



Informe Global eBook

UN DOCUMENTO DE RÜDIGER WISCHENBART

Traducido y adaptado al español por Actualidad Editorial y Dosdoce.com
con el patrocinio de Bookwire y Lantia

Actualidad Editorial
Observatorio de tendencias y noticias sobre edición



Bookwire 

 **lantia**
publishing, evolved

Informe Global eBook

UN DOCUMENTO DE RÜDIGER WISCHENBART

Traducido y adaptado al español por [Actualidad Editorial](#) y [Dosdoce.com](#) con el patrocinio de [Bookwire](#) y [Lantia](#)

Actualidad Editorial
Observatorio de tendencias y noticias sobre edición



Bookwire 



www.global-ebook.com

ISBN: 978-3-9503672-3-2

© Rüdiger Wischenbart Content and Consulting, 2013

Coautores:

Carlo Carrenho (Brasil)

Miha Kovac (Europa Central)

Veronika Licher (China)

Vinutha Mallya (India)

Asistentes de documentación:

Julia Coufal y Jennifer Krenn

Acerca del Informe

Resumen ejecutivo

Delimitación y comprensión de los mercados globales emergentes del libro digital

Más allá del eBook: el ecosistema de los libros digitales y la lectura

El negocio global del libro frente a las culturas nacionales: equidad y orgullo

Nuevos paradigmas y nuevos retos

Actores globales frente a los impuestos locales

Rarezas de los regímenes fiscales

Las complejidades de la localización

La política de la piratería

Contextos globales: Cómo se introducen los libros en el universo digital

Iniciativas de cartografía global

Ambiciones y limitaciones de este estudio

PERFILES DE MERCADOS Y ACTORES GLOBALES ESCOGIDOS

Mercados del eBook en lengua inglesa

Estados Unidos

Reino Unido

Bookwire: Disponibilidad y 'descubribilidad' en el mercado global del eBook

Europa

Alemania

Francia

España

Italia

Suecia
Dinamarca
Noruega
Países bajos
Austria
Polonia
Europa central y del este
Eslovenia
Lituania
Bulgaria
Hungría
Rumanía
Serbia

Lantia: Evolución de la edición

Mercados emergentes

Rusia
Brasil
China
India
El mercado árabe de los ebooks

La expansión de las plataformas globales

Amazon
Apple
Barnes & noble
Google
Kobo

Influencias sobre los mercados del libro digital: impulsores y debates clave

Superventas de libros digitales y estrategias de precios en Europa

Estrategias contradictorias

Las grandes crecen en libros digitales

Autoedición

Marcos reguladores

La legislación de los derechos de autor

Receptividad para la lectura en inglés

La piratería del libro digital en Europa: el ejemplo y el debate en Alemania, y hallazgos relacionados

Problemas metodológicos en relación con la investigación de la piratería

Debates controvertidos, iniciativas legales y prácticas contradictorias en Europa

Esfuerzos coordinados para seguir la pista y desmontar campañas

Francia

Alemania

Acontecimientos anteriores en Alemania

DRM: el debate sobre la protección de los libros digitales

Conclusiones preliminares sobre la piratería de libros digitales

Perspectivas y proyecciones

La acelerada transformación del ecosistema de la edición y la lectura

Agradecimientos

Patrocinadores

Traducción y adaptación. Créditos

ACERCA DEL INFORME GLOBAL EBOOK

Resumen ejecutivo

Este informe ofrece una visión general del emergente panorama del mercado internacional del eBook, aportando un conjunto único de datos obtenidos a partir de una amplia gama de la mejores fuentes disponibles, un exhaustivo análisis, un resumen de acontecimientos mundiales clave y un amplio conjunto de referencias detalladas tanto de los actores globales como de los locales, creando un recurso para cualquiera que esté interesado en la globalización de la producción y difusión del contenido digital en formato libro.

Este informe expone la situación en los mercados de Estados Unidos y Reino Unido, así como detalles pormenorizados de los mercados del libro digital que paulatinamente cobran forma en Europa, Brasil, China, India, Rusia y el mundo árabe.

Los capítulos temáticos tienen por objeto comentar con espíritu crítico las diversas políticas y las fuerzas clave, sobre todo en lo que atañe a los libros digitales más vendidos, y las políticas de precios en los mercados europeos, la autoedición, la normativa, la piratería y las actividades en expansión de los principales actores globales como Amazon, Apple, Barnes&Noble, Google y Kobo. Las estadísticas fundamentales sobre los mercados del libro digital más maduros en los Estados Unidos y en Reino Unido sirven como puntos de referencia para ayudar a evaluar los datos del resto de los mercados.

Los resultados nos permiten evaluar, por un lado, cómo los principales impulsores del cambio digital en la industria editorial impactan en los mercados internacionales de manera similar a medida que se dispone de las plataformas de lectura y las infraestructuras de distribución, y cómo las editoriales de todos los mercados comienzan a digitalizar los títulos de sus catálogos. Por otro lado, una amplia gama de factores locales, desde el tamaño del mercado hasta los impuestos, pasando por regímenes de precios y opciones

culturales, demuestran que debe presentarse cada mercado junto a los rasgos particulares que lo definan.

En Europa, Alemania lidera en la adopción del comercio digital editorial, sobre todo en cuanto a la ficción, pero va claramente por detrás de los Estados Unidos y Reino Unido. Países tan diversos como Austria, Francia, Italia, Polonia, Eslovenia, España y Suecia han adoptado recientemente la implementación de una infraestructura de distribución del libro digital, y al menos los grandes grupos editoriales lanzan sus nuevos títulos en formato eBook, además de hacerlo en formato físico.

Los debates y la evolución del mercado en varios de los pequeños países de Europa Central y Oriental, con sus diferenciadas idiosincrasias lingüísticas, muestran cómo los factores globales y locales tanto pueden apoyar como coartar la difusión del libro digital, ya que los actores locales no tardan en enfrentarse a actores globales mucho mayores.

Los factores locales también influyen en la evolución de los mercados de China, Brasil, India, Rusia y el mundo árabe; en estos países es la edición dedicada al contenido educativo, y no la ficción, la principal fuerza motriz que conduce a la edición digital, a diferencia del caso de Norteamérica y Europa.

También en el presente informe se documentan y analizan temas normativos clave, como las recientes acciones de los Estados Unidos y de los gobiernos europeos, así como las cuestiones fiscales y las controversias legales.

El informe **Global eBook** no recurre a pronósticos, sino a datos reales, para trazar el curso de la evolución, aprovechando una amplia gama de fuentes, además de apoyarse en entrevistas a expertos y un equipo internacional de autores.

El informe [*Global eBook*](#) se inició en otoño de 2011 por las conferencias *Tools of Change* y [O'Reilly Media](#), y se actualiza cada medio año. Desde otoño de 2013, el informe lo publica [Rüdiger Wischenbart Content and Consulting](#), el cual había desarrollado el formato y redactado los informes desde el principio.

DELIMITACIÓN Y COMPRENSIÓN DE LOS MERCADOS GLOBALES EMERGENTES DEL LIBRO DIGITAL

Más allá del eBook: el ecosistema de los libros digitales y la lectura

Muchos observadores del negocio editorial a escala global pasaron gran parte de 2011 asombrados ante el ritmo de penetración del libro digital en los Estados Unidos y el Reino Unido. En 2012 se incorporó una nueva palabra de moda en el ámbito digital: global. Nunca antes un libro se había extendido no sólo a través de un continente o dos, sino por todo el mundo, como lo hizo *Cincuenta sombras de Grey*, de E.L. James.

En 2013 empezamos a ver cómo maduraban los mercados de Estados Unidos y el Reino Unido, con una reducción del crecimiento en la implantación del libro digital, mientras que el eBook trascendía su nicho inicial para extenderse por una serie de países del continente europeo. Sin embargo, algo si cabe más importante es que los eBooks provocan una oleada de innovación estructural en una industria vieja, con experimentos en ámbitos cada vez más amplios cuyo objetivo consiste en explorar nuevos modelos de negocio, como la suscripción como conductora de comunidades de lectura (Nubico en España, Scoobe en Alemania, Youboox en Francia, Oyster en los Estados Unidos), nuevos modelos de cooperación entre los editores y los gigantes de las telecomunicaciones y otros socios tecnológicos, además de decenas de otras nuevas empresas, entre las cuales se incluyen proyectos dirigidos a la edición digital, plataformas sociales de lectura o proveedores de servicios que adaptan la búsqueda de datos a los requisitos del sector editorial y de la venta de libros. Mientras tanto, las plataformas globales tales como Amazon o iBookstore de Apple, afectan a mercados como China y Brasil, estimulando las dinámicas de

la globalización, pero desafiando también a los tradicionales actores locales de la edición y del comercio minorista, mientras que Kobo, en su papel de recién llegada, propone su enfoque y modelos de colaboración en los actores locales, desde Francia (con Fnac) a Brasil (con Librería Cultura), como alternativa al predominio de un puñado de grandes potencias que operan en Internet. En los pequeños y muy fragmentados mercados de Europa Central, y no sólo allí, el desencadenamiento de estas nuevas fuerzas se afronta con una gran preocupación, ya que desafía las culturas locales del libro y la lectura en un momento de gran trastorno económico.

Por tanto, este informe explora las múltiples dimensiones inducidas por la transformación digital.

El negocio global del libro frente a las culturas nacionales: equidad y orgullo

Los libros digitales tan sólo son una parte de este nuevo ecosistema de la escritura, la edición y la lectura, al igual que editores y minoristas, y en muchos mercados del continente europeo sólo representan un porcentaje pequeño de los ingresos que arroja la venta de libros en un país. La distribución digital de libros se halla inmersa en un complejo campo de batalla económico, político y cultural, donde los gobiernos nacionales, la Comisión Europea y los principales actores digitales a nivel global como Amazon, Apple y Google, luchan por el poder y el control en la economía digital de la próxima década.

Por lo tanto, la globalización genera inevitablemente un segundo movimiento: la regulación. En los Estados Unidos, el Departamento de Justicia (DoJ) ha llegado a intervenir, mostrándose en desacuerdo con las cinco grandes editoriales y Apple (una distribuidora de libros digitales) sobre quién debía controlar el precio de los libros digitales, tachando sin ambages los acuerdos de las editoriales con Apple de «conspiración». El resultado de esta demanda, dicen los críticos (y no todos ellos son editores), sería el de un «monopolio dirigido por el gobierno» (según Jenn Webb en una [entrada](#) del blog TOC), ya que ayudaría a Amazon a dominar por sí sola todo el sector, permitiéndole en última instancia definir los precios de venta de los libros digitales, en lugar de hacerlo los editores, ampliando por tanto aún más su enorme papel en el mercado. La Comisión Europea tiene en curso una investigación similar.

Sin embargo, la compleja disputa jurídica no es el aspecto más relevante de nuestra perspectiva aquí, sino la dimensión política, y el hecho de que Amazon —y otro puñado de empresas, sobre todo estadounidenses, que están desplegando sus servicios de libros digitales a nivel global— posean una escala y visión completamente diferentes de las que en los viejos tiempos reinaban en el sector editorial.

Pearson, líder global en la publicación de libros, obtuvo unos ingresos anuales de 9.200 millones de dólares en 2012. NewsCorp, una de las principales empresas globales de comunicación, bajo cuyo paraguas está HarperCollins, alcanzó una facturación de 34.000 millones de dólares en 2012. Estas cifras sitúan a NewsCorp en el mismo terreno de juego que Amazon (con 61.000 millones de dólares en 2012). Comparativamente hablando, Apple ha obtenido unos ingresos de 156.000 millones de dólares (dato de septiembre 2012) y unos ingresos de explotación que superan los 55.000 millones de dólares. Google obtuvo ingresos de 50.000 millones, y un beneficio operativo de más de 13.000 millones de dólares.

Las discrepancias de tamaño alimentaron la mayor fusión en el historia del sector editorial, cuando Random House y Penguin (una división de Pearson) decidieron combinar sus actividades en una nueva empresa llamada Penguin Random House, fusión que se hizo efectiva el 1 de julio de 2013. Juntas generarán ingresos de alrededor de 3.900 millones de dólares gracias a cerca de los 15.000 nuevos títulos que publicará anualmente (véase [The Bookseller](#), 1 de julio de 2013). Sin embargo, incluso la que ahora es la mayor editorial centra claramente su actividad en el libro físico.

En la actual batalla por los emergentes mercados del eBook y la edición digital, debemos comprender la diversas dinámicas que existen entre los actores, no ya de escalas distintas, sino también con motivaciones diferentes. Para Penguin Random House y para Hachette Livres (con ingresos de la edición que alcanzan los 2.800 millones de dólares), convertir en eBooks tanto las novedades como los libros del fondo editorial, y ampliar su acceso a los mercados internacionales a escala global, suponen una prioridad inminente.

**Sólo un puñado
de países son
tan grandes
como para
formar centros
de gravedad
propios, al
margen de las**

grandes plataformas globales

Para empresas como Apple o Google, la transición digital y la perspectiva global en la edición de libros tan sólo formará parte de un panorama mucho más amplio, puesto que distribuyen todo tipo de contenido digital, no sólo libros.

A pesar de que los ingresos de la venta de libros suponen un elemento central en Amazon, la venta de libros al por menor tan sólo es uno de los diversos servicios en expansión que ofrece, lo cual también puede decirse de decenas de empresas nacionales en los mercados emergentes adonde se expanden esos actores globales con sus ofertas de libros y de productos relacionados con la edición. Por motivos obvios esto da pie a competencia y fricciones diversas.

Sólo unos pocos mercados del libro son lo bastante grandes —en particular Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia o el mercado en lengua española, así como China— para formar centros de gravedad propios de cara a desarrollos domésticos particulares. Estos mercados reflejan la idiosincrasia de sus propias tradiciones e identidades culturales nacionales. Dichos mercados fomentan la aparición y, lo que es más importante, el mantenimiento de fuertes actores locales tanto para la edición y la venta al por menor, como para los servicios y la innovación.

Entre los ejemplos se incluye el énfasis en la cultura nacional del libro que existen en Alemania o Francia, con un consenso casi unánime por parte de las comunidades profesionales dedicadas al sector sobre el valor del libro y la lectura, lo que desemboca en peticiones para que se regule el precio del libro, así como una fuerte defensa de sus culturas del libro contra lo que definen como una *ingerencia externa*.

Google, a través de sus esfuerzos de digitalización con las bibliotecas y el escaneo de obras con derechos de autor, se había convertido en uno de los primeros catalizadores de estos enfrentamientos, logrando que los actores locales se unieran en defensa de la reclamación a la empresa estadounidense para «organizar el conocimiento mundial», al menos en Alemania y Francia, así como en Estados Unidos, a largo de los últimos años. Esta acción comunitaria se ha traducido en la extendida percepción que existe sobre la digitalización de los libros como un asalto a la cultura del libro y la necesidad de una compensación justa por la propiedad intelectual. Después de la caída de la industria de la música y del impacto de la piratería en el negocio musical, la

presión ejercida por organizaciones profesionales de la industria editorial podía encontrar un amplio apoyo a sus reivindicaciones.

Lo *digital* se ha identificado en términos generales con lo *ilegal*, o, al menos, con el uso *abusivo* de bienes culturales, primero en Alemania y Francia, y luego, con el tiempo, en muchas otras partes del continente europeo. En el contexto de una cada vez mayor preocupación por las tecnologías digitales de la información, la vigilancia y la pérdida de intimidad, los libros digitales llegan al continente europeo en un momento en que lo digital o la lectura digital a menudo son percibidos como una amenaza para la libertad de los ciudadanos, y la difícil posición de Europa en un mundo que está en proceso de globalizarse.

En semejante contexto, los libros son rápidamente percibidos como un fuerte símbolo de la resistencia, un símbolo enraizado en una genuina tradición europea de la ilustración (a través de los libros, de la lectura universal y la educación). Al menos éste es el argumento actual del mundillo de la creación cultural en la mayoría de los países europeos, que sin embargo no debe confundirse con la visión de los lectores, la mayoría de los cuales habitan en las ciudades, gente bien educada y conocedora de los medios, urbanitas, que en su mayoría se muestran abiertos a lo que ofrece Internet, incluidos los eBooks y los dispositivos de lectura. Sin embargo, ésa es la misma elite cultural que está preocupada por la pérdida de la identidad cultural local.

Los proyectos de digitalización de Google han tenido que enfrentarse a acciones legales coordinadas en diversos países europeos, las cuales han contado, sobre todo en Francia, con un fuerte apoyo político por parte de las instituciones gubernamentales. Muestras de ello son los proyectos de digitalización nacional y europea, patrocinados por Francia (por ejemplo, Gallica y Europeana), y la plataforma alemana de distribución digital Libreka, así como las demandas legales interpuestas contra Google. Curiosamente, en varios de los mayores mercados del continente europeo del libro (pero no en el Reino Unido), la creación de una infraestructura digital ha llevado a la formación de consorcios, varios de los cuales han logrado ocupar una posición o bien primaria o bien secundaria a la cabeza del entorno del servicio digital. Tal es el caso de Francia, Alemania, España, Italia y Suecia.

Aunque 2012 y 2013 han visto por fin extinguirse algunos de estos incendios, apagados tras decenas de acuerdos, en Europa, en particular en Francia y en Alemania, ahora se percibe a Amazon, al menos por parte de los

representantes tradicionales del negocio del libros, como la amenaza principal en un paisaje formado principalmente por medianas o incluso pequeñas empresas familiares.

Concretamente, los mercados más pequeños se encuentran en una difícil situación. Muchos han arraigado su identidad cultural y nacional en la singularidad cultural, generalmente anclada en la literatura y los libros. Sin embargo, los componentes de la misma elite local que hace gala de una fuerte identidad local, y que también son buenos lectores, tienden al mismo tiempo a ser los primeros en abrazar la lectura en inglés, ya que dominan con fluidez lenguas extranjeras, están abiertos a otras culturas y viajan mucho. Eslovenia, Suecia y Dinamarca son ejemplos de este tipo de mercados.

Nuevos paradigmas y nuevos retos

Los conflictos causados por los actores globales no se limitan al terreno cultural. A finales de otoño de 2012, toda Europa se hizo eco de una nueva batalla, librada en esta ocasión por el dinero y el poder.

ACTORES GLOBALES FRENTE A LOS IMPUESTOS LOCALES

«Consumidor ético: Ya es hora de boicotear a Amazon», [apareció escrito](#) en negrita en una página web del Reino Unido. La llamada activista a la acción, sin embargo, tan sólo es un elemento más en el amplio debate sobre cómo Amazon, Google y la cadena mundial de cafeterías Starbucks recurren a complejidades y diferencias entre los países europeos y sus respectivas normas fiscales para reducir a gran escala sus gastos en impuestos locales.

«No los estamos acusando de actuar de manera ilegal, los acusamos de inmoralidad», fue la acusación pronunciada en una audiencia del Parlamento británico en noviembre de 2012, cuando resultó que, por ejemplo, la oficina europea de Amazon, Amazon EU S.a.r.l., con sede en Luxemburgo, había declarado un beneficio de 20 millones de euros, después de ingresar 9.100 millones de euros, mientras que su filial británica, Amazon UK Ltd., había pagado 1,8 millones de libras esterlinas en impuestos corporativos por alrededor de 200 millones de libras generadas en ventas durante 2011. Google había declarado 2.500 millones de libras en ventas en el Reino Unido durante

2011, mientras que en concepto de impuestos tan sólo había aportado 3,4 millones de libras (*The Register*, [13 de noviembre de 2012](#)).

Los informes comenzaron a arrojar luz sobre cómo Amazon, en «transacciones de una gran complejidad», había reorganizado desde el año 2005 su estructura empresarial en los diferentes mercados europeos, en particular mediante el establecimiento de su sede en Luxemburgo, cuyas condiciones fiscales son muy ventajosas, lo que suponía una importante ventaja competitiva sobre otras empresas que operaban en un mercado y, sobre todo, fuera de él. (Para ampliar detalles, consultar «Informe especial de *Reuters*: El escudo fiscal de Amazon de los mil millones de dólares», [6 de diciembre de 2012](#), y «Cómo cambiar una palabra permite a Amazon pagar menos impuestos por sus actividades en el Reino Unido», *The Guardian*, [4 de abril de 2012](#)).

La indignación hacia Amazon se extendió rápidamente a través del Canal hasta llegar a Francia, donde la empresa por un lado había recibido un significativo apoyo público financiero para instalar un centro de distribución en Borgoña y, por otro lado, había enmarcado sus operaciones locales como las de una mera «sociedad proveedora de servicios», mientras que transfería y contabilizaba los beneficios a su sede en Luxemburgo. De resultados de ello, no sólo libreros independientes se aliaron contra Amazon (*Livres Hebdo*, [3 de enero de 2013](#)), sino que las autoridades financieras francesas iniciaron una investigación (*Livres Hebdo*, [14 de noviembre de 2012](#)).

Durante el primer semestre de 2013, el debate fiscal fue cobrando impulso al tiempo que aumentaban enormemente sus ambiciones y objetivos, con el gobierno francés debatiendo modelos para gravar más adecuadamente a los actores globales digitales. Se ha encargado un informe para explorar las ideas que van desde la imposición de un impuesto por la colección de los datos individuales de los consumidores por parte de empresas como Google, a acciones internacionales que redefinan la forma en que las empresas transnacionales y sus ingresos pueden ser localizados («Fiscalité du numérique: vers une taxation des données», *Les Echos*, [18 de enero de 2013](#); «Un rapport envisage une taxe sur les données personnelles», *Le Monde*, [18 de enero de 2013](#)).

Sin embargo, la localización del libro digital se enfrenta a obstáculos mucho más mundanos.

RAREZAS DE LOS REGÍMENES FISCALES

Resulta muy complejo superar uno de estos obstáculos. Se trata de los impuestos: Los impuestos sobre las ventas en los Estados Unidos y el impuesto sobre el valor añadido (IVA) en Europa. El tema fiscal ya se ha planteado en muchos estados estadounidenses con respecto a una marca genuinamente americana: Amazon.com (para una descripción detallada, consultar esta [página de Wikipedia](#)). En Europa, el IVA está redibujando el mapa del comercio, colocando al pequeño estado de Luxemburgo en el punto de mira. Luxemburgo es la sede europea de Amazon, Apple, Kobo y Barnes&Noble. (De los principales vendedores de libros digitales europeos, sólo Google tiene su sede en otra parte, en Irlanda, por razones históricas).

Después de haber creado un ambiente de negocios atractivo, en particular con respecto a los impuestos corporativos, Luxemburgo decidió a finales de 2011 rebajar unilateralmente al 3% el IVA sobre el libro digital (del 15% original), lo que obviamente le aporta una ventaja significativa sobre muchos otros mercados europeos, entre ellos el Reino Unido (donde el IVA sobre el eBook es del 20%). Las consiguientes ventajas fiscales para las empresas transnacionales han desatado encendidos debates, sobre todo en el Reino Unido y Francia en otoño de 2012.

Las autoridades comerciales europeas consideran el eBook como un software que se licencia al consumidor, en lugar de un producto que pueda comprarse, como sería un libro impreso. De resultas de ello, los tipos de IVA preferencial para los libros (0% en el Reino Unido y el 7% en Alemania) no se aplican a la edición digital de un título. A pesar de este punto de vista de la Comisión Europea, Francia y España han aprobado hace poco leyes nacionales (cuando no simplemente toleran prácticas) conforme consideran que los eBooks son simplemente libros. (Consultar *The Bookseller*, [18 de diciembre de 2011](#).)

LAS COMPLEJIDADES DE LA LOCALIZACIÓN

Así que, paradójicamente, la expansión global de las plataformas de libros digitales tales como Amazon, Apple, Barnes&Noble, Google y Kobo, dio lugar al principio a la fragmentación dentro de un espacio económico básicamente integrado como el de la Unión Europea. Aunque esta fragmentación pueda disminuir con el paso del tiempo, pone de manifiesto el profundo problema que deriva de las contradictorias políticas promulgadas por los estados

miembros de la UE y la Comisión Europea, que está pidiendo a los editores, las plataformas comerciales y los gobiernos de cada nación que acepten el cambio digital con mayor audacia y creen un mercado único para el libro digital (consultar [esta entrada](#) del blog de la comisionada Neelie Kroes y la creación de una [mesa redonda del libro digital](#) desde junio de 2012).

En Suecia no existe un sitio web Amazon.se, probablemente porque una plataforma sueca local dirigida por una empresa local, Bonnier, tiene una fuerte presencia; además, el mercado sueco es demasiado pequeño para que valga la pena luchar por él, al menos desde el punto de vista de un gigante global como Amazon. Muchos consumidores suecos también son lectores de libros en inglés y pueden comprar fácilmente por Internet, incluso a Amazon, si así lo desean. Pero ¿cuánto tiempo serán sostenibles estas excepciones?

Las batallas legales no se limitan a Europa, puesto que también en varias economías emergentes, las políticas, o al menos las peculiaridades locales, miran de preservar los mercados locales ante la posibilidad de sufrir la invasión de actores globales. En India (una de las economías emergentes más atractivas), Amazon no logró obtener permiso para la apertura de una empresa local, situación que permitió a dos empresas locales equivalentes, [Flipkart](#) e [Indiaplaza](#), constituirse en referentes de su mercado. Sólo en agosto de 2012 Amazon pudo abrir un sitio dedicado con un amplio catálogo de más de un millón de títulos con precios en rupias.

LA POLÍTICA DE LA PIRATERÍA

Obviamente, la piratería supone un nuevo desafío en la nueva mezcla de elementos digitales y globales.

En Alemania, y en cierta medida en toda Europa, el debate sobre la piratería ha acaparado en el primer semestre de 2012 la atención de los medios de comunicación. Lo que comenzó siendo una batalla marginal, con los grupos de presión de las industrias de contenidos enfrentados a los defensores de la libertad de expresión y los *nerds* digitales, se ha dividido en dos campos estrictamente opuestos, donde la mayoría de los autores irónicamente se ha decantado del lado de la industria, exigiendo mayores medidas gubernamentales contra las fuentes de Internet que distribuyen de forma ilegal contenidos con derechos de autor. Los «piratas», por otro lado, que en todo el continente han formado partidos políticos que se presentan a las elecciones de los diversos parlamentos nacionales, en ocasiones encuentran un terreno

común con las autoridades gubernamentales o la Comisión Europea, por ejemplo, a la hora de acabar con el Acuerdo Comercial Antifalsificación, que contaba con el fuerte apoyo de los editores alemanes y la asociación de libreros Börsenverein. El Parlamento Europeo votó en contra del acuerdo, con 478 votos en contra, 39 a favor y 165 abstenciones (para una relación detallada, consultar esta [página de Wikipedia](#)).

Muchos autores que no tienen ingresos fijos aparte de la escritura tienen motivos de peso para preocuparse. En Alemania, más de 1.500 de estos autores protestaron, [proclamando](#) «¡Nosotros somos los creadores! Contra el robo de la propiedad intelectual» (*«Wir sind die Urheber! Gegen den Diebstahl geistigen Eigentums!»*), y encontraron muchos más que siguieron su llamada.

En Rusia, el gobierno dio a conocer las estadísticas oficiales, que muestran que al menos el 90% de los libros digitales disponibles en Rusia proceden de la piratería; en tales circunstancias, difícilmente podrá tomar forma un mercado sólido del eBook. En diciembre de 2012, Rusia y los Estados Unidos aprobaron un «plan de acción» para luchar de forma conjunta para mejorar la protección de la propiedad intelectual («Los Estados Unidos y la Federación Rusa acuerdan un plan de acción para mejorar la protección de los derechos de la propiedad intelectual», comunicado de prensa, [21 de diciembre de 2012](#)). No sólo son los eBooks, sino que se contempla todo tipo de contenido digital, y esta iniciativa de alto nivel muestra la seriedad con que se está tomando el asunto.

En China, la comercialización de contenido digital, incluyendo la lectura online y los libros digitales, sufre la competencia de los sitios piratas que ofrecen su contenido más popular de forma gratuita. ¿Podría el compromiso reciente de Google de ofrecer la inclusión en una lista negra de sitios web que tengan contenidos ilegales convertirse en un modelo para China? ¿O tan sólo será otro incentivo para que los gobiernos prohíban unilateralmente el acceso a contenidos no deseados? O, en un sentido más amplio, ¿puede alguien aplaudir la iniciativa china de bloquear páginas web por tal motivo y, al mismo tiempo, defender la libertad de

**A menudo, los
«piratas»
hallan un
terreno común
con las
autoridades
nacionales y
comunitarias
para limitar las**

expresión y el libre acceso a la información en otros países como por ejemplo los Estados Unidos o Europa?

políticas antifalsificació n

¿Basta con establecer una vigilancia en la red? ¿Cabe dentro de lo posible superar en astucia a la piratería, legalmente o en la práctica?

Para una discusión con mayor profundidad de los esfuerzos contra la piratería, consultar Piratería del eBook en Europa: [El ejemplo y el debate en Alemania, y las conclusiones relativas a él.](#)

Contextos globales: Cómo se introducen los libros en el universo digital

Apple, cuya tienda iTunes ya es popular entre los consumidores de muchos mercados como referente de la descarga de música, películas y series de televisión, sigue sumando eBooks en lenguas nuevas que se integran estrechamente en la Apple iBookstore. Al principio algunas lenguas se han visto excluidas, en particular las que se leen de derecha a izquierda, como el árabe. ¿Ha supuesto esto una barrera de acceso al conocimiento global y la educación para los árabes? Por supuesto. Pero la innovación tecnológica puede solventar estos problemas. Sumar toda una cultura al mercado del libro digital constituye un obstáculo de por sí. El sector editorial árabe, que ya es inestable, ¿será capaz de evolucionar para satisfacer los estándares de los principales actores globales, o tendrán los lectores árabes que leer ficción internacional en inglés o una copia que haya sido pirateada rápidamente?

Desde hace un tiempo, el negocio del libro, sector de cierta magnitud, estuvo regentado en gran parte por los actores de algunos mercados locales de Norteamérica, Europa y Asia, sobre todo Japón y Corea al igual que, recientemente, China y India. En la mayoría del resto del mundo, sin tener en cuenta las aspiraciones culturales de las grandes poblaciones, existieron límites muy estrictos debidos a la simple falta de una infraestructura profesional para hacer que todas las novedades estuviesen disponibles, para difundir información básica sobre los nuevos títulos y para enviar un título a gran parte del mundo árabe, al África subsahariana (tal vez con la salvedad de Sudáfrica) e incluso a buena parte de América Latina.

Cuando una conexión sencilla y asequible a Internet convierte a millones de teléfonos móviles, ordenadores portátiles, y ahora a las tabletas, en dispositivos aptos para la lectura y la adquisición de libros, es que está a punto de pasar algo crucial. En un patrón muy similar, la comunicación cambió para siempre hace década y media con la llegada de los teléfonos móviles, que en tantos rincones del mundo superaron el lastre y las limitaciones de las líneas terrestres.

En 2011, el 86,7% de la población mundial tenía un móvil de contrato; el 17%, o 1.200 millones de personas, poseía un móvil con contrato de acceso a banda ancha, cifra ligeramente superior al 16,6% que tenía línea fija (*International Communication Union*, noviembre de 2011, citado [aquí](#)).

En lo relativo a los libros y la lectura coinciden varios factores:

- En un número significativamente cada vez mayor de economías emergentes, que va más allá de las habitualmente citadas Brasil, Rusia, India y China, e incluye a países como Sudáfrica, Argentina, México, los países del Golfo, Indonesia, Tailandia, Vietnam y muchos otros, una parte significativa de la población puede permitirse —y de hecho está utilizando— las redes móviles de contenido digital, posee cada vez mayores aspiraciones educativas, así como un interés por el entretenimiento tanto local como global, y tiene acceso a todo ello a través de Internet y de su dispositivos móviles.
- Un número relativamente modesto de las principales empresas del sector editorial, especializadas en educación y comercio, grupos como Pearson, la recién formada Penguin Random House, Hachette, HarperCollins (respaldada por la empresa que la adquirió, NewsCorp), además de algunas empresas dedicadas a la enseñanza (Oxford, Cambridge, Wiley, Cengage) y los editores de información científica y profesional (Thomson Reuters, Reed Elsevier), han tejido redes verdaderamente globales en los últimos años, con oficinas locales (no sólo con miras a las ventas), explorando esas rutas (conectadas digitalmente) abiertas por el sector financiero en los años 80, ciudades globales en la década de los 90, y el turismo mundial en la década de 2000.
- iPod e iTunes, de Apple, han demostrado a los consumidores de todo el mundo con qué facilidad puede fluir el contenido, mientras que los

mensajes de texto, Facebook y Twitter han conectado a consumidores como individuos, no sólo como grupos de potenciales consumidores.

- Amazon y su Kindle han permitido a los libros, primero en lengua inglesa, seguidamente en diversas lenguas, fluir a través de estas tuberías virtuales, y el iPad incluye perfectamente al libro digital en un universo de contenido digital integrado, con películas, música, juegos, otras lecturas, educación y demás contenido mediático.
- Numerosas empresas locales que han surgido en los distintos mercados objetivo arraigan y diversifican esa red y la extienden en un tejido tridimensional, añadiendo a la dimensión globalizadora peculiaridades locales, con lenguas locales, credibilidad, y la logística que cierra con su aportación el último tramo o el último trecho a cubrir.

El último factor, el de sumar la localización a la lectura global, no debe despreciarse como un paso que sirva únicamente para recoger el dinero de los consumidores para los actores globales: Todo lo contrario, puesto que constituye una parte fundamental a la hora de estabilizar un proceso de exploración y expansión que en la actualidad, a pesar de estar dotado de una inercia imponente, no ha hecho más que empezar.

El mercado mundial del eBook no será durante un tiempo un terreno de juego en el que los equipos jueguen en igualdad de condiciones, y podemos estar bastante seguros de que no se convertirá en el espacio digital abierto que muchos desearían en todo el mundo. Las exclusiones y las inclusiones seguirán siendo un patrón decisivo durante mucho tiempo, a menudo no de forma premeditada, sino accidental.

Por ejemplo, Amazon, cuya sede central se encuentra en Estados Unidos, [lanzó una plataforma localizada y una tienda Kindle](#) en la vecina Canadá, ¡pero lo hizo nada menos que en enero de 2013!, más de cinco años después de su introducción en los Estados Unidos en noviembre de 2007. Google Play varía el contenido mediático que ofrece a sus consumidores según el territorio donde residas. En otro ejemplo figuran dos mercados vecinos profundamente entrelazados, como puedan estarlo Alemania y Austria, diferenciados y separados al principio, ya que los libros que estaban disponibles inicialmente en Alemania no lo estaban en Austria. A partir de la primavera de 2013, los libros pueden adquirirse desde Austria, al igual que a través de Google Play. También una edición en eBook de un título determinado (en lengua inglesa)

puede estar disponible internacionalmente en Amazon para el Kindle, pero no a través de otras grandes plataformas internacionales en epub, a pesar de que el editor haya facilitado una versión en este formato.

A veces, el resultado de todos estos sucesos contradictorios es sencillamente divertido: Mi deseo, a finales de 2011, de adquirir un ejemplar digital de, irónicamente, un libro sobre la difusión mundial del inglés (el fabuloso *The Last Lingua Franca*, de Nicholas Ostler, publicado por Penguin en el Reino Unido) desembocó en una inesperada odisea. La compra de una versión epub (en contraposición a una compra en versión mobipocket/Kindle) del libro por medio de los minoristas online en el propio Reino Unido (Waterstones o WHSmith) desde un ordenador en Viena, Austria, se convirtió en un empeño imposible. Las tiendas online británicas no aceptaban a un cliente extranjero. Por supuesto que habrían enviado un ejemplar impreso a cualquier parte del mundo sin siquiera vacilar (con unos kilos de más que cobrarían por separado en concepto de gastos de envío). Lo mismo puede decirse de la editorial, Penguin, a pesar de que esta empresa está a la vanguardia tanto de la globalización como de la digitalización de títulos. Al final, la compra fue posible a través de Kobo, que por aquel entonces era una empresa canadiense de reciente creación que había empezado a perfilarse como un actor internacional exactamente por aventurarse en esta extraña mezcla de desafíos y oportunidades.

Dos años más tarde, en otoño de 2013, aún no se han superado estos obstáculos, ya que muchos contratos de autor no son lo suficientemente claros en lo tocante a los derechos de distribución mundial, y no todos los que están involucrados en las nuevas dimensiones del negocio, desde las editoriales locales, pasando por las distribuidoras y los minoristas globales o locales han podido integrar todos sus catálogos y los complejos metadatos relacionados.

Se trata de una época de transición, con enormes turbulencias que a menudo dificultan asegurarse qué supone en este nuevo mundo de libros y lectura digitales una nueva oportunidad y qué supone por contra un lastre, incluso un amenazador reto a superar.

Iniciativas de cartografía global

Con respecto a la globalización en curso de la industria editorial del libro, se han publicado pocos estudios que aporten un amplio enfoque internacional.

Aunque la edición profesional y STM (*Science, Technical and Medical*: científica, técnica y médica) han estado presentes de forma continuada y sistemática en la digitalización de su cadena de valor y en la expansión mundial durante una década, los demás negocios editoriales han seguido detrás a un ritmo mucho más lento. Algunas empresas británicas (en particular *Penguin*, pero también Oxford University Press y su homóloga de Cambridge, así como Harper Collins) tienen una larga tradición de operaciones significativas en varios continentes.

Después de la adquisición de Random House, la mayor editorial estadounidense, por parte de la alemana Bertelsmann en 1998, y de movimientos similares por parte de la francesa Hachette y, a menor escala, de la española Planeta, los nuevos «mercados emergentes», encabezados por Brasil, Rusia, India y China (los llamados países BRIC), han visto cómo los editores occidentales abrían oficinas en los últimos años en sus territorios. La fusión en 2013 de dos de las mayores editoriales, Penguin y Random House, se espera que impacte en el sector editorial a escala global, con importantes consecuencias de gran alcance, a pesar de que, a estas alturas, los detalles únicamente puedan entreverse. Pocos aspectos de este acontecimiento han sido sometidos a una investigación sistemática de mercado. La excepción más importante la constituye el [Informe del entretenimiento global y perspectiva de los medios](#), presentado por PriceWaterhouseCooper, que incluye un análisis y proyección para el sector del libro, entre otras formas de medios. La edición actual de esta perspectiva y proyección abarca el periodo comprendido entre los años 2013 y 2017. Ya en anteriores ediciones, de 2012 a 2016, se había hecho hincapié en un tema que no podría ser más cierto para el sector del libro: El [«fin del comienzo digital»](#), que retrata en profundidad cómo «las compañías de entretenimiento y medios se remodelan y rediseñan para adaptarse a las nuevas normas». Ahora lo digital, tal como expresaba el informe, «está incluido en el negocio de siempre y se desplaza hacia el centro de las compañías de medios de todo el mundo.»

El papel creciente de las economías emergentes como algunos de los mercados editoriales más dinámicos también se ha documentado con datos sobre la evolución del mercado global por parte de la [Unión Internacional de Editores](#) (International Publishers Association, IPA) y en *Ranking global de la industria editorial*. En ambas investigaciones en curso participa el autor de este informe. (Detalles y enlaces en www.wischenbart.com/editorial).

Una amplia selección de los mercados emergentes y de países en desarrollo se cubre en el informe [La edición digital en los países en desarrollo](#), cuyo autor es Octavio Kulesz, publicado en octubre de 2010. Este estudio, al que puede accederse gratuitamente a través de descarga en varios formatos e idiomas, se centra en América Latina, el África subsahariana, el mundo árabe, Rusia, India y China, y documenta a los pertinentes actores locales, así como las iniciativas que se desarrollan en estos continentes, con referencias detalladas, lo que constituye un valioso recurso a pesar de la rápida evolución de los mercados. Un debate continuo sobre los temas que plantea el informe se documenta en la [Digital Minds Network](#).

Bowker inició en mayo de 2012 un relato minucioso de la evolución de ciertos mercados del libro digital (consultar este [comunicado de prensa](#) con las conclusiones principales). El *Global eBook Monitor* (GeM) se centra en las encuestas hechas a consumidores de diez países: Australia, Brasil, Francia, Alemania, India, Japón, Corea del Sur, España, Reino Unido y los Estados Unidos. Hace un seguimiento de la adopción del eBook y la actitud del consumidor. India y Australia, junto con el Reino Unido y los Estados Unidos, son consideradas líderes en la adopción del libro digital, mientras que los consumidores de Francia y Japón fueron los menos propensos a la hora de comprar un eBook, con un 5 y un 8%, respectivamente. El GeM se ha presentado y comentado ampliamente en los principales eventos comerciales del sector y las ferias del libro, y se espera que esté actualizado y se amplíe con regularidad para abarcar a nuevos mercados.

Ambiciones y limitaciones de este estudio

El objetivo de este estudio, en particular los cambios que hemos seguido introduciendo tras su presentación en la conferencia *Tools of Change* en Frankfurt, en octubre de 2011, consiste en cartografiar los mercados internacionales del libro digital y proporcionar datos e ideas para una mejor comprensión de los retos y oportunidades que se presentan.

La actual actualización de este informe, rebautizado con el nombre de informe [Global Ebook](#), es la primera edición publicada directamente por [Rüdiger Wischenbart Content and Consulting](#), después de que [O'Reilly Media](#) decidiera generosamente confiarme los derechos para hacerlo, después de decidir suspender la serie de conferencias *Tools of Change*.

Este estudio depende principalmente de los datos, informes y estudios hechos por terceros, aportando únicamente una investigación original en algunos aspectos clave (como problemas derivados del precio del eBook en Europa).

Su objetivo consiste en resumir, condensar, y, con miras a comparar tendencias y desarrollos, enmarcar el statu quo y las perspectivas estratégicas con respecto a los mercados globales del libro digital. (Cada vez es más importante emplear, llegados a este punto, el plural «mercados», en contraste con el estudio inicial de 2011.)

En muchos mercados, también buscamos aportar al menos un directorio de breves referencias a un abanico de actores locales, estén o no involucrados en mayor o menor medida en la publicación de eBooks, actúen en calidad de agregadores y distribuidores, o dirijan plataformas de comunidades dedicadas a la lectura y la escritura.

Hasta cierto punto, las descripciones de los anteriores acontecimientos que se remontan a 2011, e incluso a 2010, se han conservado en el texto como referencia y para que sirvan de contexto histórico.

La ambición no es, ni puede ser, la de seguir todo lo que acontezca en los mercados mundiales del eBook. Somos muy conscientes del carácter incompleto del informe tanto geográfica como temáticamente. Japón y Corea no figuran en este estudio, que tampoco incluye un capítulo dedicado a la digitalización de materiales educativos, por nombrar sólo un par de carencias. Pero lo que aún resulta más flagrante es que no podemos hacer referencia a ningún mapa útil global del negocio del eBook, ni a definiciones fiables de identificadores y parámetros. De resultados de ello, es difícil, si no imposible, proporcionar cifras comparativas incluso para las estadísticas más básicas. La cuota de mercado de los eBooks a veces alude al total de ingresos del sector, lo cual tiene un sentido limitado, ya que los eBooks por lo general se concentran en unos pocos sectores, sobre todo el de la ficción. También cuesta evaluar el número de títulos disponibles en formato digital, ya que en la mayoría de los mercados no puede trazarse una línea clara que delimite los títulos comerciales de las obras corporativas o de dominio público, por no hablar de la astronómica cifra de eBooks autoeditados de todo tipo. Tal como se verá en el capítulo dedicado a las estrategias en el precio del libro digital, el resultado arroja una tabla que no pueden compararse entre sí, ya que las definiciones (y las intenciones que hay detrás de las listas de éxitos de ventas) son un ejemplo claro de que la industria tradicional del libro y el nuevo ecosistema digital se están distanciando.

Este informe constituye por tanto en gran medida una encuesta limitada por la disponibilidad de material. A pesar de las carencias mencionadas, ambiciona servir como punto de referencia para la industria, así como para las partes interesadas que no tengan ánimo de lucro. A cambio, animamos a comentar y, si cabe con mayor entusiasmo, a alimentar la entrada de una información y de unos datos que no harán sino mejorar los cimientos de este análisis.