

Libro Electrónico / el papel ya es digital

Puede que este año sea el de los libros electrónicos, el del despegue definitivo de la tinta digital, el de la competencia entre el iPad y el resto de dispositivos. El sector promete, aunque los usuarios todavía están reticentes por el precio de los dispositivos. Veremos si una gradual bajada del precio de gadgets y libros y el aumento de tiendas electrónicas hace por fin moverse al sector.

Muchos analistas esperaban que el papel electrónico llegara al usuario en 2015, pero lo cierto es que ya es una realidad innegable. La distribuidora electrónica de música y libros Amazon decidió emprender el camino con Kindle, y seguida inmediatamente por decenas de compañías en su aventura con sus propios dispositivos de lectura. Sin embargo, en este mercado reciente ha surgido de nuevo Apple, aplastando de nuevo todo lo conocido y lo esperado, como ya hiciera con los reproductores mp3 y con los teléfonos móviles. Si de algo sabe la compañía de la manzana es de revolucionar mercados desconocidos. Los medios de todo el mundo siguieron la presentación del nuevo iPad en directo, todo el mundo quería enterarse de lo que se traía Apple entre manos para este año, y el invento ha desbordado hasta las expectativas de la propia compañía, quedándose sin existencias en el primer mes de distribución.

Antes de empezar a hablar del iPad, hay que sentar tres bases para comprender la estrategia detrás del aparato. Primero, que la tienda de canciones iTunes de Apple ha revolucionado el mundo de la música vendiendo 6.000 millones de canciones. Segundo, que la AppStore, la tienda de aplicaciones para el iPhone, generará este año unos ingresos de 1.400 millones de dólares, según estimaciones de la consultora Piper Jaffray. Y tercero, que Apple ha pensado en aplicar el mismo modelo de negocio al papel impreso, más allá de libros, revistas y periódicos, y combinarlo con todo lo anterior. De estas bases nace el iPad, con un aspecto de iPhone de gran tamaño, capaz de comprar canciones en iTunes, aplicaciones en la AppStore y libros en iBooks.

Pero qué diferencias existen entre el iPad y el resto de los lectores del mercado? Hay que tener claro que son mercados similares, pero no iguales. Si bien es cierto que el iPad incluye un programa capaz de actuar como biblioteca virtual y con el que descargarse y leer



libros electrónicos, ésta no es su única función como en los e-Readers. Gracias a las aplicaciones y a la gran pantalla a color, la tableta de la manzana actúa como un miniordenador táctil. Los e-readers sin embargo se emplean casi exclusivamente para leer la tinta electrónica, gastando un mínimo de batería (garantizando la duración del dispositivo durante horas), y sin iluminación propia, como en los libros de verdad, para no cansar la vista del lector.



La pantalla del iPad es una de sus grandes bazas, con casi 10 pulgadas, y en ella prima la calidad de la imagen. En cambio, los e-readers utilizan pantallas de entre cinco y seis pulgadas. La mayoría de los modelos, manteniendo así cierta fidelidad al "libro de bolsillo", y con "papel electrónico", un material con mínimo consumo energético y que no cansa a la vista. Estas pantallas afectan a la duración de las baterías, unas pocas horas del iPad frente a las miles de páginas leídas por los e-readers. Por último, el precio también es bastante diferente. El primero ronda los 500 dólares en Estados Unidos, unos 350 euros dependiendo de las características de memoria y conectividad (el coste en España todavía no se ha dado a conocer), mientras que la mayoría de los readers no sobrepasan los 250 euros, según su novedad y sus capacidades.

En definitiva, tendrán que ser los propios usuarios los que consideren qué dispositivo se adapta mejor a sus necesidades.