

La lectura digital, a debate (2) Los contenidos

Las editoriales protegen a las librerías ante la llegada del 'e-book'

Los libreros son el eslabón más frágil, pero los editores les echan un cable

PEDRO VALLÍN
Madrid

Las industrias culturales algo han aprendido de la desastrosa gestión que el sector discográfico hizo de la llegada de la sociedad de la información. Es muy obvio, pero hay que decirlo: el sector editorial ha aprendido la lección de lo ocurrido con las descargas de canciones y, antes de que la tecnología le obligue a tapar vías de agua, se ha propuesto encabezar la implantación del *e-book*. La llegada del libro electrónico, a pesar de las incertidumbres que pueda crear, está capitaneada y pilotada por las editoriales. Esto les ha permitido dirigir el proceso y tomar las decisiones más importantes, y una de ellas ha sido la de minimizar las víctimas. Dicho en plata: proteger a las librerías, el sector más vulnerable a la expansión del libro electrónico, pues puede venderse directamente desde una web editorial sin concurso del librero.

“Hemos decidido mantener la cadena del libro tal cual es”, explica Blanca Rosa Roca, de Roca Editorial. Y eso quiere decir que la ruta seguirá siendo autor, editor, distribuidor y librero. Pero si no hay un libro físico, ¿qué venderá el librero? El sector editorial, que ha logrado en España un acuerdo sin precedentes para formar una plataforma conjunta de distribución (Random House Mondadori, Alfabeta y Grupo Pla-

neta, y a la que han invitado a la citada Roca Editorial, Anagrama y Tusquets, entre otras, es que sean los libreros los que vendan los libros electrónicos.

Estas buenas intenciones, de momento chocan con el notable retraso que los vendedores de libros arrastran en cuanto a comercialización on line, pues sus páginas web, que deberán ser el vehículo principal de sus ventas, aún son bastante modestas. Javier Celaya, analista del sector, autor de *La empresa en la web 2.0* (Edito-



Una mujer consulta un libro electrónico en una librería

MICHAEL PROBST / AP

rial Gestión 2000) y uno de los evangelizadores del *e-book* más entusiastas, insiste en que la puesta al día de los libreros en internet puede marcar la supervivencia de sus empresas, y que

la buena predisposición de las editoriales puede no ser suficiente si cada comerciante no realiza una profunda remodelación de sus contenidos en la red. Hasta la fecha, sigue siendo una excepción encontrar la web de una librería que ofrezca libros electrónicos, algo que no es grave en tanto el catálogo y el parque de *e-readers* sigan siendo limitados, pero que puede serlo cuando, en unos meses, el número de títulos alcance las seis cifras. Entonces, Amazon puede hacer valer su ventaja, ya de muchos trimestres, en el sector. En la web de algunas grandes compañías, como Fnac, es difícil encontrar alguna alusión al producto (salvo a los *e-readers* que, sintomáticamente, no se venden como libros, sino en la sección de electrónica), mientras que El Corte Inglés o Casa del Libro disponen de un portal específico

LA CLAVE

Las novedades marcarán el paso de la expansión

■ La velocidad del *e-book* dependerá, sobre todo, de la voluntad de los editores; es decir, de la comercialización de sus lanzamientos en *e-book*. “La clave son las novedades”, afirma Celaya. El primer libro cuyas ventas electrónicas han supuesto un 1% de las logradadas en papel en Estados Unidos ha sido *El símbolo perdido*, de Dan Brown. Pero aquí aún hay miedo a que por el sumidero de lo digital se escapen ventas, de modo que no se simultanea la llegada a los anaqueles con la disponibilidad en *e-book*. Al tiempo, iniciativas como Enclave, de la Biblioteca Nacional, contribuyen a darle a este mercado lo que ha hecho de la música de iTunes o Spotify un éxito: un gran catálogo.

co con títulos desde 2,25 euros. En cuanto a las webs de librerías de tamaño medio en Barcelona o Madrid, por *e-book* no viene nada. Documenta, Laie, La Central de Barcelona o Fuentetaja de Madrid no tienen una sola referencia, mientras que otras como la librería Méndez, con varios establecimientos en Madrid, dedica un extenso artículo en su web al producto, aunque escrito con tra-

Sigue siendo una excepción encontrar la web de una librería que ofrezca libros electrónicos

zas de escepticismo. Una sorpresa es la web de la ovetense librería Cervantes, claramente comprometida con el nuevo formato.

En todo caso, esa magnanimidad de los editores con los libros no lo es tanto. Incluso los más optimistas defensores del *e-book* admiten que la implantación será progresiva, que será difícil que desplace por completo al formato tradicional, y que los libreros, por tanto, serán por bastantes años un gremio capital en el proceso de distribución de libros.●



Dibujo de Don Quijote en un lector de *e-book*

CRÍTICA DE CIRCO

Historias de payasos

Petita feina per a pallaso vell

Autor: Matei Visniec
Versión y dirección: Ramon Simó
Intérpretes: Jordi Martínez, Monti y Claret Papiol
Estreno: Sala Muntaner (16/XII/2009)

SANTIAGO FONDEVILA

Historias de payasos. De viejos payasos. Sin la ambición, ni las pretensiones, de aquellas admira-

bles *Opiniones de un payaso*, la novela de Heinrich Boll, el rumano Matei Visniec (1956) fabricó un juguete escénico en el que se manifiestan las características personales y profesionales de quienes poseen el secreto de la risa, pero que sufren y viven las mismas penas que el resto de los seres humanos. Y tras sus bromas esconden, como tantas veces, la ambición, la crueldad o la competitividad. La obra parte de un pretexto explícito en el título. A la puerta de un supuesto empresario se

acercan tres payasos mayores en busca de un trabajo. Lo han hecho todo. Trabajaron juntos. Ahora están, como tantos, en paro. Ramon Simó ha afrontado la obra a partir de los tres buenos intérpretes con los que contaba. Tres excelentes payasos. Jordi Martínez, el listo y el dominante, Monti, el ingenuo y tierno despistado, y Claret Papiol, el más veterano, racional y aquel que plantea la cuestión más densa de la función: ¿un payaso se puede sentir actor? La obra se desarrolla en

una primera parte que muestra el encuentro de los tres payasos que llegan al escenario con sus viejas maletas. Con bromas y risas se dicen cosas gruesas y se perfila la competencia entre quienes antes fueron compañeros. Todo bajo la idea, repetida, de que el payaso de circo se acabó. Mirada nostálgica de perdedores. Ahí aparece un diálogo sobre el tiempo con deliciosos aromas de Ionesco. La segunda parte, por decirlo de alguna manera, recrea una entrada clásica de payaso, la del disparo, el globo y la diana. Espatarrante. Sólo al final se abrirá la puerta. Para nada. Lo mejor de esta creación son los payasos. Al

fin, el pretexto de la obra sólo aparece al principio y al final. Y entremedio, las historietas tristes, las peculiaridades, los sueños y fracasos, las mentiras y la imaginación de tres personajes en busca de una pista de circo. Monti y Jordi Martínez ya habían trabajado juntos en varias ocasiones. Su química es excelente. Y, todo hay que decirlo, Monti, domina ahora la verbalidad con gran soltura escénica. Payasos que hablan. Que se insultan. Se pegan. Un juego con rúbrica trágica un poco forzada. Sí, crueles lo somos todos. Pero... En cualquier caso deparan una entrañable velada y nos hacen reír sanamente.●