganando terreno a pasos agigantados, tanto en nuestro ámbito personal, como laboral o académico. Así, particularizando en el mundo de los libros, este gran salto a la tecnología no iba a ser menos. Recientemente, la llegada del libro digital al mercado europeo ha causado un fuerte impacto. A día de hoy, podemos afirmar que el libro electrónico o digital, junto a otros nuevos soportes tecnológicos, ha dejado huella en la sociedad lectora y, además, es notable el proceso vertiginoso que está experimentando en estos últimos años. Así, el hecho de que el libro electrónico esté recibiendo una gran acogida por parte de un elevado número de consumidores, ha resultado a su vez una consecuencia adversa para la industria editorial tradicional, pues ha causado el cese de la actividad de muchas de ellas.

Desde siempre todo lo relacionado al sector editorial me ha resultado fascinante; me ha interesado saber cómo funciona el trabajo en equipo, la coordinación y cooperación de los miembros que forman una editorial -desde el editor, hasta el director de la empresa- en función de los roles que desarrollan dentro de una empresa, etc. Además, durante toda mi formación universitaria he ido viendo día tras día la función que desempeña un profesor, pero al entrar en contacto por primera vez con un entorno no docente, descubrí mi fascinación hacia esta Filología aplicada de la que hablamos, y más en concreto, hacia todo lo que tiene que ver con el mundo de la editorial y los nuevos soportes tecnológicos que se están asentando en la sociedad. Es por ello por lo que quise indagar en el tema y trabajar sobre algo actual y, al mismo tiempo, controvertido.

En cuanto me decanté por este tipo de trabajo asumí que tenía que realizar una amplia investigación en la que abordaba un campo en incesante transformación; sin embargo, no atisbé el grado de implicación que tendría en este estudio (entrevistas realizadas, encuestas, etc.) ni aun menos el potencial que ofrece para desarrollar un proyecto de investigación de mayor envergadura. En una primera fase del trabajo me he basado en dos fuentes principales;

por una parte he preparado un panorama general de la industria editorial a partir de la información existente en la red, donde he encontrado datos muy útiles y actualizados, criterio imprescindible para presentar datos fiables y contrastados. Internet (diarios, plataformas, webs oficiales, etc.) ha sido, en general, el medio más empleado en la búsqueda de datos para elaborar mi trabajo, pues hay un infinidad de espacios que me han servido como justificación, además de sugerentes estudios sobre el tema muy rigurosos. A pesar de tratarse de un asunto que, como sabemos, mucho tiene que ver con las nuevas tecnologías y la digitalización, me he servido también puntualmente de fuentes en papel (que han sido empleadas para valorar los inicios de las grandes transformaciones de estas últimas décadas). Esta bibliografía la he complementado con un modelo de entrevista que ha sido enviado a numerosas editoriales (aunque han contestado solo algunas, que se pueden leer entre los anexos de este trabajo). Y además, he establecido contacto con un profesional del entorno, Valentín Pérez Venzalá.

Para completar la segunda parte de mi proyecto (la creación de una editorial en línea), ha sido necesario recurrir, una vez más, a Internet. Esta vez he ideado una encuesta virtual a través de Google Drive¹ eligiendo el diseño más apropiado para formular las preguntas que consideramos necesarias a la hora de enfocar nuestra dirección en el proyecto editorial; esta ha sido dirigida a mis compañeros de Estudios Ingleses y Filología Hispánica de la Universidad de Jaén, con una serie de preguntas formuladas que me han sido muy prácticas para desarrollar mi propia empresa. Sus respuestas han sido muy ilustrativas (por ejemplo, hemos podido descubrir el particular gusto hacia géneros literarios como la narrativa, el desconocimiento de formatos para la difusión de libros digitales, el uso de recursos electrónicos en la lectura, etc.) y me han permitido ajustar mi proyecto, que finalmente lo he destinado a un sector joven que desea darse a conocer en el gran mercado de las letras. Por ello, obtener esta información nos ha sido muy útil para trabajar más profundamente y vislumbrar aquellos detalles que un determinado sector de la población desconoce y da lugar a un estado de dudas.

De este modo, en el presente trabajo haremos especial hincapié en las nuevas formas de edición que se están efectuando a nivel mundial en los últimos años y que están causando un gran revuelo en la industria editorial. A su vez, presentaremos los motivos que han llevado al límite a muchas editoriales españolas, provocando el cierre de algunas de ellas, de modo que

¹ Se trata de un servicio que aloja archivos y que fue introducido por Google el 24 de abril de 2012. Es el reemplazo de Google Docs que ha cambiado su dirección de URL. El modelo de esta encuesta se puede ver a través de pantallazos en los anexos de este trabajo.

ofreceremos datos estadísticos reales que nos ayuden a comprender el panorama general al que se han enfrentado editores y librereros (y aún hoy muchos continúan el desafío). Por todo lo que este trabajo me permitirá presentar, veremos que se trata de un tiempo nuevo en el que muchas editoriales tendrán que adoptar una medida de cambio y progreso si quieren adaptarse a la nueva sociedad digital que se está imponiendo velozmente en nuestra vida, casi sin previo aviso.

Por lo tanto, creemos conveniente iniciar nuestro proyecto dando un pequeño salto atrás en el tiempo; viajaremos a los comienzos de la gestación de lo que hoy conocemos como “libro digital” o *ebook*. Como sabemos, la historia ha ido evolucionando de acuerdo a las circunstancias del momento y, en el caso de la escritura y de la lectura, ha sucedido de forma similar. A continuación, trataremos de ofrecer un panorama general de la situación actual que están viviendo librerías e industrias editoriales ante la llegada de esta nueva era digital. Para ello, hemos considerado oportuno -según se ha comentado anteriormente- realizar encuestas a varias editoriales españolas, que nos han servido como sustento para proyectar un nuestro trabajo de investigación más contrastado.

A su vez, continuaremos presentando los grandes espacios virtuales que se han posicionado como dueñas de ventas en el mercado editorial, como son Amazon o Google Books, entre otras. De este modo, observaremos que el auge de estas plataformas mencionadas anteriormente han dado lugar a situaciones realmente comprometedoras para muchas editoriales, pues se han configurado como bibliotecas en línea gratuitas o a bajo coste, posibilidades que editoriales de corte tradicional no pueden brindar. De igual modo, destacaremos algunos de los factores favorables que caracterizan al libro digital y que, probablemente, hasta ahora recusábamos. También, comentaremos los factores negativos que causan recelo a un alto porcentaje de consumidores. Aun así, tenemos que decir que los factores positivos o negativos que se pueden asignar a estos nuevos soportes digitales, depende, en gran medida, del perfil del consumidor. No obstante, adelantamos que existen algunos argumentos claramente objetivos que se posicionan a favor de los libros electrónicos.

Acercarnos al mundo editorial también nos ha sido útil para enfocar nuestra segunda parte del trabajo, donde desarrollaremos una creación de empresa editorial en la que pondremos de manifiesto los conocimientos obtenidos a lo largo de toda nuestra investigación. En esta idea de empresa, nuestra intención es aportar una nueva perspectiva editorial desde nuestra formación como filólogos, donde jóvenes escritores puedan publicar sus primeros escritos de la forma más

eficaz, económica y actualizada posible. Siguiendo el hilo de las nuevas fórmulas editoriales que han aparecido repentinamente en este sector, presentaremos una editorial virtual que resulte innovadora y trabaje con las nuevas dimensiones digitales, además de adaptarse al gusto del consumidor moderno, respondiendo a todas las necesidades que este requiera. Por lo tanto, esbozaremos una idea real de proyecto editorial que apueste por los nuevos formatos digitales. Para ello, compararemos algunos proyectos ya confeccionados y que funcionan perfectamente a través de la red, de los que sacaremos en claro aquellos elementos que creemos que pueden ofrecer mayor sostenibilidad al nuestro. Asimismo, desligaremos minuciosamente todos los factores que debemos tener en cuenta cuando queremos llevar a cabo la creación de un negocio, en este caso editorial.

Así, el contenido que desarrollaremos a lo largo de este trabajo es sin duda el caballo de batalla que divide a los miembros del sector editorial; de un lado están quienes mantienen un criterio conservador y se oponen a tomar medidas ante esta nueva situación que está viviendo la industria editorial, pues sienten un verdadero amor por el soporte en papel; y de otro quienes están buscando soluciones prácticas porque defienden la comodidad en la lectura y además consideran que la tecnología acabará exterminando al libro impreso. Por lo tanto, nuestro principal interés reside en ofrecer una respuesta a cada una de las dudas que suscita el libro digital, o también denominado, electrónico.

La finalidad que perseguimos con este trabajo es, por tanto, llevar a cabo un planteamiento general sobre las nuevas modalidades digitales que se han hecho hueco en el mercado y en la vida del lector, mostrar las nuevas opciones que nos brinda el libro electrónico, tanto positivas como negativas, y tratar así, de esclarecer un panorama a menudo difuso por lo variado, amplio y complejo que se presenta. De este modo, nuestra intención consiste en ofrecer la realidad que envuelve al mundo editorial e intentar dar respuesta, con la creación de una empresa (sostenible económicamente y sensible a la realidad del panorama de las letras), a cada una de las dudas que genera toda esta situación.

2. HACIA UN NUEVO PANORAMA DE LA EDICIÓN

2.1. Grandes hitos del siglo XX antes de la revolución editorial. La era de la digitalización²

Resulta impactante observar el proceso de cambio que ha llevado consigo la evolución del libro impreso con el paso de los años. En un primer momento, como nos señala Gabriel Sánchez Espinosa en su obra *Pruebas de imprenta: estudios sobre la cultura editorial del libro en la España moderna y contemporánea* (2013: 57), el libro era concebido como un soporte de escritura de prestigio que no estaba al alcance de cualquier miembro de la jerarquía social, tan sólo los altos estratos tenían acceso a él para su disfrute. No obstante, poco a poco fueron adquiriendo un valor más universal, hasta que pasó a ser un elemento disponible para casi toda la población. Por lo tanto, podemos decir que el libro impreso cuenta ya con cinco siglos y medio de tradición y, desde su puesta en escena, ha permanecido inmutable como medio de transmisión cultural, pese a la imposición de las nuevas tecnologías en el mundo actual.

Así, consideramos oportuno, antes de lanzarnos de lleno al meollo de la cuestión que nos ocupa, señalar tres grandes hitos o acontecimientos relevantes que han marcado la historia de la revolución tecnológica y que, consecuentemente, han dado lugar a lo que hoy consideramos como libro electrónico o *ebook*. No obstante, debemos dejar constancia de la infinidad de acontecimientos que se han ido desarrollando a lo largo de la historia y que han marcado este panorama. Sin embargo, nos centraremos en los más relevantes, puesto que comentar todos los momentos que han suscitado cambio alguno en la industria editorial da para un trabajo de mayor envergadura.

En primera instancia, cabe destacar la aparición de un método de difusión de conocimientos que generó, desde su aparición, un gran cambio en la historia de la digitalización: Internet. En este espacio virtual, el modo de acceder a cualquier texto es instantáneo, eficaz y universal. Como sabemos, a través de Internet podemos comunicarnos en cualquier parte del planeta, acceder a documentos que creíamos imposibles de encontrar e informarnos sobre cualquier tema que nos resulte llamativo, puesto que toda la información que requerimos está a nuestro alcance y no necesitamos acudir a librerías y bibliotecas para

² Gran parte de los datos recogidos en este apartado (salgo cuando he indicado la fuente expresa) están tomados de las obras de López de Abiada (2001), Pimentel (2007), Bhaskar (2014) y Brito (2014).

realizar consultas; solamente tenemos que contar con un dispositivo electrónico con acceso a Internet para poder realizar la consulta deseada desde cualquier punto del mundo y en cualquier instante. Con este descubrimiento, la información adquirió una gran fluidez en el mundo digital, de modo que los libros ya no solo pueden ser compartidos, sino que también pueden comprarse con tan solo un *click* y disfrutar de su lectura a un precio mucho más asequible, a diferencia del libro impreso, que su uso era mucho más estático y no todo el mundo tenía acceso a ellos. De este modo, podemos decir que el conocimiento se está situando en las plataformas de conocimientos compartidos en Internet.

La génesis del libro electrónico como tal, data del año 1971, momento en el que se empieza a gestar los primeros elementos que luego darán lugar a la formación del *ebook* tal y como ahora lo conocemos. De este modo, comprobamos que existe un segundo momento clave que ha marcado la historia de revolución editorial. Así, un genio llamado Michael Hart proyecta a cabo el Proyecto Gutenberg que surge a partir de Internet; en él se establece una biblioteca virtual y además, como nos dice Adolfo Castañón (2012: 29), se propone digitalizar todas las obras literarias relevantes de la literatura clásica con el fin de difundirlas íntegramente a un elevado número de lectores. No obstante, será en el año 1990 cuando el Proyecto Gutenberg encontrará un método exacto para llevar a cabo una difusión a nivel mundial de esas obras clásicas mencionadas anteriormente.

Nos situamos ya en el año 1997, fecha en la que empieza a formarse la tinta electrónica, lo que supondrá el cambio de la tradición impresa, puesto que el texto escrito ya había encontrado un nuevo camino. No obstante, según Adolfo Castañón (2012: 36), debemos resaltar la idea de que la creación de la tinta electrónica surge por la necesidad de reducir el consumo de los recursos naturales del planeta, de modo que permitiera generar un nuevo soporte más ecológico, reduciendo el consumo excesivo del papel, sobre todo en medios escritos de carácter periódico, como pueden ser periódicos o revistas. Estas fueron las circunstancias reales que llevaron a un equipo de tecnólogos del instituto de Massachusetts a fundar un nuevo dispositivo que fuera capaz de sustituir al papel. De todos modos, como hemos dicho anteriormente, sin el Proyecto Gutenberg esta semilla no hubiera brotado, puesto que fue Michael Hart quien empezó a marcar este nuevo cambio que años más tarde recolectaría sus frutos.

Actualmente, el fondo de este proyecto consta de más de 43.000 obras clásicas, escritas en distintos idiomas, a las que se puede acceder de forma libre a través de plataformas como

Google Books³. De esta forma, podemos comprobar que la aparición del Proyecto Gutenberg genera grandes bibliotecas virtuales, siendo Google Books una de ellas, además de otras existentes que tendremos la oportunidad de ver más adelante (VV.AA., 2011).

Además, en los últimos años han ido apareciendo nuevos soportes digitales que resultan mucho más cómodos y eficaces que el libro impreso tradicional; en el preciso instante en el que salta al mercado este nuevo soporte, llamado libro electrónico o digital, popularmente conocido como *ebook*, se revela otro momento de rigurosa importancia en el sector de la revolución tecnológica. Esto ha provocado un enorme alboroto entre la opinión pública, pues hay quienes defienden la llamada literatura digital, y quienes, por el contrario, se postulan negativamente ante la llegada de esta nueva era de cambio y progreso en el mundo digital (Montesa, 2005; Pons, 2015). No obstante, la realidad es que estos nuevos soportes se han incorporado al mercado y su versatilidad es indiscutible; estemos de acuerdo o no, estos soportes se están imponiendo progresivamente en el mercado y están generando una gran problemática que iremos desarrollando a lo largo de nuestro trabajo.

Según señala José Manuel López de Abiada en su obra *Entre el ocio y el negocio: industria editorial y literatura en la España de los 90* (2001: 45), todos estos hechos mencionados anteriormente forman parte del germen de lo que hoy conocemos como la nueva era digital. De este modo, podemos hacernos a la idea de cómo los distintos soportes que han ido evolucionando desde sus orígenes hasta nuestros días, siempre han mantenido su esencia, su finalidad; es decir, han sido el medio por el que se ha transmitido todo aquello sobre lo que se ha querido dejar constancia: plasmar el pensamiento racional, imaginativo o creador de aquellos quienes tallaban, copiaban o escribían sus ideas, y por supuesto, conservar la riqueza cultural con el paso de los años. Todas las transformaciones que han ido sufriendo estos soportes han surgido por la necesidad de adaptación a la sociedad, a la imposición de nuevas épocas, por buscar un método que fuese adecuado para guardar y transmitir ese pensamiento, y sobre todo que fuese adquiriendo cada vez un valor más universal. Por lo tanto, la transmisión digital de los textos ha supuesto una nueva etapa para la industria editorial y ahora es el momento de tomar medidas para adaptarse al cambio.

Debido a estos y a muchos otros momentos claves dentro del panorama de la revolución tecnológica, la situación actual es un tanto contendida; nos encontramos ante una etapa de

³ Es un servicio de Google que busca el texto completo de los libros que Google digitaliza, convierte el texto por medio de reconocimiento óptico de caracteres y los almacena en su base de datos en línea.

avance y digitalización en todos los ámbitos, donde tenemos que adaptarnos a las circunstancias a las que nos somete esta nueva era digital y, así, seguir conservando la esencia originaria del libro tal cual la hemos conocido siempre, cuya finalidad ha sido la lectura, independientemente del formato o soporte que sea. No obstante, a continuación aportaremos datos estadísticos reales donde se muestra la decadencia del libro impreso, aunque tales datos revelan que su extinción parece improbable (al menos a corto o medio plazo).

El hecho de que se haya llevado a cabo una revolución editorial no debe acongojar a nadie, pues forma parte de la historia cultural; hay que tener presente en todo momento que, a medida que avanzan los años, las tecnologías van arrasando con todo lo que encuentran a su paso. Aun así, el libro en papel ha ocupado siempre un puesto privilegiado entre los lectores, y a pesar de la “intimidación” que provoca la aparición de nuevos soportes digitales, será muy difícil que acabe suplantando al libro tradicional totalmente. No obstante, es cierto que la función que desempeña un libro electrónico responde a las necesidades de un usuario determinado, que se está extendiendo y además, está siendo el gran motivo de alerta para las editoriales tradicionales, aunque no por ello debe pasar este a un segundo plano.

2.2. La industria editorial en España hoy⁴

En este nuevo apartado vamos a tratar de ofrecer la realidad que envuelve a la industria editorial aportando datos que justifiquen y den veracidad a este panorama actual. Para ello, hemos recurrido a diversos informes que dan cuenta de la situación editorial en España. Entre ellos, destacamos un documento procedente del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte titulado “El sector del libro en España” (2015). Este informe acumula datos estadísticos desde el año 2013 al 2015, de modo que nos serán muy valiosos para conocer las cifras globales que se manejan en el mercado editorial. Asimismo, contamos también con numerosos artículos de periódicos y revistas que reflejan claramente las consecuencias que está teniendo la adaptación de las nuevas tecnologías en la industria editorial. Debemos decir, además, que contamos con varias entrevistas formuladas a editoriales españolas que nos aportan su visión acerca de lo que está ocurriendo y nos conceden el privilegio de saber de primera mano todo lo que nos interesa para elaborar nuestro trabajo de investigación editorial. Por este motivo, hemos querido indagar en el tema que nos ocupa acercándonos un poco más al cuerpo de editores que componen este sector, descubriendo así, la realidad del asunto.

⁴ Para este apartado resulta sumamente interesante, además de lo referenciado, la obra de Polo Pujadas (2011).

El sector editorial forma hoy un importante motor económico en el ámbito de la cultura española, aportando por término medio al PIB un 38% del valor económico relacionado a todas las actividades culturales que se promueven en nuestro país⁵, como se aprecia en el informe de “El sector del libro en España” (2015: 9).

Sin embargo, en los últimos años, la transformación tecnológica ha provocado una crisis en el sector editorial. A pesar de ello, seguimos encontrando muestras de gran tenacidad y capacidad de adaptación en la industria editorial, que el año pasado consiguió una importante actividad empresarial, pues tal y como recogen los datos de la Agencia del ISBN en “El avance de Panorámica de la Edición Española de Libros” (2011), son un total de 308 nuevas empresas las que se lanzaron al mercado. Aunque sea un dato aceptable el que se incorpora al sector editorial, se observa su descenso con respecto a datos de años anteriores. Además, es un hecho de interés reconocer que son las editoriales privadas las que accionan mayor parte de la edición, aunque también aquí se aprecie un descenso con respecto a tiempos pasados.

En cuanto a las cifras globales que componen el abanico de la edición, en el año 2014 se editaron un 1,9% de libros más que el año anterior, tal y como muestra “El sector del libro en España” (2015: 13). Esta cifra equivale a 90.802 obras, cifra que muestra una recuperación en la actividad editorial después de varios años seguidos en los que ha sido notorio su descenso.

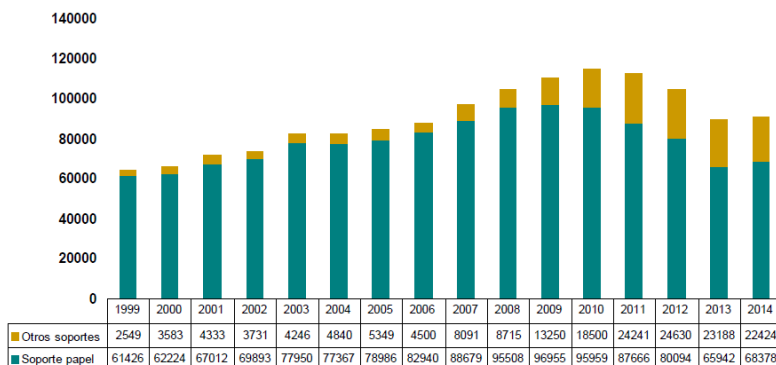
Por otro lado, el desarrollo de la actividad editorial en España ofrece una serie de tendencias que se están acoplando en los últimos años. Cuando hablamos de tendencias, nos referimos a cambios que se están produciendo en el sector editorial. Por lo tanto, hacemos referencia al progresivo acortamiento de la vida de los libros, o bien a la existencia de menos títulos, pero también, de tiradas más limitadas. Con este nuevo aporte informativo, vemos que se ha producido una bajada en la tirada media de ejemplares. En concreto, según recoge “El Comercio Interior del Libro en España” (2004: 15), el descenso en la tirada media se observa en diferentes materias, a excepción del cómic, siendo sobresaliente el declive de libros de ciencia ficción y terror o novela policíaca o de espionaje, entre otros.

Ahora bien, si nos centramos en la forma de edición según los soportes en los que la editorial produce, podemos apreciar movimientos muy llamativos. Entre ellos, nos damos cuenta que en el año 2014 se registró en papel un 3,7% más que en otros años. A

⁵ Se trata de un dato que arroja el estudio *Cuenta Satélite de la Cultura en España: avance de resultados* (2011), publicado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

continuación, adjuntamos un gráfico que muestra claramente la cierta estabilidad en la apuesta editorial hacia otros soportes:

Gráfico- Producción editorial por soportes, 1999-2014



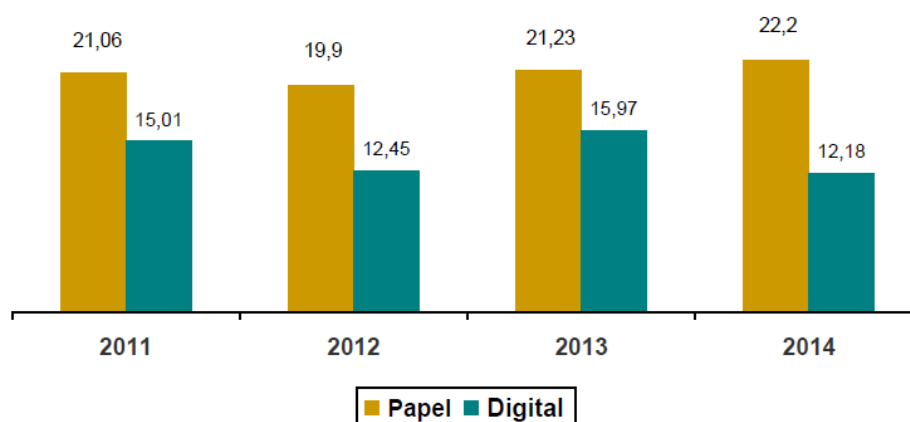
Fuente: *Panorámica de la Edición Española de Libros. Avance 2014* (2015:16)

De este modo, vemos que se empieza a invertir la tendencia hacia el auge de la edición digital en detrimento del papel.

Así se inicia un proceso de experimentación en el sector, haciéndose notar una importante bajada en el negocio editorial. La crisis económica y financiera que se desarrolla en el mundo de la industria editorial tradicional, empieza a gestarse con la llegada de los nuevos hábitos de consumo cultural, como consecuencia de la digitalización. La fecha inicial donde se registra el origen de esta crisis data del año 2007. Tal y como nos señalan los informes sobre “Comercio Interior del Libro en España” (2014: 25) “en 2010, 2011 y 2012 se agudizó el descenso, produciéndose nuevas bajadas del 7%, del 4,1% y del 10,9% respectivamente”.

Además de estos factores anteriormente mencionados, el precio medio del libro adquiere una postura decisiva para enfrentarse al mundo editorial. Decirnos esto porque, según los datos que se recogen en el avance de “Panorámica de la Edición Española de Libro” (2015: 27), el precio medio del libro digital se sitúa en un 45% menos que en papel. Para llegar a comprender mejor la situación del precio medio del libro en España añadimos nuevamente un gráfico que denota la realidad de la que hablamos:

Gráfico- Precio medio del libro en papel vs. digital, 2011-2014



Fuente: *Panorámica de la Edición Española de Libros. Avance 2014* (2015:28)

Según aparece en el informe “El impacto del libro electrónico en el sector literario internacional” (2011), uno de los factores que más afecta al precio medio del libro es el formato. Según el formato que tengan, adquiere un precio u otro, siendo los más baratos los siguientes, según el orden de aparición: formato Mobi, ePub y PDF, entre los más destacados. Estos formatos, además de alterar el precio medio del libro, provoca el crecimiento de la oferta en el mercado editorial digital. En concreto, vemos que la oferta en formato ePub gana terreno a otros libros que se publican en PDF.

Otro de los grandes desafíos para el sector editorial es su facturación, tal y como nos señala “El sector del libro en España” (2015), dependiendo esto del tamaño de la editorial. Si se trata de editoriales medianas y pequeñas, facturan cerca del 40% del total. Ciertamente, la facturación es descendente en todos los tipos de editorial, siendo las editoriales más grandes las más afectadas, cuya facturación desciende hasta un 21%. Sin embargo, en lo que respecta a la facturación de la venta de libros digitales, en España crece de forma lenta pero no deja de avanzar, pues llega a alcanzar el 3,7% del total en el 2013. Esto nos indica que la venta de libros en papel sigue siendo dominante, aunque encontrar el equilibrio entre ambos formatos, ganando espacio en los nuevos sin dejar a un lado el papel dependerá de los lectores, pudiendo alterar o no estos datos en los próximos años, según muestran los indicios.

Por otro lado, en 2013 se desarrolla un hecho de especial interés en el panorama editorial digital. Como se recogen en los datos del archivo denominado “Situación actual y perspectivas del libro digital en España” (2011: 45), se lleva a cabo un crecimiento en la venta

directa de la editorial a través de plataformas que distribuyen textos digitalmente. Nos referimos a plataformas genéricas, como son Amazon, Google Books (a nivel internacional) o Casa del Libro (a nivel nacional), que concentran más del 60% de las ventas de libros digitales. Esto marca un acontecimiento que traerá consigo enormes consecuencias para la industria editorial tradicional, pues poco a poco, vemos que queda relegada a un segundo plano en el mercado editorial.

Por lo tanto, es evidente que la industria editorial ha sufrido una crisis en los últimos años, y como consecuencia se ha producido una situación que alerta al sector editorial. Sin embargo, tras llevar a cabo una investigación del entorno y conocer más de cerca la situación real que compromete a numerosas empresas de esta naturaleza, podemos decir que la gran mayoría de agentes vinculados a la industria del libro (editor, autor, distribuidor, etc.), deberán incorporarse de un modo u otro a este tren en marcha que inició su trayectoria en torno al año 2007, cuando la digitalización abrió su camino en el mundo editorial. Así, creemos necesario enfrentar los retos que propone esta nueva era, donde, si no se toman medidas ante este proceso inevitable, podrán crear su propio nicho.

De este modo, la edición en la industria editorial está apostando, cada vez más, por una edición en digital, puesto que las nuevas tecnologías nos imponen avanzar un paso más allá y, por eso, es necesaria una actualización para no quedarnos en la mitad del trayecto. Consecuentemente, se observa el oleaje de la edición y venta de los libros digitales, hasta llegar un momento en el que se recibe una buena acogida por parte del usuario. Este vaivén a lo largo de los años y el posterior auge del libro digital queda plasmado también en la “Panorámica de la Edición Española de Libros” (2015), donde aparecen datos como los siguientes, que justifican o dan valor a lo que estamos comentando (2015: 44): “En 2014 se publicaron 20.263 libros digitales, un 1,9% menos que en el año anterior” y “El pasado año cerca de 700 editoriales publicaron libros digitales, el 21,9% del total de las editoriales españolas en activo”.

Del mismo modo, nos tropezamos en la red con infinitud de artículos y noticias que nos advierten de esta situación de cambio y progreso en la industria editorial. Sin ir más lejos, encontramos una entrevista en la red, en el diario “Libertad Digital” que se realiza al escritor Lorenzo Silva (2014). En esta retahíla de preguntas y respuestas sobre el panorama actual editorial, el escritor emite unas palabras que se escogen en el titular de la noticia: “Si la industria editorial no mueve ficha, le pueden dar jaque mate”. En esta entrevista se aborda la

creación de un proyecto digital que el autor ha llevado a cabo con el propósito de proyectar sus obras hacia una venta en formato electrónico y que también responda a precios razonables. Resulta muy interesante la postura que adapta el escritor, quien augura una era difícil, no catastrófica, para el mundo editorial. Como señala, la realidad editorial no es otra que la de una realidad cambiante, que tiene como meta aguantar a un elevado sector de la población en el mercado editorial. Para ello, cree necesario mirar más allá de lo que nuestros ojos quieren ver, es decir, los agentes de la editorial deben luchar con inteligencia para que esta situación se solvete y se pueda disfrutar de la lectura de la forma más asequible posible en todos los sentidos.

En este sentido, al tomar contacto con algunas editoriales españolas para conocer de manera más directa cual es la perspectiva de los editores que forman parte de esta gran industria, hemos detectado que aquellas que nos han respondido (*Minobitia*, Ecobook, Editorial Gustavo Gili y *Fronterad*) coinciden en que estamos ante una situación en la que la digitalización se está apoderando de la industria editorial y, evidentemente, confirman que deben adaptarse al cambio. En sus respuestas se palpa la amenaza, el miedo hacia un mundo cada vez más extenso que no frena, sino que avanza a pasos de gigante.

En el caso de Editorial Gustavo Gili, hemos podido comprobar que se han sumado al cambio, apostando por la publicación también en digital. Sin embargo, *Minobitia* es una revista digital que nació así y que ha seguido un proceso inverso con respecto a otras editoriales españolas. En un principio solamente publicaban en digital, pero a medida que ha pasado el tiempo, publican tiradas en papel, intentando combinar los dos formatos. Por otro lado, *Fronterad* también es una revista digital que, al contrario que la anterior, se decanta por la publicación en papel, pues considera que su fin nunca va a llegar y apuestan firmemente por resistir la embestida digital.

Como vemos, todas y cada unas de las editoriales entrevistadas tienen presente el avance de las nuevas tecnologías, de modo que cada una añade nuevas posibilidades para renovar el mercado tradicional. Lo cierto es que todas coinciden en ofrecer nuevas opciones que se adapten a lo que está aconteciendo, pero difieren en la forma de hacerlo. Por ejemplo, Editorial Gustavo Gili cree no encontrar aún una solución factible y *Minobitia* considera que el libro en papel sigue gozando de buena salud a día de hoy, de modo que sigue con el planteamiento inicial con el que han trabajado siempre.

Por último, queremos aportar una visión general sobre el balance de la industria editorial en los últimos años. Como sabemos, se trata de un proceso complejo, donde se obtiene una visión de la tecnología como un fin único y no como un medio. Sin embargo, debemos tener clara la siguiente idea: los nuevos soportes o formatos digitales dan cuenta del progreso tecnológico que se está gestando en nuestra era. No importa la forma en la que se transmita el contenido, pues tanto la editorial tradicional como la moderna, que aboga por las nuevas tecnologías, salvaguardan el valor y la riqueza del contenido en sí. Sencillamente, estamos analizando cuál es el origen de este cambio, sus visibles consecuencias y posibles opciones que trabaja o trabajará la industria editorial, para mantener así su estabilidad económica en el mercado.

Con estos datos extraídos de “El sector del libro en España” (2015: 3) concluimos nuestro apartado sobre la situación actual de la industria editorial, pues se aprecia con claridad el panorama que nos rodea: “De cada 100 libros publicados, 22 son digitales y 75 en papel [...]. “Diariamente en España, se registran 250 nuevos títulos, 55 de ellos en formato digital”.

2.3. Incorporación de nuevas fórmulas digitales al mercado editorial

Ante la digitalización que se está produciendo en la industria editorial, la revolución en las nuevas fórmulas editoriales es un hecho constatado. A lo largo de este apartado, desarrollaremos pormenorizadamente todas las cuestiones relevantes que conciernen a los diferentes formatos existentes para los dispositivos electrónicos. Aun así, es pertinente dejar constancia de lo que queremos tratar aquí. Cuando hacemos alusión a un *formato*, estamos diciendo que se trata de una norma que se sigue para la maquetación digital de los libros electrónicos, es decir, el hecho de que un libro pueda llegar a ser leído en distintos dispositivos y programas, es gracias a estos formatos que han sido preparados perfectamente para su uso y disfrute. De este modo, cuando adquirimos un libro digital y procedemos a su lectura, es porque previamente han sido modificados bajo el riguroso efecto de una maquetación digital, permitiendo así un formato compatible con el soporte digital de lectura que empleemos.

Por lo tanto, destacaremos un gran conjunto de formatos que se basan, en su mayoría, en un esquema de marcaje de etiquetas conocido este como XML⁶. La primera distinción que hay que realizar es entre formatos digitales abiertos y cerrados. En cuanto a los primeros, hay que aclarar que permiten su utilización sin ningún coste adicional o permisos de ningún tipo. Además, facilita la interoperactividad con diferentes dispositivos y fabricantes. Sin embargo, los cerrados permiten una mejor integración con el dispositivo para el que están hechos e implementan el DRM de modo nativo⁷. Entre los formatos más usados por parte de la industria digital, podemos destacar los siguientes, según señala un documento perteneciente a la asociación de editores de Madrid “Support Factory” (S.A.):

1. Por un lado, encontramos el formato que todos conocemos como PDF (Portable Document Format). Este permite firma y cifrado del contenido y no utiliza XML, sino un esquema particular. Además, resulta un formato muy extendido que representa el esquema de color para su impresión.

2. También nos encontramos otro muy peculiar, como es el caso del FB2, que resulta un formato abierto que sigue el esquema XML. Se caracteriza porque soporta sin problema a muchos lectores, tales como Papyre, Netronix o EB6000. Además, permite la conversión de otros formatos sencillos.

3. El formato EPUB tiene un código abierto ideado por Apple, que marca el contenido y no el formato. En este caso, se trata de un fichero que cuenta con tres XML y tiene de especial la restricción para los libros que no son de texto, como son los cómics o los tebeos. Además, es un formato válido para casi todos los dispositivos de lectura actuales y cuenta con un gran respaldo por parte de editores estadounidenses, quienes consideran a este formato como estándar en la industria digital. Fue incorporado tempranamente por la plataforma virtual Google Books, y seguidamente, fue Amazon quien trabajó también con este formato.

4. Nos podemos tropezar también con otros tipos de formatos, aunque menos conocidos, como pueden ser los siguientes: mobi, OEB, DjVu, HTML, doc., etc.

Tal y como se recoge en el epígrafe de este subcapítulo, podemos encontrar muchos dispositivos digitales que se han añadido al mercado editorial, siendo el libro electrónico o

⁶ El XML es una adaptación del SGML (Standard Generalized Markup Language), un lenguaje que permite la organización y el etiquetado de documentos. Esto quiere decir que elXML no es un lenguaje en sí mismo, sino un sistema que permite definir lenguajes de acuerdo a las necesidades.

⁷ Se refiere a las tecnologías de control de acceso usadas por editoriales y titulares de derechos de autor para limitar el uso de medios o dispositivos digitales.

ebook el más efectivo. Hay que considerarlo como un fichero general que recoge infinidad de libros a un coste inferior al libro tradicional; se trata de una nueva fórmula digital que ha irrumpido en el universo editorial español provocando una gran variedad de cambios, tanto en la cumbre de las propias editoriales como en la relación que se establece con el resto de agentes⁸.

Pero el libro electrónico no es el único dispositivo. Entre otros, destacamos los ordenadores, *tablets*, *e-Reader* con tinta electrónica, dispositivos de color y *Smartphones*, tal y como nos muestra el documento de la “Situación actual y perspectivas del libro digital en España” (2011). Los ordenadores son un dispositivo de lectura muy frecuente y usado entre los usuarios, al igual que las *tablets*. No obstante, el exceso de luminosidad en la pantalla de estos hace que sean unos dispositivos muy limitados para la lectura, incluso se ha llegado a vaticinar el fin de la era del ordenador personal a favor de dispositivos como los *Smartphones*. Por su parte, los *e-Reader* son unos de los grandes atractivos que ofrece una experiencia lectora muy confortable y parecida a la lectura de un libro impreso tradicional⁹.

En este aspecto, la tinta electrónica ha supuesto, desde su aparición, una evolución fundamental con respecto a los primeros indicios de dispositivos electrónicos. No se trata de un fenómeno novedoso que se haya incorporado de inmediato a la industria editorial, sino que, con el desarrollo de los nuevos avances tecnológicos, ofrece unos modelos más actualizados y efectivos que responden cada vez mejor. Por lo tanto, la tinta electrónica ahora se rige por una tecnología que permite crear pantallas planas, tan finas y flexibles como el papel. Sin embargo, en el mercado ya están presentes otros dispositivos con tinta electrónica de color; estos prototipos no están completamente evolucionados a día de hoy, pues tienen poco contraste de colores, y en consecuencia poca resolución. En el futuro, dispositivos de tinta electrónica de color de calidad proporcionará el paso a estos dispositivos de otro tipo de publicaciones como periódicos, revistas y libros.

Por otro lado, encontramos los *Smartphones*, teléfonos móviles que tienen una función adicional. Disponen de programas que permiten la lectura de *ebooks*. Además, suelen tener otros programas multimedia como navegadores webs, como sucede con otro tipo de

⁸ En el siguiente apartado nos extenderemos más sobre el libro electrónico.

⁹ A pesar de ser dispositivos exclusivos para la lectura, presentan incorporaciones muy novedosas, como por ejemplo, reproductores de sonido, conexiones WIFI y 3G; esto sin duda es otro reclamo comercial para un perfil de lector más versátil.

dispositivos actuales. Si bien, como indicamos al inicio de este apartado, el libro electrónico lidera la franja de dispositivos lectores digitales.

Merece especial atención destacar que el desarrollo de la industria del libro electrónico nace en Estados Unidos, y es un hecho que está vinculado al liderazgo de tres grandes plataformas virtuales: Apple, Barnes & Noble y Amazon. Estas empresas llevaron a cabo el lanzamiento de un dispositivo digital de lectura que ha traído consigo una amplia oferta de contenidos a los que se puede acceder a través de tiendas en línea. Sin embargo, en España ha sido más difícil tener al alcance una oferta más o menos amplia de aparatos lectores. No obstante, hay que resaltar el impulso de la edición digital que parte de algunas iniciativas españolas como Publidisa, Amabook o Libranda. Estas empresas están realizando un esfuerzo para adaptarse a los cambios y aprovechar las nuevas opciones que brinda la edición digital.

Sin embargo, debemos pensar en las dificultades que padece la industria del libro y, por consiguiente, sus diversos agentes, que vienen manifestando sus discrepancias a la hora de abordar su estrategia digital. Decimos esto porque el miedo a la piratería está presente junto a un IVA que eleva el importe económico del libro electrónico. Son factores que causan aturdimiento y obstaculizan posibles estrategias digitales más competitivas.

No obstante, en cuanto al asunto de las grandes plataformas virtuales, tenemos que destacar el lanzamiento del *e-Reader* conocido como Kindle en 2007. Como hemos dicho anteriormente, su lanzamiento se produjo en el mercado estadounidense, pero fue tal su aprobación y acogida que generó una gran atención en todo el mundo, precisamente por tratarse del primer dispositivo de lectura con acceso a una tienda *online*: Amazon. Al inicio, esta plataforma virtual contaba con un total de 90.000 títulos, donde se recogían casi todos los *bestsellers* del momento, según se constata en el informe “Situación actual y perspectivas del libro digital en España” (2011: 13).

En el momento en el que Kindle llega a España genera un gran revuelo. Tanto en Estados Unidos como en cualquier país, Kindle está estrechamente vinculado a Amazon, de modo que solo se pueden leer los libros de esta biblioteca virtual y aquellos que, sin ser de Amazon, no lleven instalado el DRM. En concreto, es lo que determina que se trate de un sistema cerrado. Además, Kindle ofrece factores muy sugerentes para el usuario, como puede ser la simplicidad del aparato y el acceso a una biblioteca virtual voluminosa y variada, donde puedes encontrar casi todo lo que desees a un precio exclusivo.

Un dato concluyente que posiciona a Amazon como una gran amenaza para las industrias editoriales más reducidas es la venta que había producido en julio del 2010, pues por primera vez en la historia vendió más *ebooks* que libros impresos, pese al incremento o añadido de ventas que se había producido entre estos últimos. Por lo tanto, por cada 100 libros impresos en papel, 120 son electrónicos.

Además, encontramos gran diversidad de entrevistas a conocidos escritores que hablan sobre el miedo que causa Amazon en el sector editorial, pues está arrasando con muchas industrias que se encuentra a su paso. Por ejemplo, Richard Charkin (en Alóst, 2016), en una entrevista reciente, habla en *El periódico* sobre esta plataforma, y asegura lo siguiente: "Cualquier corporación que domine un mercado es algo preocupante. Y Amazon ya tiene una cuota muy importante en el libro electrónico y ha expulsado de él a competidores".

Frente a esta gran plataforma virtual, se hace necesario mencionar a Google Books. Se trata de una iniciativa que rompe con el modelo que sigue Amazon, entre otros. En este caso, hablamos de un proyecto que se caracteriza por ser un sistema abierto, que no está vinculado a un dispositivo concreto, siendo especial por proporcionar un sistema de lectura en la nube. Esta nueva biblioteca se crea a partir de la digitalización de libros antiguos y no sujetos a derechos de autor. No obstante, Google Books después ha incorporado también textos con restricciones legales, siempre a través de acuerdos establecidos con algunas editoriales, permitiendo así su publicación bien de forma íntegra, bien de modo parcial. Al igual que ocurrió con Amazon, el proyecto tuvo su nacimiento en Estados Unidos, en diciembre de 2010.

Google Books ofrece características que lo distancian de plataformas como las mencionadas anteriormente. En este caso, vemos que trabajan con contenidos que son válidos para cualquier dispositivo, por lo que sus libros pueden ser leídos casi por cualquier dispositivo con conexión a Internet. Además, permite comprar o vender libros en el formato que deseemos. Se puede llevar a cabo la conversión necesaria para poder leer en cualquier dispositivo. Se trata de que la tecnología no sea un problema ni una amenaza para el lector ni tampoco para el editor. Otro rasgo muy interesante que hace especial a esta plataforma es su acceso a los libros a través de una cuenta de Google, es decir, se permite leer sin descargar.

Así pues, según dice Luis Collado (2011: 20), director de Google Books en España, esta plataforma, además de promover y difundir libros a través de Internet, es una herramienta que otorga a quienes están interesados en la lectura la ocasión de conocer, hojear y adquirir una

gran variedad de textos. Asimismo, Google Books da la libertad para que los autores den a conocer sus obras a un elevado número de lectores; a los editores, para que promocionen sus libros hacia una base más amplia de potenciales lectores y compradores; y a los librerías, para que den a conocer su ubicación con el fin de que a la hora de comprar un libro el proceso sea más sencillo.

Lo cierto es que multitud de formatos y dispositivos electrónicos están ocupando el escaparate de la industria editorial. Vemos que ciertos dispositivos digitales, como puede ser el libro electrónico, llevan consigo una maquetación que permite leer de la forma más digitalizada posible, adaptándose a una nueva situación que bloquea, en cierto modo, a numerosas editoriales. Por lo tanto, solo conociendo los nuevos matices que presenta el panorama editorial se pueden plantear estrategias que nos permitan mantener una empresa en este mercado.

2.4. Los nuevos soportes electrónicos: fortunas y adversidades

Antes de pasar a establecer argumentos favorables o desfavorables de los nuevos soportes electrónicos, creemos conveniente dedicar un apartado especial para hablar sobre el libro digital o *ebook*, soporte electrónico que arrasa en la industria editorial. Formalmente, el *ebook*, según antes adelantábamos, es cualquier tipo de texto que se almacena en formato digital. Como tal, es necesario contar con programas denominados ‘lectores’ para así acceder a su lectura, que pueden estar integrados en varios dispositivos, como puede ser un ordenador, un teléfono móvil o un lector específico basado en la tinta electrónica. Cuando hablamos de la definición de libro electrónico podemos notar cierta ambigüedad en ese concepto; tanto el libro en formato electrónico como el dispositivo que se emplea para leerlo se conoce como “libro digital” (González Gaspar y Bustinza Sánchez, 2014).

A pesar de que podamos distinguir ideas favorables o no del libro electrónico, es evidente que este soporte digital ofrece garantías indiscutibles, como puede ser el menor gasto de papel y tinta, la mayor comodidad a la hora de portarlo y almacenarlo, la posibilidad de enriquecer el texto con contenido multimedia o incluso de hacer anotaciones y comentarios al margen. Además de todo esto, el *ebook* resulta menos costoso cuando quieres publicar un texto y el precio de su distribución también es menor que la del libro impreso tradicional. Sumemos a

esto la mayor cercanía que consigue entre escritores y lectores a través de la integración de las redes sociales, aspecto muy atrayente para el usuario.

Por lo tanto, no resulta fácil señalar motivos aparentes que nos ayuden a posicionarnos a favor o en contra de lo que hoy conocemos como nuevos soportes electrónicos, ya que, depende, en gran medida, del perfil del consumidor, de sus apetencias e intereses. No obstante, es cierto que podemos señalar algunos argumentos de carácter claramente objetivo que se presentan de una forma más neutral, clara o evidente, y que puede resultar favorable o desfavorable según el punto de vista de quien mire, pese a su realidad más objetiva. De este modo, para determinar qué factores son positivos o negativos, partiremos de una comparación entre el libro tradicional y el *ebook*, puesto que son dos referentes que comparten una misma finalidad y que, a su vez, se diferencian en muchos otros aspectos que iremos desarrollando a lo largo de este apartado.

De este modo, iniciamos nuestra explicación partiendo de la siguiente idea: tanto el *ebook* como el libro tradicional comparten el mismo propósito: la lectura. Así, diremos que ambas modalidades tienen sus luces y sus sombras a la hora de desempeñar su función exprimiéndola al máximo. Para llegar a establecer conclusiones claras sobre las ventajas e inconvenientes que ofrecen los nuevos soportes digitales, debemos tener presente en todo momento que su finalidad, equivale a la del libro tradicional que todos conocemos. Sin olvidar esta cuestión, nos vamos a centrar en otros motivos que alegan, sobre todo, a la literatura en versión digital. Por un lado, observamos que el *ebook* ofrece prestaciones muy útiles para la vida actual, entre ellas la comodidad de poder viajar sin una maleta llena de libros, puesto que en este soporte electrónico se recoge un sinnúmero de obras. Además, el peso, el tamaño y la autonomía de estos libros digitales también resulta favorable frente a lo que ofrece el libro impreso tradicional¹⁰.

Ha contribuido a alejar más el libro impreso de las nuevas generaciones de lectores el hecho de que una *tablet* o un libro electrónico viene dotado de elementos multimedia llamativos, como puede ser el acceso a música, vídeos o noticias a través de Internet, consiguiendo captar fácilmente la atención de un tipo de consumidor muy concreto. Hablamos, en este caso, de incorporaciones digitales que además de responder a la necesidad

¹⁰ Siempre quedarán los nostálgicos de los libros en papel que se recreen contemplando sus estanterías repletas de libros, pero aquí nos centraremos no en cuestiones personales o gustos propios, sino en datos lo más neutrales posibles; incluso habrá quien siga considerando, por ejemplo, que la gran literatura solo se puede encontrar en papel (véase la entrevista a Magda Polo, en Arjona, 2011).

de la lectura, se le ofrece al ocio un espacio fundamental. Cuando hablamos del factor ocio, nos referimos a otras actividades independientes de la lectura, es decir, cada vez se incorporan nuevas aplicaciones que sacian la demanda de un usuario con diversidad cultural.

Una ventaja indiscutible que posee el libro electrónico frente al tradicional es la inmediatez para adquirir un libro y la facilidad de búsqueda de cualquier tipo de texto. Con estos soportes tan novedosos podemos acudir a un libro al instante, a través de un acceso de búsqueda rápido. La opción de disponer de un libro en el momento requerido es un factor favorable que empuja a valorar positivamente al libro electrónico y, a su vez, genera mayor interés por parte del consumidor. Si bien, cabe decir que no todos los libros están accesibles en versión digital, por lo que en determinadas áreas especializadas tan solo se puede acceder a una cuota de mercado limitada o restringida.

Además de la comodidad, debemos hablar de la economía; el libro electrónico es la forma legalmente más barata de adquirir un libro en la actualidad, aunque esto también genera grandes problemas relacionados con la lucha contra la “piratería” y los derechos de autor que comentaremos a continuación. Contamos con un mercado en el que la venta de libros tiene coste inasequible para muchas personas, mientras que el *ebook* ofrece una proporción calidad-precio realmente interesante.

Existen bibliotecas virtuales donde se difunde la literatura de forma gratuita, como es el caso de la Biblioteca Virtual de Cervantes, que digitaliza parte del patrimonio literario hispánico y se puede llegar hasta él libremente a través de Internet. También podemos hablar de otras plataformas en las que ya no solo tienen acceso los lectores, sino escritores desconocidos que quieren publicar sus textos por primera vez y, por lo tanto, dar a conocer sus textos de la manera más práctica y efectiva posible, además de económica. En este tipo de plataformas, los escritores noveles tienen la opción de gestionar su propia publicación sin la necesidad de inmiscuirse en el mundo del sector editorial y todo lo que lleva aparejado. Como hemos mencionado anteriormente, este nuevo soporte digital permite el acceso a una infinidad de títulos (originales y traducidos).

Otra cuestión relevante en relación al tema económico y que tiene una importante labor medioambiental es el ahorro del papel. Conocemos las consecuencias de la tala de árboles, y apostar por el libro electrónico favorece a la reducción de esta acción, ayudando al medio ambiente, además de evitar así, parte de la deforestación actual.

Por el contrario, tenemos que destacar la pieza menos agradable que guarda este panorama económico. El hecho de que sea tan fácil difundir los libros a través de bibliotecas o plataformas virtuales, provoca conflictos de intereses entre los miembros del equipo editorial, puesto que la circulación de libros por Internet da lugar al decreciente ingreso económico tanto para los escritores como para la industria editorial.

Por ello, como hemos mencionado anteriormente, escritores y editores se encuentran en una incansable lucha contra la piratería, pues provoca conflictos de intereses entre usuarios y empresas editoriales. Cualquiera puede conseguir de forma gratuita títulos que deambulan por la red, siendo esto negativo para la industria y para determinados escritores, que ven menguados sus ingresos. A día de hoy, es una situación turbia que está viene generada por los derechos de autor y el *copyright*. No obstante, los miembros del sector emplean métodos y siguen buscando soluciones para paliar esta situación, regularizando y estabilizando la industria editorial.

De este modo, la copia y distribución de contenidos no autorizada con *copyright* es un asunto problemático que genera mucho dinero y que preocupa mucho a las empresas de la industria editorial y del ocio en general. Por este motivo, muchas empresas que luchan contra la venta fraudulenta están tratando de buscar nuevos caminos que consigan impedir el hecho de que la gente comparta estos contenidos en línea. Evidentemente, en el mundo del *ebook* se ha optado por la opción de introducir marcas de agua en los libros, con el objetivo de realizar un seguimiento de los contenidos que se venden y así proporcionar un rastro fiable en caso de ser investigados.

3. DE LA FILOLOGÍA A LA EMPRESA PRIVADA: “LITERATURÍZATE”

Una vez realizado este balance general sobre el panorama que presenta la nueva industria editorial, que ha dado cuerpo a la primera parte de nuestro trabajo, es el momento de abrir una segunda parte en la que se va a ofrecer un giro en su desarrollo; ahora nos vamos a centrar en explicar nuestra idea de empresa editorial, tratando de otorgarle un sello personal y original. Si en los apartados anteriores de nuestro estudio, toda la información extraída de las entrevistas realizadas a editoriales ha sido realmente productiva para formular conclusiones y esclarecer así el escenario actual del mundo digital en relación a la edición, ahora también nos va a resultar útil para configurar una propuesta de proyecto.

Conforme avanza el tiempo, progresan las incorporaciones tecnológicas, y eso lleva consigo un enorme revuelo en un mundo en el que, cada vez menos, hay cabida para lo tradicional. Las notables consecuencias de este panorama son adversas en su mayoría, pues además de alterar el mercado editorial, provoca grandes conflictos entre los agentes de la cadena de valor tradicional del libro y las propias editoriales. De este modo, a raíz de estos resultados establecidos y otros tantos que hemos obtenido gracias a otro tipo de encuestas que más adelante desvelaremos, constatarán la base y la justificación de nuestro proyecto empresarial.

A la hora de idear un proyecto de empresa, lo primero en lo que pensamos es en la viabilidad del mismo, en la productividad y en el posible éxito personal y profesional que este pueda alcanzar. En nuestro caso, el aliciente que nos ha motivado a llevar a cabo el desarrollo de nuestra idea empresarial ha sido, en parte, la necesidad de encontrar un camino para publicar diversas investigaciones académicas que se puedan realizar durante estudios doctorales, además de ofrecer una vía factible donde también se publiquen otras colecciones, siendo este camino mucho más genérico que el anterior.

Por lo tanto, podemos decir que el origen de la creación de esta empresa se debe a la motivación personal anteriormente mencionada, a la que hay que sumar la situación actual que envuelve a la industria editorial; ambos factores nos han inclinado a proyectar una empresa que aporte ciertas novedades con respecto a otras editoriales ya existentes con las que hemos trabajado (y que hemos podido conocer de cerca a través de sus respuestas ofrecidas en las entrevistas), lo que nos permitirá atisbar prospectivamente, con el riesgo que sabemos que esto supone, la sostenibilidad del proyecto.

Como en todo planteamiento inicial sobre un proyecto, sea el tipo de empresa que sea, se debe dejar claro los objetivos que se persiguen, creemos conveniente destacar qué es lo que nosotros pretendemos conseguir cuando decimos que queremos dar vida a un nuevo proyecto editorial que se rige siguiendo unas características innovadoras y, en buena medida, diferentes. Por tanto, nuestro objetivo principal es facilitar el proceso de edición, publicación y distribución de obras a través de una editorial *online* que abogue por la digitalización. Se trata de un proyecto destinado a un público amplio, que tendrá acceso a cualquier texto a un precio asequible y, además, podrá disfrutar de muchas incorporaciones novedosas que más adelante tendremos oportunidad de ver.

En este sentido, perseguimos la idea de ofrecer una línea editorial que se corresponda con la situación actual que se está dando en la actualidad. Creemos firmemente que debe existir un medio editorial que responda a la necesidad de un sector joven de la población, cada vez más elevado, que está adaptado a la incorporación de las nuevas tecnologías en su rutina diaria. En nuestro caso, hemos apostado por un tipo de proyecto que complazca a todos los entes que intervienen en el proceso de creación y consumo porque creemos en un modelo utilitario, eficaz, económico y asequible que brinde la posibilidad de publicar textos y, a la vez, llegar a ser el propio editor de los mismos. Queremos, al fin y al cabo, que sea un proyecto en el que jóvenes filólogos tengan una puerta abierta al mundo de los libros, donde puedan ser ellos mismos los que gestionen su propio texto. A lo largo de este apartado iremos desarrollando pormenorizadamente cada uno de los requisitos que deben cumplir todos aquellos que quieran formar parte de esta idea de empresa editorial, que se propone como un proyecto abierto y plural.

Al igual que es necesario dejar constancia de la finalidad que se persigue con la apertura de esta empresa, es conveniente también resaltar una serie de cuestiones fundamentales para la mejor comprensión de nuestra idea de empresa. Cuando tomamos la decisión de lanzarnos y dar vida a una idea de proyecto, debemos pensar cautamente en la función económica que puede desempeñar, inspeccionar los gastos y las ganancias que puedes conseguir. Por lo tanto, este modelo de negocio aspiraría, inicialmente, a conseguir un modelo de reconocimiento de empresa por parte de la Universidad de Jaén como Spin-off, del que nos ayudaríamos para poner en marcha nuestro proyecto (más adelante desarrollaremos esta idea)¹¹.

¹¹ Adelanto ahora que toda la información disponible está en el siguiente portal que la UJA pone a nuestra disposición: <https://www10.ujaen.es/conocenos/servicios-unidades/otri/ebc/spin-off> [Fecha de consulta: 18/07/2016].

También hemos pensado en el posible tipo de pago que llevaría a cabo nuestro esbozo de empresa editorial y que serviría para sustentar las ganancias de la empresa. Indagando sobre este tema, encontramos un estudio en la red elaborado por Dosdoce.com para CEDRO, titulado *Nuevos modelos de negocio en la era digital* (2014), que aborda las distintas formas de pago que se puede establecer cuando se crea un negocio en línea. Fue así como encontramos un sistema de micropago de contenido fraccionario que se entiende como una transacción para acceder a algún tipo de contenido, ya sea un artículo en una web, un videojuego o una canción. Para acceder al texto deseado, debemos pagar un importe no muy elevado mediante transferencia bancaria, lo que nos facilitará la descarga directa y así obtener nuestra obra en el formato seleccionado (mobi, ePub, doc...). Aun así, diseñaremos una sección donde, previamente a la compra del libro, se pueda leer el argumento de la obra, biografía del autor, noticias, etc., con tal de ayudar al lector a decidirse a la descarga del libro.

Por otro lado, merece especial atención dedicar unas líneas a describir aquellos referentes que han sido nuestra fuente de inspiración y además nos han servido para idear nuestro boceto de empresa. En concreto, han sido dos los modelos que, combinándolos, nos han empujado a diseñar nuestra idea. En primer lugar, tropezamos con un proyecto online llamado “Punto Rojo Libros”¹², cuya función principal es la de publicar cualquier texto ya sea en papel o en formato digital. Este proyecto cuenta con diversas secciones muy sugerentes que lo hacen especial; por ejemplo, dispone de un apartado en el que se puede hacer un seguimiento de los cambios y ventas que está cosechando la publicación de una obra. Además, Punto Rojo Libros es la mayor editorial a nivel nacional por volumen de títulos publicados. En torno a 4.000 autores confían en esta forma de publicación.

Según nos referíamos en líneas anteriores, nos ha aportado grandes ideas conocer el modelo de reconocimiento de empresa llamado Spin-off y que han puesto en marcha algunas universidades para el caso concreto de una editorial: es el caso de la Universidad de Valladolid¹³. Se trata de un modelo que permite transmitir datos a una sociedad virtual. Es, por tanto, un tipo de modelo que está orientado al mercado internacional mediante la presentación de múltiples servicios y productos: biblioteca digital, lingüística forense,

¹²Véase en: <http://www.puntorjolibros.com/publicar-mi-libro.php?gclid=CIDEu6Lx38gCFUe3GwodB3sNOw> [Fecha de consulta: 18/07/2016].

¹³ El proyecto se denomina Agilice Digital (2014); se puede ampliar la información a través del siguiente enlace: <http://comunicacion.uva.es/export/sites/comunicacion/a69c3d74-0238-11e6-8bf0-d59857eb090a/> [Fecha de consulta: 18/07/2016].

materiales didácticos, etc. Al igual que Punto Rojo Libros, el modelo Spin-off ofrece recursos que resultan llamativos y atraen al usuario, amén de recibir un importante respaldo de un organismo universitario. Por ejemplo, encontramos una tienda online de libros electrónicos en la biblioteca digital. Así, otorga un diseño que se adapta perfectamente a todos los dispositivos electrónicos.

Es de esta forma como hemos partido de estos dos modelos para crear el nuestro, aportando rasgos novedosos y personales que le den identidad propia, además de superar otras barreras reales que cada día serán más acusadas. En concreto, nuestro proyecto dispondría de una página web con un diseño atractivo que embelese al usuario con tan solo un golpe de vista. Un diseñador gráfico sería el responsable de originar el diseño de la página web con una doble finalidad, definiendo claramente las secciones de las que esta dispondría. Por lo tanto, se trataría de una página válida tanto para el escritor como para el lector; el primero tendría la opción de llevar a cabo su publicación, ya sea un estudio de investigación académica o una creación literaria cualquiera, mientras que el segundo podría disfrutar de la compra de un texto dependiendo de su gusto o interés lector, realizando el pago establecido y siguiendo los pasos necesarios para su operación.

Del mismo modo, al igual que muchas plataformas virtuales, nuestro proyecto también contaría con una biblioteca virtual amplia que recoja multitud de obras, organizadas según el género de composición. A su vez, los estudios académicos e investigaciones estarían depositados en un apartado destinado expresamente a ellos. El requisito que deben tener todos los usuarios es un registro previo a la acción de pago y compra del libro. No obstante, es cierto que contaremos con una sección en la que se oferten libros gratuitos, se hagan descuentos especiales y se premien con porcentajes de descuento a usuarios que cumplan ciertos requisitos, como la fidelidad y compra continuada en nuestra empresa. Mientras tanto, los escritores recibirán avisos mediante correo electrónico dando cuenta de todos los cambios realizados en el proceso de publicación y venta de sus libros.

Además, como dejábamos entrever anteriormente, nuestra idea de proyecto editorial cuenta con otras novedades, además de las mencionadas más arriba con respecto a los modelos que nos han servido de inspiración, que dan particularidad a nuestra empresa. Nos referimos a incorporaciones diferentes que no es común encontrar en este tipo de empresas digitales. Al entrar en la página web de nuestra empresa, si deslizamos el puntero del ratón sobre las diversas secciones que la componen, aparecerá un texto explicativo que solventará las dudas posibles. Esto lo podemos apreciar por ejemplo, cuando procedamos a realizar una

descarga de un texto en un formato concreto, desconociendo la compatibilidad que pueda tener o no con el soporte electrónico que se use. Así, se abrirá una ventana informativa que aporte ayuda virtual al usuario.

Por otro lado, incorporaremos también conferencias a modo de presentaciones que podrían impartir nuestros escritores con el propósito de dar a conocer sus textos, bien de forma presencial en lugares de amplia repercusión, o bien mediante una conversación virtual online con empresa que quieran apostar por su libro ofreciéndole garantías económicas. Nuestra empresa, al final, actuaría como medio de edición, publicación y distribución de textos, además de contar con una inmensa biblioteca virtual que facilite la búsqueda de obras y el acceso a ellas a través de la web.

También daríamos la opción de publicar en diversos idiomas, siendo el coste de este proceso un poco más elevado, puesto que contaríamos con un especialista en traducción e interpretación. No obstante, contar con traductores es la idea inicial pero asumimos que esto pueda ser modificado, ya que si esta nueva aportación tiene sus resultados positivos a medida que pasa el tiempo, sería necesario instalar programas digitales que cumplieran con la labor equivalente a la de un traductor (aunque naturalmente contrataríamos a profesionales de la traducción para que revisasen la versión final).

Para hacer más llamativo nuestro esbozo de proyecto editorial pensamos también en incorporar secciones de noticias actuales relacionadas con la editorial, entrevistas, artículos, etc. Además, hay otra idea que está en mente proyectar: instalar una sección llamada audiolibro¹⁴. Tal y como el propio nombre indica, consiste en una forma de narración del texto que sustituye a la lectura visual. Es una opción a la que pueden recurrir aquellas personas que tengan deficiencias visuales y necesiten este tipo de soporte para así, poder disfrutar igualmente de un libro.; pero también para aquellos que les dé pereza ponerse frente a un libro y sin embargo disfruten de unos auriculares, por lo que se trataría de una aplicación disponible para llegar a un público que a priori sea reacio al libro en papel. Eso sí, contaríamos con un listado específico de lecturas auditivas, pues para el acceso a esta sección no habría coste alguno.

Como cualquier entidad, esta también ha de tener un nombre y un logo que lo identifique. En cuanto al nombre que le hemos otorgado, Literaturízate, se crea con la idea de invitar al usuario a incorporarse al mundo de la literatura y de las letras, se trata por tanto, de una

¹⁴ Sobre las ventajas que incorporan y los avances producidos en los últimos años, véase Birado (2016).

petición. Con la aceptación de este nombre, queremos dar a conocer el sentido de nuestro proyecto, un sentido literario que guarda la esencia de nuestra empresa¹⁵.

También hemos diseñado una propuesta creativa que reúna tres elementos clave que definen nuestra idea: libertad, literatura y digitalización. En primer lugar, queremos vincular nuestra idea de negocio con símbolos que lo identifiquen. Por ello, lo primero por lo que abogamos es por la digitalización; así, si estamos pensando en un proyecto que cumpla con los requisitos tecnológicos que se están incorporando en esta nueva era digital, debemos tener en cuenta muchos factores.

Entre ellos, el uso de dispositivos electrónicos que se emplean para la lectura. Por lo tanto, hemos escogido una imagen de un *ebook* o tablet como referente, de modo que va a ser el objeto principal que de color a nuestro logo. Además, creemos firmemente en la idea de libertad en la lectura, como nuestro eslogan dice, pues a fin de cuentas leer es un placer, un privilegio, una forma de vivir e imaginar otro mundo, otra historia, otra realidad ficticia o incluso, real. Así, la libertad debe estar presente en nuestro logo, que hemos querido identificar con el símbolo de un pájaro posado sobre un rama de un árbol. Cuando vemos a un pájaro abrir sus alas para echarse a volar, nos transmite una sensación calmada, profunda y libre, de modo que lo que pretendemos es que nuestra empresa otorgue toda la libertad posible para acceder a la lectura de la forma que se desee. A continuación, añadimos nuestra creación del logo empresarial que hemos diseñado en una página web conocida como www.designmantic.com, seleccionando rigurosamente todos los elementos que queríamos que formasen parte de nuestra empresa:



¹⁵ Sobre la creciente incorporación de la literatura al mundo digital, véase Navazo Ostúa (2011).

De este modo damos cierre al boceto de proyecto editorial que, evidentemente, sigue abierto a nuevas modificaciones, pues depende en todo momento de la situación que se desarrolle en el panorama de la editorial. Para llevar a cabo un estudio más profundo sobre la apertura de una entidad como esta, necesitaríamos contar con los conocimientos de un equipo bien cualificado para hacer frente a numerosos factores, como son los económicos, administrativos, la publicidad, el diseño, etc. Aun así, hemos querido desgajar nuestra idea inicial de proyecto aportando todos los elementos que creemos necesarios para crear una empresa de estas características, donde los avances tecnológicos ocupan la mayor parte de ella y además han sido objeto central de nuestro proyecto. Está claro que apostamos por lo digital, pero es cierto que no se descarta la posible impresión de tiradas en papel, siempre y cuando tenga buen recibimiento por parte del usuario. Además, consideramos que el libro impreso jamás desaparecerá del mercado debido al peso y a la tradición cultural que este tiene y a otros condicionantes que mantienen fuerte su presencia ahora y siempre. Tan solo proponemos un modelo de negocio que responda a los nuevos formatos digitales que se han impuesto de forma asombrosa al mercado editorial, es decir, promovemos un cambio hacia la digitalización siempre y cuando las circunstancias sean favorables y no impidan su desarrollo.

4. BALANCE FINAL (CON UN DESEO AÑADIDO)

Cuando me dispuse a pensar detalladamente en el tema que queríamos tratar en este Trabajo Final de Grado, las dudas se apoderaron de mí por un momento; sentía la necesidad de trabajar en algo nuevo, sumergirme en un proyecto que para mí fuese todo un desafío. Así, decidí buscar aquello que realmente me entusiasmara y provocara en mí una sensación infinita de disfrutar con mi trabajo. Entonces ocurrió; me tropecé con la asignatura de “Entornos profesionales” y me abrió un amplio camino de posibilidades que hasta entonces desconocía. Fue ahí cuando me puse en marcha e ideé un tipo de trabajo relacionado con aquello que realmente me motivaba: las nuevas fórmulas editoriales en la era digital.

Durante todo el desarrollo de nuestro trabajo hemos querido mostrar la realidad del asunto editorial que se está dando a día de hoy en el mundo y, más en concreto, en nuestro país. Por lo tanto, resulta un hecho constatado la presencia de las nuevas tecnologías en un ámbito como este, pues está claro que numerosas editoriales ya palpan la situación ante esta nueva era de progreso editorial y se están aclimatando a los nuevos tiempos.

Además, el hecho de conocer de cerca las circunstancias del panorama editorial (gracias a los resultados de las encuestas realizadas a varias editoriales), nos ha permitido observar realmente del enorme hueco que se están haciendo los nuevos avances tecnológicos en un ámbito como este. También nos ha quedado claro que el libro impreso tradicional no va a desaparecer del mercado (al menos a corto o medio plazo), puesto que el momento actual podría ser comparado, salvando las distancias, con el que se vivió en la segunda mitad del siglo XV, cuando Gutenberg revolucionó la vida del libro. Si echamos la vista atrás y pensamos en las consecuencias que tuvo en su momento la aparición de la imprenta, nos damos cuenta de que realmente supuso una nueva puerta para la difusión de la cultura; los diferentes sectores que giran en torno al libro no vieron como una amenaza este invento, sino como una herramienta cargada de posibilidades. La circulación manuscrita no cayó (en poesía por ejemplo tuvo una vida más larga), y aunque disminuyó su actividad, todavía hoy (¡cinco siglos después!) seguimos utilizando el papel y la pluma en muchos ámbitos.

Al mismo tiempo, hemos comprobado el amplio abanico de ventajas e inconvenientes en cuanto a las características que ofrece el libro electrónico. Por un lado, resulta mucho más cómodo, tiene innovaciones digitales que son atractivas, ahorras en papel, pues evitas imprimir tiradas enteras de libros, y puedes almacenar una infinidad de libros en un espacio menor. Sin embargo, proporciona una gran desventaja para la industria editorial: la amenaza para el libro impreso, con el que trabajan todavía la mayoría de las editoriales españolas. No

obstante, es cierto que muchas de ellas se están adaptando al progreso, se han subido al tren en marcha del que hablábamos al principio, y siguen luchando por mantener su espacio en el mundo de los libros. A grandes rasgos, podemos decir que las editoriales ahora están trabajando para adaptarse a la demanda del usuario del momento, pero esto no quiere decir que el libro impreso quede relegado a la tradición cultural y no se siga cultivando a lo largo de los años.

Por lo tanto, es evidente nuestra inclinación hacia el avance tecnológico en el desarrollo de nuestro proyecto es una apuesta que estamos definiendo hasta el final. Desde que originamos nuestra idea de proyecto hemos intentado movernos dentro del gran universo tecnológico, no solo por apostar por la digitalización de los textos, sino por apostar por un formato de presentación web que represente nuestra idea empresarial. También, a la hora de realizar encuestas dirigidas a los compañeros de Estudios Ingleses y Filología Hispánica para orientar el sentido de nuestro proyecto, nos hemos decantado por desarrollarlas en un formato digital, de modo que quede todo relegado a las consecuencias que dejaron la inminente revolución tecnológica en el sector editorial.

Así pues, como decía al inicio cuando comenzaba a redactar mi proyecto, mi objetivo principal era buscar un trabajo que me sirviera de aliciente para acabar esta última etapa de la carrera, y a día de hoy pienso que ha sido todo un reto y una fase de aprendizaje muy interesante que jamás olvidaré. Este proceso no habría sido lo mismo si no me hubiera encontrado en el camino a profesionales con los que he tenido la suerte de trabajar.

En el inicio de este proyecto hay un nombre propio que destaca; cuando me dispuse a buscar un tutor/a que me guiase mi trabajo académico, tomé la iniciativa de hablar con el profesor David González Ramírez, quien estaba impartiendo la asignatura que antes he mencionado y quien, además, apostó desde el principio por mi idea de proyecto, de modo que así pude comenzar a trabajar en un terreno inexplorado anteriormente. En todo momento, la colaboración de mi tutor ha sido impecable; desde el inicio me ha proporcionado gran parte de sus libros sobre el tema y siempre ha mostrado su pasión hacia el universo editorial, lo que ha supuesto para mí un aliento y una motivación extra para no decaer y seguir trabajando con las mismas ganas hasta el final, pese a los momentos de desánimo que pueden surgir a lo largo de un curso académico tan intenso como el que cierra una carrera. Por lo tanto, sobra decir que su función como profesor y como tutor ha sido excelente y que mi experiencia académica ha sido enriquecedora y positiva al completo; es un placer trabajar con alguien que se entrega al máximo en su trabajo, porque lo transmite y eso hace que te mantengas con fuerza de principio a fin.

Además, realizar este proyecto me ha regalado acontecimientos inolvidables. He contactado con editoriales y revistas que me han aportado su visión sobre la situación que concierne a la industria editorial. Gracias a la participación de los editores que me han transmitido información tan valiosa, he podido realizar casi todo el cuerpo de mi trabajo apoyándolo con argumentos contrastados. Por ello, debo mencionar con verdadero afecto y gratitud a las editoriales y revistas que han colaborado desinteresadamente con mi Trabajo Final de Grado: Editorial Gustavo Gili, *Fronterad*, Ecobook y *Minobitia*.

Por último, quiero nombrar a una personalidad que destaca por su labor dentro del panorama editorial; me refiero a Valentín Pérez Venzalá, filólogo que se formó en esta disciplina en la Universidad Complutense de Madrid, profesor y especialista en el sector de la editorial. Actualmente, imparte clases en Cálamo & Cran sobre el libro electrónico o *ebook*, es editor en Minotauro digital y colabora también en *Minobitia*. He tenido el enorme privilegio de contactar con Valentín Pérez Venzalá y ha sido una experiencia brillante. Nuevamente, tengo que mostrar mi agradecimiento porque si no hubiera sido por él, muchos conceptos todavía bailarían en mi cabeza, y el hecho de poder dialogar con él directamente me ha resuelto muchas dudas en torno a este panorama.

El objetivo académico que persigue este proyecto es ser presentado como Trabajo Fin de Grado para obtener el título en Filología Hispánica. Sin embargo, la meta personal a la que aspiro con este proyecto es poder verlo cumplido; probablemente me encontraré muchísimas dificultades y asperezas, pero también la realización de este trabajo las ha tenido, y si algo he aprendido es que con tenacidad, con ilusión y con fuerza se pueden alcanzar las ilusiones.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FUENTES IMPRESAS

- BHASKAR, Michael (2014): *La máquina de contenido: hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. México, Fondo de cultura económica.
- BRITO, Manuel (2014): *Reconfigurando la labor editorial en los siglos XX y XXI*. Tenerife, La laguna.
- CASTAÑÓN, Adolfo (2012): *Trópicos de Gutenberg: escenas y mitos del editor*. Madrid, Trama D.L.
- LÓPEZ DE ABIADA, José Manuel (2001): *Entre el ocio y el negocio: industria editorial y literatura en la España de los 90*. Madrid, Verbum.
- MONTESA, Salvador (coord.). (2005): *Novelistas en el siglo XXI: creación, mercado y lectores*. Málaga, Aedile.
- PIMENTEL, Manuel (2007): *Manual del editor. Cómo funciona la moderna industria editorial*, Córdoba, Berenice.
- POLO PUJADAS, M. (2011²): *Creación y gestión de proyectos editoriales en el siglo XXI*. Universidades de Cantabria, Castilla La Mancha e Islas Baleares.
- PONS, Anacleto (2015): *El desorden digital: guía para historiadores y humanistas*. Madrid, Siglo XXI.
- VV. AA. (2011): *Gutenberg 2.0. La revolución de los libros electrónicos*, Gijón, Trea.

FUENTES DIGITALES

- AGILICE DIGITAL (2014): [En línea: <http://www.agilicedigital.com>. Fecha de consulta: 19/06/2016].
- ARJONA, Daniel (2011): Entrevista a Magda Polo, *El cultural*, 28 de noviembre [En línea: <http://www.elcultural.com/noticias/letras/Magda-Polo-Los-contenidos-del-ebook-no-podran-ser-los-mismos-que-los-del-libro-tradicional/2432>. Fecha de consulta: 16/05/2016].
- BIRADO, Santiago (2016): “Los audiolibros empiezan a sonar”, *La brújula*, s.f. [En línea: <http://librujula.com/actualidad/1405-los-audiolibros-empiezan-a-sonar>. Fecha de consulta: 22/05/2016].

- DESIGNMANTIC (2016): [En línea: <http://www.designmantic.com/>. Fecha de consulta: 18/06/2016].
- ALÓST, Ernest (2016): Entrevista a Richar Charkin, *El periódico*, 7 de julio [En línea: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/ocio-y-cultura/entrevista-richard-charkin-ebooks-futuro-libro-5254074>. Fecha de consulta: 20/06/2016].
- GONZÁLEZ-GASPAR, Sara, BUSTINZA SÁNCHEZ, Óscar Fernando (2014): “Proceso de servitización en la industria editorial: el papel de los nuevos modelos de negocio”, *Intangible capital*, 10, 2, págs. 219-238 [En línea: <http://www.intangiblecapital.org/index.php/ic/article/view/499/422>. Fecha de consulta: 13/06/2016].
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2011): “Situación actual y perspectivas del libro digital en España” [En línea: http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/en/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/libro/mc/observatoriolect/redirect/estudios-e-informes/elaborados-por-el-observatoriolect/Ebook_2010.pdf. Fecha de consulta: 13/05/2016].
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2015): “El sector del libro en España” Observatorio de la lectura y el libro. [En línea: <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/libro/mc/observatoriolect/redirect/estudios-e-informes/elaborados-por-el-observatoriolect/sector-libro-abril2015/sector-libro-abril2015.pdf>. Fecha de consulta: 09/07/2016].
- NAVAZO OSTÚA, Pablo (2011): “El impacto del libro electrónico en el sector literario internacional”, Feria del Libro de Bologna [En línea: http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/becas-ayudas-y-subvenciones/becas/d9-2011/2013_11_BecasCulturex_LibroElectronico.pdf. Fecha de consulta: 23/06/2016].
- OBSERVATORIO DE LA LECTURA Y EL LIBRO (2011): “Situación actual y perspectivas del libro digital en España” [En línea: http://www.pensodromo.com/21/wp-content/uploads/Ebook_2010.pdf. Fecha de consulta 12/06/2016].
- PUNTO ROJO LIBROS, (S.A) [En línea: <http://www.puntorjolibros.com/publicar-mi-libro.php?gclid=CIDeU6Lx38gCFUe3GwodB3sNOw>. Fecha de consulta: 22/07/2016].

6. ANEXOS

Entrevista: “Trabajo Fin de Grado: Las nuevas fórmulas editoriales en la era digital”

1. Editorial: Gustavo Gili

1. Numerosos estudios y sondeos realizados en los últimos años indican que cada vez son menos los textos que se publican en papel. En relación a esto, ¿han empezado a apostar por las nuevas fórmulas digitales?

Sí, llevamos ya unos 4 años publicando en digital

2. Si la editorial en la que trabaja mantiene su desafío ante el avance de los formatos editoriales, ¿en qué medida ha restado posibilidades las formas digitales a las tradicionales?

Las publicaciones digitales, entendidas como libro electrónico, se contemplan como algo complementario. Su aceptación en el mercado es muy minoritaria. La publicación del libro electrónico no ha afectado por ahora a las publicaciones tradicionales. Sí la han afectado otras formas de divulgación digital de contenidos (internet, webs, blogs, etc.)

3. Los nuevos formatos editoriales, como el libro electrónico, se han incorporado al mercado español de forma veloz y han sido acogidos por un gran número de consumidores. ¿Cómo cree que le afectará a la industria editorial?

El mercado demuestra que el libro electrónico es un negocio marginal aunque ascendente.

4. ¿Cuáles son las estrategias a las que debería recurrir la industria editorial para construir una oferta legal de contenidos digitales amplia, diversa y atractiva que llame la atención a los consumidores?

Esta es la gran pregunta sobre la que creo no hay todavía respuestas claras.

5. ¿Considera que las industrias editoriales actuales están adoptando una postura de cambio y progreso ante el desarrollo de nuevas plataformas virtuales como son Amazon o Google Books?

El mundo editorial no está en absoluto ajeno a la evolución digital, al contrario, es un sector muy afectado y consciente de ello, busca adaptarse al nuevo escenario. Sin embargo, es un sector con gran tradición e inercia, donde los cambios cuestan y más sí el rumbo de la evolución no es claro.

6. ¿Considera que alcanzarán el éxito aquellas empresas editoriales que no se adapten a la nueva era digital? ¿Cómo ve el futuro de la industria editorial? La industria editorial tradicional tiene recorrido, pero sí existe una amenaza en el nuevo mundo digital. La divulgación del conocimiento ha encontrado nuevas vías complementarias a las tradicionales a través de internet. Estas presentan algunas claras ventajas como son la rapidez o la desubicación física entre muchas otras, permitiendo la entrada y participación de nuevos agentes.

Los editores básicamente nos hemos limitado hasta ahora a “traducir” el formato impreso a un libro electrónico, para trasladar nuestro producto tradicional al nuevo marco digital. Sin embargo, esta es una traslación de formato, en la que libro electrónico se convierte en un producto de naturaleza híbrida, a medio camino entre el mundo tradicional y el nuevo entorno digital. Hemos logrado “meter” nuestras páginas en nuevas pantallas, a través de nuevos formatos (pdf, epub, mobi, etc) pero no veo al libro electrónico, así concebido, como un peligro para el libro tradicional. Es y seguirá siendo marginal en comparación. Por el contrario, sí creo que hay unas nuevas vías de publicación y de distribución como es internet y todo su amplio mundo de webs, blogs, etc creados con sus correspondientes formatos (html, etc) que son una clara competencia para ciertas ediciones tradicionales. Los editores no hemos sabido todavía aprovechar las posibilidades de ese gran nuevo mundo. Los modelos de negocio ahí son distintos, a veces poco evidentes para la industria tradicional. Creo que aquí está el gran desafío y la gran asignatura pendiente para el futuro de la industria editorial.

2. Fronterad (Revista digital)

1. Numerosos estudios y sondeos realizados en los últimos años indican que cada vez son menos los textos que se publican en papel. En relación a esto, ¿han empezado a apostar por las nuevas fórmulas digitales?

Nuestra apuesta, *fronterad*, va contracorriente. Procuramos hacer un periodismo lento y reflexivo, de largo aliento, en el que el periodista desarrolle el tema sin limitaciones de espacio o forma. Así, hemos ido de la web (somos una revista digital) al papel, en el que creemos firmemente porque permite y alienta el tipo de lectura que nos interesa.

2. Si la editorial en la que trabaja mantiene su desafío ante el avance de los formatos editoriales, ¿en qué medida ha restado posibilidades las formas digitales a las tradicionales?

El ebook no tiene implantación en España, por la escasa cultura de compra de contenidos y el IVA excesivo que soporta (21% frente al 4% del papel). Nuestra apuesta en papel (tenemos ya una decena de libros en el mercado) es de tiradas cortas y de una distribución selectiva en complicidad con el librero.

3. Los nuevos formatos editoriales, como el libro electrónico, se han incorporado al mercado español de forma veloz y han sido acogidos por un gran número de consumidores. ¿Cómo cree que le afectará a la industria editorial?

De nuevo depende de tus intereses editoriales. Los contenidos digitales, que no el libro digital, ha copado buena parte del mercado, es evidente. Pero frente al ebook, el libro en papel sigue gozando de buena salud, sobre todo con el desarrollo de las imprentas digitales, que permite tiradas ajustadas y una calidad igual o superior al offset.

4. ¿Cuáles son las estrategias a las que debería recurrir la industria editorial para construir una oferta legal de contenidos digitales amplia, diversa y atractiva que llame la atención a los consumidores?

La primera condición es que se regulen de una vez los contenidos electrónicos de las editoriales, que se cuente con un Depósito Legal electrónico, que se rebaje el IVA del libro electrónico del 21% al 4% como el papel y, sobre todo, que se luche decididamente contra la piratería. Sin estos condicionantes, el libro electrónico seguirá siendo residual. Si bien hay que decir que buena parte del conocimiento de nuestros días ya está en la red, y está para quedarse, me refiero a la venta de productos como los ebooks.

5. ¿Considera que las industrias editoriales actuales están adoptando una postura de cambio y progreso ante el desarrollo de nuevas plataformas virtuales como son Amazon o Google Books?

Amazon y Google Books son, en principio, grandes distribuidoras, pero no son editoriales que producen contenidos. En este sentido su competencia es imbatible. A no ser, como en nuestro caso, que se opte por otro tipo de distribución, de librerías elegidas, de libreros que conocen los libros y saben venderlos y junto a los que organizas presentaciones y actos. Este libro particularizado y valorado no está en el horizonte de Google Books y Amazon, a mi modo de ver.

6. ¿Considera que alcanzarán el éxito aquellas empresas editoriales que no se adapten a la nueva era digital? ¿Cómo ve el futuro de la industria editorial?

Considero que el papel tiene futuro. Las pequeñas editoriales, que pueden ajustar tiradas gracias al desarrollo de la impresión digital, también. No conozco ninguna editorial de libros solo digitales que subsista por sí misma (sin otros servicios) pero sí editoriales en papel que apuestan por la lectura.

3. *Minobitia*

1. Numerosos estudios y sondeos realizados en los últimos años indican que cada vez son menos los textos que se publican en papel. En relación a esto, ¿han empezado a apostar por las nuevas fórmulas digitales?

Nosotros somos una editorial muy pequeña que nació ya directamente digital, es decir, hicimos un poco el camino inverso al de la mayoría de las editoriales, que pasaron del papel al formato digital, porque nosotros empezamos publicando libros en formato digital cuando todavía no se publicaban de forma habitual y posteriormente empezamos a publicar en papel y a partir de ese momento publicando simultáneamente siempre la versión papel y la versión digital, de hecho, nuestro lema editorial es "tú eliges cómo leerlo" en referencia a que el lector siempre puede elegir leer nuestros libros en papel o en digital.

2. Si la editorial en la que trabaja mantiene su desafío ante el avance de los formatos editoriales, ¿en qué medida ha restado posibilidades las formas digitales a las tradicionales?

Nuevamente no somos buen ejemplo en este sentido, ya que somos una editorial pequeña, seguimos publicando en papel y en digital los títulos que editamos, por lo que no podemos hablar de que el formato digital haya restado posibilidades al formato tradicional. Es evidente que hay géneros o tipo de contenidos que no tienen hoy sentido en papel (enciclopedias, por ejemplo) y que la autoedición hoy día es fundamentalmente digital, pero en general, el papel sigue gozando de muy buena salud y sigue siendo además percibido como más prestigioso frente al formato digital, apreciación que seguramente se irá modificando con el tiempo.

3. Los nuevos formatos editoriales, como el libro electrónico, se han incorporado al mercado español de forma veloz y han sido acogidos por un gran número de consumidores. ¿Cómo cree que le afectará a la industria editorial?

El libro electrónico ha venido siendo desde hace aproximadamente una década el lobo feroz que nunca llegaba. Desde diferentes entornos se ha venido pronosticando un poco a la ligera que acabaría con el libro en papel, lo cual ha servido para que muchos editores le tuvieran cierto miedo, lo que unido al desconocimiento tecnológico, ha hecho que muchos

editores rechazaran el libro electrónico. El plantear al principio del despegue del libro electrónico que había una batalla entre papel y digital ha sido contraproducente. Afortunadamente, esa visión ha dejado paso a la más realista que es que ambos formatos pueden convivir perfectamente porque se complementan. En ese sentido, el libro digital no afectará, como algunos pronosticaban, reduciendo brutalmente la lectura en papel, lo que sí está claro es que afectará tarde o temprano en dos aspectos que aún no se han generalizado pero que tarde o temprano lo harán: la digitalización de los procesos editoriales y la creación de nuevos formatos y nuevas formas de narrar utilizando formatos digitales y capacidades multimedia. Respecto a lo primero, la industria es actualmente muy analógica en sus procesos porque piensa básicamente en llegar a un producto final en papel y no en editar un contenido y prepararlo para diferentes formatos posibles, por eso, la industria editorial debe ir poco a poco integrando procedimientos digitales en sus procesos para que el producto con el que trabaje sea eminentemente digital, lo que permita, mediante procesos digitales y relativamente automáticos, dar formato a ese contenido de diferentes formas para dar al lector ese contenido en el soporte que requiera en cada momento. En cuanto a lo segundo, el libro digital que actualmente conocemos es básicamente una traslación del libro en papel que no aprovechan todas las posibilidades de los formatos digitales. Más allá de incorporar aspectos multimedia para enriquecer los libros (vídeos, música, etc.), en el futuro, los autores pensarán sus obras contando ya con esos elementos y por tanto iremos a libros pensados ya como obras multimedia e interactiva.

4. ¿Cuáles son las estrategias a las que debería recurrir la industria editorial para construir una oferta legal de contenidos digitales amplia, diversa y atractiva que llame la atención a los consumidores?

El temor a la piratería es otro de los factores que ha influido mucho en el retraso en la evolución del libro electrónico. La presencia de sistemas de protección (DRM) que solo han perjudicado a los lectores en vez de evitar la copia, solo ha sido un obstáculo al despegue del libro electrónico. En ese sentido, el primer paso es perderle el miedo a la piratería porque poco o nada puede hacerse con sistemas de este tipo, sino que la mejor forma de luchar contra la piratería es "ganarse" al lector con sistemas de compra y lectura fáciles y con un buen servicio que no le invite a buscar los libros en otros foros. Por supuesto, el precio también influye, y un precio que el lector vea como justo contribuye también a ahuyentar la piratería. Pero en este sentido, aún el precio del *ebook* va muy relacionado con el precio del libro en

papel, tanto porque se percibe en relación con este por parte del lector, como porque el coste de producción del libro se amortiza con las ventas en papel, lo que permite también poner precios más bajos al libro digital. Si en el futuro las ventas en papel y digital cambian su ratio (actualmente las ventas digitales son en torno a un 5 % de las de papel), quizá los precios de los libros electrónicos no se puedan mantener muy bajos porque no cubriría los costes de producción (no solo pago de derechos de autor, sino edición, corrección, maquetación, distribución, traducción, etc.). Por tanto, aunque el precio es decisivo actualmente, quizá en el futuro no lo sea tanto, por lo que ofrecer un buen servicio al lector seguirá siendo lo más importante. Otros productos culturales como el cine o la música han demostrado que cuando existen ofertas amplias a las que el usuario puede acceder de forma sencilla y a precios percibidos como coherentes, el usuario que habitualmente consume estos productos los prefiere a la piratería. Actualmente muchos usuarios contratan plataformas de música o cine pagando una tarifa plana mensual que les permite acceder a una oferta amplia de cine, series, música, etc. En ese sentido, creo que el libro, aunque tiene unas características muy distintas de estos productos, puede también orientarse a ofrecerse de forma similar. Aunque las tarifas planas como las que ofrece Amazon o 24symbols quizá no resulten rentables para la mayoría de los lectores ocasionales, pueden ser una buena fórmula para muchos lectores y también, en el futuro, pueden adaptarse a otro tipo de lectores.

5. ¿Considera que las industrias editoriales actuales están adoptando una postura de cambio y progreso ante el desarrollo de nuevas plataformas virtuales como son Amazon o Google Books?

Como decía antes, la verdad es que la industria editorial ha ido muy despacio en la adopción del formato digital. Aunque prácticamente todas las editoriales ya publican sus libros en formato digital, lo que principalmente falta es precisamente lo que antes comentaba, que la propia industria editorial se adapte en sus procesos al mundo digital, pensando en digital y no en papel, para crear productos fácilmente adaptables a diferentes formatos, incluso los que están por venir.

6. ¿Considera que alcanzarán el éxito aquellas empresas editoriales que no se adapten a la nueva era digital? ¿Cómo ve el futuro de la industria editorial?

El éxito es un concepto difuso y depende hacia qué tipo de lectores se oriente cada editorial. Por supuesto, la transformación digital es fundamental en nuestros días y no adaptarse al mundo digital no augura nada bueno para ninguna industria. Las editoriales no son la excepción y sobre todo cuando los contenidos se "consumen" cada día más en entornos digitales, por tanto de una forma o de otra, todas las editoriales se adaptarán al mundo digital, lo cual no significa que no vayan a triunfar o mantener su nivel de éxito, editoriales que no quieran adaptarse al libro electrónico o al entorno digital, porque seguirá habiendo un número de lectores que también percibirá como un valor adicional a este tipo de editoriales que le ofrezcan productos más cuidados en formatos tradicionales.

4. *Ecobook*

1. En primer lugar, me gustaría iniciar la entrevista hablando sobre el origen de la editorial. ¿Cómo surge y quién compone el equipo editorial a día de hoy?

Surge a partir de nuestra actividad como librería.

2. Para acceder al mundo editorial es necesario tener una serie de competencias, ¿qué formación específica le ha permitido integrarse en el cuerpo de editores de la editorial?, ¿puede un filólogo ocupar el puesto de un editor?

Como librería especializada teníamos el conocimiento necesario del funcionamiento del sector del libro, y el estado de la demanda de los clientes.

3. ¿En qué consiste el trabajo de un editor?

Un editor especializado debe buscar obras de interés en su materia y llevarlas a buen término desde el punto de vista financiero.

4. ¿Cuántos años lleva usted trabajando en el sector editorial?, ¿podría contarnos su trayectoria laboral?

Como librería especializada llevamos 28 años y como editorial 10 años.

5. A la hora de publicar un texto, ¿cuáles son los factores a tener en cuenta?, ¿cuántas obras reciben periódicamente (semanalmente, mensualmente...)?, ¿con qué géneros literarios trabaja la editorial?, ¿tiene un impacto comercial?

Lamentablemente ahora el principal criterio es la viabilidad económica del proyecto.

6. Numerosos estudios y sondeos realizados en los últimos años indican que cada vez son menos los textos que se publican en papel. ¿Cuántas publicaciones anuales se realizan en formato papel?

Entre 3 y 6.

7. ¿Podría decirnos si nota el avance de los nuevos formatos digitales?

Sí se notan, y repercuten en la bajada de ventas en papel.

8. En relación a la aplicación de las nuevas fórmulas editoriales en algunas empresas, ¿qué opina de la tendencia al libro digital, lo que algunos ven como una amenaza y otros como una tendencia a la que adaptarse cuanto antes para estar preparado?

Con mucha frecuencia vemos que autores que se han autoeditado con las nuevas formulas, acuden a nosotros para les editemos esa misma obra.

9. Los nuevos formatos editoriales, como el libro electrónico, se han incorporado al mercado español de forma veloz y han sido acogidos por un gran número de consumidores. ¿Considera que su incorporación al mercado tiene más ventajas o inconvenientes para la industria editorial?

Con la incorporación del libro electrónico han bajado considerablemente las ventas en papel, pero no han subido las ventas de libros electrónicos debido a la piratería.

10. ¿Cuál es su percepción con respecto a la actitud actual de la industria editorial española frente a la emergencia de los contenidos digitales?

Falta una legislación que proteja los derechos de los editores y los autores frente a la piratería.

11. ¿Cuáles son las estrategias a las que debería recurrir la industria editorial para construir una oferta legal de contenidos digitales amplia, diversa y atractiva que llame la atención a los consumidores a pagar por estos?

Educación ciudadana, como se hace en otros países europeos.

12. ¿Qué elementos debería tener un modelo de negocio para que la industria editorial encuentre su lugar en un entorno en el que los contenidos digitales ocupan una posición central?

Los contenidos digitales favorecen y benefician al editor, debe potenciarlos.

13. ¿Cuál es su percepción con respecto a la manera en la que la industria editorial española se está gestionando hacia un cambio digital?

Hay una falta de protección total hacia los derechos de autoría

14. ¿Considera que las industrias editoriales actuales están adoptando una postura de cambio y progreso ante el desarrollo de nuevas plataformas virtuales como son Amazon o Google Books?

No, no se está haciendo nada al respecto.

15. Para cerrar la entrevista, ¿considera que alcanzarán el éxito aquellas empresas editoriales que no se adapten a la nueva era digital?, ¿cómo ve el futuro de la industria editorial?

Sin adaptarse a la era digital alguna editorial sobrevivirá como elemento arqueológico. El futuro de la industria editorial es muy complicado, evoluciona hacia un solo editor y controlador del mercado, con la destrucción de la pluralidad y riqueza cultural que todavía ofrecemos las pequeñas editoriales.

MODELO DE ENCUESTA

9. 4. ¿Dispone de libre acceso a libros electrónicos la biblioteca de la UJA?

Marca solo un óvalo.

- SI
- No
- No lo sé

10. 6. ¿Qué tipo de recurso de lectura es el que más emplea?

Marca solo un óvalo.

- Ordenador
- Móvil
- Tableta
- Libro electrónico
- Libro impreso

11. 8. ¿Cree que el sector editorial está potenciando la difusión del libro electrónico?

Marca solo un óvalo.

- SI
- No
- No lo sé

12. 7. ¿Qué formatos conoce para la difusión de libros digitales?

Marca solo un óvalo.

- PDF
- ePub
- Otros

13. 8. ¿Considera que el libro electrónico ofrece más ventajas que el libro impreso?

Marca solo un óvalo.

- SI
- No
- No lo sé

14. 9. ¿Cree que se está reactivando el mercado del libro gracias al ebook?

Marca solo un óvalo.

- SI
- No
- No lo sé

15. 10. ¿Hacia qué géneros literarios existe más inclinación?

Marca solo un óvalo.

—

9. 4. ¿Dispone de libre acceso a libros electrónicos la biblioteca de la UJA?

Marca solo un óvalo.

- SI
 No
 No lo sé

10. 5. ¿Qué tipo de recurso de lectura es el que más emplea?

Marca solo un óvalo.

- Ordenador
 Móvil
 Tableta
 Libro electrónico
 Libro Impreso

11. 6. ¿Cree que el sector editorial está potenciando la difusión del libro electrónico?

Marca solo un óvalo.

- SI
 No
 No lo sé

12. 7. ¿Qué formatos conoce para la difusión de libros digitales?

Marca solo un óvalo.

- PDF
 ePub
 Otros

13. 8. ¿Considera que el libro electrónico ofrece más ventajas que el libro impreso?

Marca solo un óvalo.

- SI
 No
 No lo sé

14. 9. ¿Cree que se está reactivando el mercado del libro gracias al ebook?

Marca solo un óvalo.

- SI
 No
 No lo sé

15. 10. ¿Hacia qué géneros literarios siente más inclinación?

Marca solo un óvalo.