

Bibliografía comercial y distribución de libros en España: diez años de evolución y cinco de Internet

Cristóbal Urbano Salido

Facultat de Biblioteconomia i Documentació. Universitat de Barcelona

<urbano@eubd.ub.es>

R E S U M

Anàlisi de la informació bibliogràfica comercial de llibres a Espanya en els darrers deu anys. A la llum de les noves condicions que Internet defineix pel sector de les llibreries, es pretén posar en relleu les característiques principals que té la informació comercial de llibres avui en dia i els models i les tendències que s'apunten en el futur.

Paraules clau: Bibliografia comercial, Llibres, Internet, Distribució comercial, Control bibliogràfic, ISBN, Llibreries.

R E S U M E N

Análisis de la información bibliográfica comercial de libros en España a lo largo de los últimos diez años. A la luz de las nuevas condiciones que Internet define para el sector de la librería, se pretende poner de manifiesto cuáles son las características principales que hoy en día tiene la información comercial sobre libros, y qué modelos y tendencias de futuro se apuntan.

Palabras clave: Bibliografía comercial, Libros, Internet, Distribución comercial, Control bibliográfico, ISBN, Librerías.

A B S T R A C T

An analysis of commercial bibliographical information on books in Spain for the last ten years. In view of the new conditions Internet is defining for bookshops, we wish to state, which are the main characteristics that commercial information on books has today, and what models and future trends are taking place.

Keywords: Commercial bibliography, Books, Internet, Commercial distribution, Bibliographical control, ISBN, Bookshops.

1. Introducción

Aunque pueda resultar paradójico, hay que reconocer que los libros impresos, así como en general el consumo de papel, son también protagonistas de esta era digital primeriza en la que nos encontramos.¹ La edición de libros en papel, hasta el presente, no se ha visto glo-

1. Según datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Pasta, Papel y Cartón (Aspapel), el consumo per cápita de papel en España se ha multiplicado por dos en los últimos quince años gracias al importante crecimiento de los usos culturales y

balmente afectada por la aparición de Internet como nuevo soporte, pues si bien las obras de consulta y las ediciones científicas de corta tirada, o de difusión restringida, han iniciado una rápida e intensa migración hacia el nuevo medio, no es menos cierto que las cifras de títulos y ejemplares publicados no muestran síntomas de debilidad sino todo lo contrario.² En paralelo, también destaca la presencia del libro en Internet como ejemplo de producto estrella del comercio electrónico.

Para el libro, Internet se ha convertido en un nuevo y renovado vehículo de información bibliográfica comercial: un escaparate mejorado y, en ocasiones, también punto de venta electrónico y remoto que ha revolucionado las condiciones de producción, difusión y consumo de la información bibliográfica. En efecto, si se toma como referencia el período que va desde la aparición en 1989 de la edición en CD-ROM de la bibliografía comercial *Libros españoles en venta*,³ la importante evolución observada se trunca en revolución al observarse los cambios que se producen con Internet, identificados en el paradigmático lanzamiento de *Amazon.com* en 1995. La generalización a principios de la década de repertorios en CD-ROM de libros disponibles,⁴ junto a los esfuerzos por informatizar la distribución al por menor en las librerías por medio del telepedido, se han visto rápidamente superados en su calidad de novedad tecnológica por la explosión de Internet en el comercio del libro.

En este sentido, a lo largo los últimos diez años, la bibliografía comercial en España ha participado de las profundas transformaciones observadas en el ámbito internacional, de forma que disponemos en la actualidad de mayor información comercial sobre libros y, sobre todo, mucho más accesible. Sin embargo, esta realidad tiene sus sombras: se trata de una información muy fragmentaria y que en muchas ocasiones adolece de una falta de normalización, o de actualidad, pero a la que la inmediatez de la red otorga una «credibilidad» mayor de la que merece. Así, si se analiza la información de editoriales, librerías y medios de comunicación, se hace evidente la multitud de fuentes a consultar –con el consiguiente riesgo de dispersión y saturación informativa– así como la necesidad de establecer estrategias de consumo de esta información.

Si bien el estudio de las fuentes de información para las adquisiciones podría ser el objeto de un trabajo de revisión sobre bibliografía comercial española, el interés que el tema tiene para el mundo de los bibliotecarios-documentalistas va más allá del conocimiento de unos instrumentos de identificación y de selección de documentos. En el presente trabajo se parte del convencimiento de que la bibliografía comercial por el dinamismo empresarial que la caracteriza, por su imprescindible orientación al usuario final en tanto que escaparate, puede ser un territorio propicio para la renovación de la bibliografía en general y de los fundamentos de la descripción bibliográfica en particular. Es necesario conocer un sector en el que se están configurando nuevos modelos, que de una forma u otra acabarán por afectar a nuestro trabajo.

En este sentido, las autorizadas palabras de Hopkinson (1993, p. 8) son bien claras: «*In-deed, the kinds of data needed to sell a book can be seen as having an identical function to the data needed for “advertising” a book for loan in a public library catalogue*». Así pues, a pesar de que en el pasado reciente la convergencia de esfuerzos de control bibliográfico entre la comunidad bibliotecaria y el mundo del comercio editorial no ha sido muy efectiva, los

de comunicación, siendo hoy de 161 kilogramos, lejos aún de los 336 kilos de Estados Unidos o los 208 de Alemania. (*El País* 2000, p. 57.)

2. Según el INE (*Estadística de la Producción... 2000*), entre 1990 y 1999 se produjo un incremento continuado en el número de títulos publicados (de 36.239 a 59.174) y en el de ejemplares (de 184,95 a 239,54 millones).

3. Las noticias detalladas correspondientes a los repertorios bibliográficos y fuentes de información que aparecen en cursiva se ofrecen en orden alfabético al final del texto.

4. La pionera en este terreno fue la bibliografía comercial de los Estados Unidos, *Books in print plus*, que aparece en 1986, si bien la generalización y consolidación del producto en otros mercados editoriales se produce durante la primera mitad de los noventa.

nuevos condicionantes tecnológicos y sociológicos que han aparecido con Internet obligan a explorar de forma renovada las posibilidades de cooperación. Parece de todo punto necesario que los bibliotecarios conozcan qué tipo de noticias bibliográficas se están desarrollando en el sector de la edición y la distribución, si se quiere que la evolución de las respectivas normas de descripción en el nuevo entorno digital no haga aún más difícil la convergencia en temas de control bibliográfico (Caplan, 2000, p. 53).

Por todas estas razones, parece fuera de toda duda la oportunidad de realizar una revisión sobre la situación de la información bibliográfica comercial a la luz de las transformaciones operadas por Internet. En cualquier caso, el papel de la bibliografía comercial como combustible del negocio editorial («The fuel of bussines», 1999) es de por sí ya un tema de relevancia especial, sobre todo si se toma en consideración el peso de una industria editorial como la española que ocupaba en 1998 la quinta posición en el mundo con un mercado interior y exterior de casi medio billón de pesetas (*Panorámica de la edición española....* 1998).

2. Control bibliográfico comercial

Los repertorios bibliográficos comerciales tienen su origen en los *Messkatalogen* que algunos impresores publicaron a partir del siglo XVI como catálogos de los de libros que ofrecían en sus visitas a las ferias del libro de Frankfurt. Con el tiempo, la intervención de las autoridades de Frankfurt dio un carácter oficial a la publicación de los catálogos, con lo que la capacidad de centralizar la oferta global del mercado se hizo mayor. En la actualidad, el control bibliográfico comercial se ha configurado como un mecanismo sistemático al servicio de la industria editorial y del comercio del libro que tendría que ofrecer los siguientes servicios: identificación unívoca de todos y cada uno de los productos a la venta en un determinado mercado editorial mediante la gestión del sistema ISBN;⁵ información puntual de las novedades de todos los editores mediante un listado único recuperable por materias y por autores; información actualizada de la disponibilidad y precio de cada título; y, finalmente, suministro de toda esa información en soporte electrónico para su posterior utilización por parte de distribuidores, librerías y bibliotecarios.

2.1 Modelos de gestión

La gestión del sistema varía de unos países a otros. En algunos corre a cargo de las asociaciones profesionales del mundo del libro, en otros es territorio de negocio de empresas especializadas en información bibliográfica y de referencia, mientras que en otros depende de organismos estatales. Un análisis de la situación en diversos países pondría claramente de manifiesto, que el modelo adoptado tiene unas consecuencias importantes sobre la eficacia y la calidad de los servicios de información bibliográfica, siendo el balance claramente desfavorable para aquellos modelos en los que hay mayor intervención estatal.

Así, por ejemplo, en el Reino Unido –uno de los mercados en los que mejor funciona la información bibliográfica– es J. Whitaker & Sons Ltd. quien gestiona la agencia nacional del ISBN y quien publica el *British books in print*, repertorio de libros en venta que se publica con criterios de rentabilidad económica.⁶ Lo mismo ocurre en Estados Unidos con la empresa Bowker, mientras que en Francia la editorial Cercle de la Librairie-Electre, y en Italia Informazione Editoriale, son quienes gestionan el sistema en cooperación con las asociaciones profesionales del sector.

5. A pesar del importante papel que el ISBN puede jugar en la racionalización del Control Bibliográfico Universal (IFLA 1983), el sistema de numeración de libros fue desarrollado para satisfacer las necesidades del comercio del libro (Whitaker, 1991).

6. A partir de la base de datos de libros en venta, la empresa ofrece toda una serie de servicios bibliográficos, que tienen su elemento más significativo en la gestión del sistema de telepedido y en el seguimiento de las estadísticas de ventas en el Reino Unido (Whitaker, 1991).

En España, desde que en el año 1972 se implantase por el *Decreto 2984/1972* la utilización del ISBN, la gestión de la Agencia Española del ISBN ha estado casi siempre bajo la tutela del Estado, primero por parte del INLE (Instituto Nacional del Libro Español) y desde el año 1987 bajo la responsabilidad del Centro del Libro y la Lectura, dependientes ambos organismos del Ministerio de Cultura. Con los datos facilitados por los editores a la Agencia, ésta mantiene una base de datos a partir de la cual se genera el repertorio anual de disponibles en papel y el CD-ROM acumulativo de disponibles y agotados que también se distribuye en línea por Internet.

El análisis del trabajo desarrollado por la Agencia Española del ISBN en los últimos diez años, así como el conocimiento de sus proyectos de futuro, no es nada fácil, pues son pocas las publicaciones en las que la Agencia expresa sus valoraciones y sus proyectos. Tampoco se han realizado estudios críticos fundamentados, aunque las noticias periodísticas sobre proyectos con frecuencia *non natos* y los comentarios críticos a su labor en foros y reuniones de profesionales del libro han sido numerosos.⁷

En cualquier caso, no se puede decir que entre los profesionales del comercio del libro la gestión del ISBN en España tenga una valoración positiva. Según el informe de Fuinca de 1993, «los productos y servicios de información de la Agencia Española del ISBN son criticados unánimemente por el sector» (*El sector del libro...* 1993, p. 266). Las críticas a la base de datos del ISBN se hacen muy visibles en aspectos como la falta de consistencia de los datos bibliográficos, pero donde los problemas tienen una mayor repercusión en el comercio es en la información sobre la disponibilidad y el precio: una vez una noticia se da de alta en el ISBN, el seguimiento posterior, por una u otra razón, deja mucho que desear. La falta de acuerdo entre los diversos agentes del sector para autogestionar este instrumento de control bibliográfico descarga, en cierta medida, la total responsabilidad por parte del Estado, que en los últimos años ha estado abierto a posibles ofertas de las asociaciones del sector para traspasar la gestión.

La existencia en muchos países de dos mecanismos de control bibliográfico, el comercial en base al ISBN, y el oficial en base al Depósito Legal –enmarcado dentro del Programa de Control Bibliográfico de la IFLA–, ha sido objeto de estudio y debate en numerosas ocasiones. Se entiende, que si bien cada sistema persigue objetivos diferentes, la mutua interacción podría generar sinergias de gran interés para el mejor funcionamiento de cada uno de ellos. En este sentido, se puede decir que en España la cooperación entre el sistema bibliotecario y el comercial es inferior a la que se observa en otros países de nuestro entorno. Teniendo en consideración que, en última instancia, ambos dependen del Estado, la falta de coordinación es una señal más de las deficiencias del control bibliográfico nacional y de su poca adecuación a las necesidades de bibliotecas, editores, distribuidores y librerías. La gestión del ISBN y del Depósito Legal así como los programas de catalogación en la publicación (CIP) tienen muchos elementos en común, especialmente si dependen en definitiva de un mismo «ministerio».

De todas formas esta insuficiente coordinación, a pesar de algunos éxitos conseguidos en determinados países, no es un problema privativo de España entre los países desarrollados.⁸

7. La información profesional y en particular la bibliografía sobre edición y distribución en España es claramente deficitaria (Barandiarán, 2000, p. 50; *El sector del libro...* 1993, p. 17). Además de ser muy reducida, tiene una débil cobertura por parte de los servicios de indización y resumen. Se ha procedido al vaciado de la revista *De libros*, y a la consulta de las bases de datos de ARCE (Asociación de Revistas Culturales de España) y la base de datos ISOC del CSIC. También se ha procedido al repaso de los últimos congresos del ramo nacionales.

8. La situación, incluso en países que han alcanzado niveles aceptables de catalogación en la publicación (CIP) dista de ser un camino de rosas, ya que se están observando notables retrocesos en este tipo de programas (Bourne, 1997). Los debates sobre las posibilidades de generar sinergias entre los diferentes estadios de la cadena de distribución comercial y bibliotecaria (editores, distribuidores y librerías, agencias bibliográficas y bibliotecas) han sido numerosos. La constatación de las diferentes necesidades y culturas en cada uno de los mencionados estadios dificulta seriamente el aprovechamiento en cascada de los esfuerzos de descripción bibliográfica (Dempsey, 1989).

En relación con este problema, alguna responsabilidad hay que imputar a los sistemas bibliotecarios, en ocasiones poco orientados hacia la eficacia en términos de organización empresarial, y con poca inclinación a generar proyectos conjuntos con los sectores comerciales de la edición y distribución. La preocupación sobre el tema ha llevado a la IFLA a estudiar a nivel mundial el estado real de la relación entre las agencias bibliográficas nacionales y los agentes del comercio del libro, con unos resultados nada alentadores (Bourne, 1997).

2.2 Obtención y edición de los datos: a vueltas con la catalogación

Según la normativa del ISBN en España, este número es de obligado cumplimiento para todo tipo de ediciones, independientemente de su intención comercial. Esto ha ocasionado unas ciertas distorsiones en cuanto a la homogeneidad de los productos informativos a generar. En definitiva, una cosa es la gestión de la asignación de números de ISBN, mientras que otra muy distinta es la edición de bibliografías comerciales válidas para el mundo de la edición y distribución: si bien la extensión del uso del código con fines de control bibliográfico universal es bienvenida, las bibliografías comerciales se vuelven ineficaces cuando contienen numerosos documentos que no se encuentran realmente en distribución.

Por otra parte, la normativa es quizás excesivamente ambiciosa al cubrir una tipología documental muy amplia, que comprende: «libros y folletos impresos; publicaciones multimedia; otros medios similares como películas educativas, vídeos y diapositivas o transferencias [sic]; libros en casetes; *software* de microordenadores; publicaciones en material electrónico; publicaciones en microformas; publicaciones en Braille; y mapas». (Agencia Española ISBN 1999). Sin embargo la cobertura real de este tipo de productos es muy baja e irregular.

La obtención de los datos depende totalmente de la cooperación de los editores, que como parte interesada en publicitar su oferta editorial se supone tendrían que cooperar de forma excelente por propio interés. Sin embargo, diversas razones que van desde la falta de motivación –el escepticismo en relación a la utilidad de la base de datos es desmesurado entre algunos editores–, a la falta de formación y de instrucciones concretas sobre la catalogación básica exigida por la Agencia en sus formularios, hacen que en este primer estadio de la edición de la base de datos se generen gran parte de los problemas que se observan en el producto final.

De todas formas, no parece que en nuestro país el debate y las iniciativas para mejorar la calidad y la normalización de la información bibliográfica en origen, esto es a partir de los editores mismos, haya sido muy intenso. A la vista de las iniciativas llevadas a término en el Reino Unido parece que la solución pasa por definir un esquema de mínimos en cuanto a los datos bibliográficos necesarios, formar a los editores en su cumplimentación por medio de manuales de instrucciones,⁹ y estimular que se suministren los datos de una forma accesible pero normalizada. El organismo encargado del desarrollo de normas en este terreno, el BIC (Book Industry Communication), ha manifestado reiteradamente que los directivos de las editoriales han de tomarse mucho más en serio la información bibliográfica, por lo que ha establecido un proceso de certificación de editores para evaluar si están en condiciones de cumplir el mencionado nivel mínimo de descripción bibliográfica, denominado «BIC basic» («The fuel of business», 1999: 28). La certificación comporta el cumplimiento de las siguientes condiciones: nombramiento de un miembro del *staff* directivo como responsable de la provisión de la información bibliográfica, capacidad para transmitir registros conformes a la norma «BIC basic» de forma electrónica y, finalmente, suministro de fechas de publicación y precios con seis meses de anticipación, así como actualización de datos de precios, disponibilidad y distribución en tiempo real.

9. Se ha publicado una «Guide to good practice for publishers' bibliographic databases» (Holah, 1993, p. 11).

De todas formas, la calidad de las bases de datos no depende únicamente de quien suministra la información inicial, sino que es responsabilidad del organismo encargado del sistema ISBN nacional trabajar los datos recibidos mediante el control de autoridades; observar y comunicar a los editores fallos e inconsistencias; y, en la medida de lo posible, comprobar la publicación real de los documentos para los que se ha solicitado el número ISBN. En este sentido, el análisis detallado del repertorio de la Agencia Española permite suponer que casi todo depende de la calidad de la información facilitada por los editores.¹⁰

Sin embargo, en el negocio del libro hoy, la calidad de los datos es tan importante como la funcionalidad de la estructura informática que se utilice en registrarlos: la utilidad de una base de datos de bibliografía comercial depende de la capacidad de intercambio de datos. En este sentido, el formato bibliográfico empleado por la Agencia Española del ISBN en el CD-ROM con el que publica la base de datos no sigue pautas normalizadas de catalogación, ni la norma ISO 2709 (1981) y, por tanto, los datos no son compatibles con los formatos de la familia MARC, usuales en los principales repertorios comerciales como los de Bowker y Whitaker, en bibliografías nacionales oficiales y en catálogos de bibliotecas.¹¹ En este sentido, llama la atención, que pese a las potencialidades de cooperación con la Biblioteca Nacional –ambos organismos del Ministerio de Educación y Cultura–, no se conozca proyecto alguno de la Agencia para la creación de registros de nivel mínimo en formato IBERMARC, como paso previo a una catalogación, documento en mano, de los materiales ingresados por Depósito Legal.

De todas formas, el debate de futuro en el campo de la bibliografía comercial ya no se limita a una discusión en torno a los formatos MARC. Las nuevas necesidades del comercio electrónico con sus formatos normalizados de EDI¹² (Electronic Data Interchange), así como la falta de adecuación de un formato bibliotecario a las necesidades e idiosincrasia de los agentes del comercio del libro, están llevando al desarrollo de un formato bibliográfico como subconjunto dentro de formatos de datos para el comercio electrónico (Green 1995). En este sentido, el formato ONIX (*Onix International: overview... 2000*), desarrollado en XML, puede llegar a ser el referente en los próximos años para la bibliografía comercial.

La tradicional falta de cooperación en la producción de normas comunes entre el sector comercial y el sector bibliotecario (Hopkinson, 1993, p. 10; Holah, 1993, p. 1) parece que vuelve a repetirse en el caso de este nuevo formato, por lo que es urgente que los bibliotecarios conozcan los esquemas de metadatos que están surgiendo en el mundo de la edición (Caplan, 2000: [53]) al objeto de maximizar las posibilidades de intercambio de información. Las palabras de Priscila Caplan son muy clarificadoras a la hora de enumerar los puntos de contacto de los dos universos bibliográficos:

«We are already in an environment where readers are as familar with Amazon.com as with their library catalogs. We are already in an environment where libraries purchase catalog records from any number of sources, from OCLC's PrompCat to our approval plan vendors. We will soon be in an environment where most metadata is exchanged in XML: the publishers ha-

10. Para ilustrar la importancia de este trabajo de depuración y edición, se puede poner como ejemplo el caso de la empresa Whitaker, que en 1984 manifestaba que de los 60 empleados de la empresa, la mitad trabajaban en el departamento de edición de la lista de libros y el 10 % en el departamento de informática (Whitaker, 1984, p. 310).

11. El tema de la compatibilidad de formatos comienza a ser un tema de gran importancia para los libreros que trabajan la venta a bibliotecas. La catalogación como valor añadido en las adquisiciones es una tendencia creciente a nivel internacional, ya sea como vía para facilitar el mantenimiento de ficheros de adquisiciones, ya sea para agilizar las labores de catalogación, y constituye un elemento más que ponen en juego las librerías en su estrategia de «product mix» (Dempsey, 1989, p. 24). Así, en Catalunya, varias las librerías que desean actuar como proveedores de bibliotecas han seguido los pasos de Puvill Libros, pionera en la catalogación de su fondo en formato MARC, ya que desde hace años lo hace dentro de sistema PrompCat del catálogo colectivo de OCLC (*Worldcat*), y desde 1998 lo hace en el CCUC, el catálogo colectivo de las universidades catalanas.

12. En estos momentos, la institución internacional clave en el desarrollo normas EDI para el comercio del libro es EDItEUR. En su publicación *EDI for de book world* (2000) se ofrecen ejemplos diversos de ampliación en cada una de las etapas de comercialización del libro.

ve already adopted it, and library systems are moving in that direction. In this context it makes very little sense to think that libraries, publishers, booksellers, distributors and vendors will all be creating incompatible, non-reusable bibliographic metadata.» (Caplan, 2000, p. 52.)

La necesidad de mejorar la información sobre el contenido de los libros es otra de las características que se derivan de las nuevas exigencias del comercio del libro: sinopsis, resumen, nivel de lectura, tipo de obra, sumario, etc., son algunos de los campos ausentes en las bibliografías comerciales establecidas y que los diversos agentes encuentran a faltar más en la fase de selección (Dempsey 1989, p. 12).¹³ En la misma línea, numerosos estudios de usuarios de catálogos de bibliotecas ponen de manifiesto la necesidad de mejorar el acceso por materias, así como de aumentar la información sobre las obras como medio para facilitar una mejor elección de las mismas (Dempsey 1989, p. 28), con lo que el debate sobre el equilibrio entre catalogación descriptiva y la catalogación por materias, así como sobre la naturaleza misma del registro bibliográfico,¹⁴ vuelve a estar servido.

2.3 Difusión de la información

En los últimos diez años, la gama de productos informativos de la Agencia Española ha ido evolucionando en función de las nuevas tecnologías, de la demanda del mercado y de los recursos económicos disponibles. En primer lugar hay que mencionar el repertorio anual impreso *Libros españoles en venta* publicado de forma ininterrumpida, aunque con importantes retrasos, desde el año 1973. En segundo término, hay que llamar la atención sobre la información de novedades, difundida en un primer momento mediante una edición mensual que en la actualidad ya no se publica, y que apareció unas veces como suplemento de alguna de las revistas profesionales del sector de la librería –*El libro español*, hasta 1985, y entre 1995-1997 en *De libros*– y otras como publicación independiente. La mayor frecuencia de aparición de la edición acumulativa de disponibles y agotados en CD-ROM, así como la actualidad de información que se consigue con los medios de difusión en línea, como los PICS (Puntos de Información Cultural) del Ministerio de Cultura o el servicio IBERTEX en su momento, o la consulta vía web en la actualidad, pudieran entenderse como una alternativa a la edición mensual en papel.

De todas formas, hoy por hoy, esta alternativa no es totalmente válida: en la actualidad, ni en la base de datos en CD-ROM, ni en el acceso en línea, se pueden realizar búsquedas acotadas a períodos inferiores al año. En un mercado en el que las novedades juegan un papel tan decisivo, el déficit que presenta la información exhaustiva sobre novedades en los productos de la Agencia significa un factor negativo de primer orden. Así pues, los profesionales del libro en sus diversas ramas, comenzando por la crítica y la prensa especializada, se alimentan fundamentalmente de los mecanismos de promoción de las propias editoriales.

El control bibliográfico de la edición en las diferentes lenguas del estado español lógicamente se realiza desde la Agencia Española, al ser su enfoque territorial y no lingüístico. De todas formas, la difusión de información sobre la edición en catalán, gallego y vasco a partir de los productos de la Agencia ha sido más bien pobre hasta fecha reciente y con una periodicidad insuficiente para ser considerados productos de información de novedades. A día de hoy, al igual que pasa en la actualidad para el conjunto de la base de datos del ISBN no

13. La cobertura de esas demandas fue una de las líneas de trabajo de empresas como Book Data para hacerse un hueco en el mercado anglosajón.

14. En este sentido son muy interesantes las preguntas abiertas lanzadas por Caplan: «Does content such as author biographies, book reviews excerpts, and dust jacket summaries provide useful access points for retrieval, or help a user select an item appropriate to his needs (both end user tasks to be supported in FRBR [i.e. Functional Requirements for Bibliographic Records])?».

existe ningún producto de la Agencia que informe de las novedades en dichas lenguas con una periodicidad de mayor frecuencia que la anual: como volúmenes paralelos al repertorio *Libros españoles en venta*, cada año aparecen las obras *Libros españoles en venta: catalán*, *Libros españoles en venta: gallego*, y *Libros españoles en venta: vasco*. Por su parte, las bases de datos en CD-ROM o vía Internet, sí permiten limitar la búsqueda por lenguas, si bien cronológicamente sólo no se pueden acotar por meses.

Estas insuficiencias en la información sobre novedades, la poca fiabilidad de muchos de los registros que aparecen, así como la pobre información sobre el contenido y la tipología de los documentos repertoriados, contrasta vivamente con los productos que hoy por hoy se muestran en numerosos catálogos editoriales y de librerías por Internet. En este sentido, estos nuevos productos de la red resultan también un reto importante para repertorios comerciales de reconocida solvencia como el británico y otros similares.

2.4 Globalización: bibliografía territorial española versus bibliografía internacional en español

La mayoría de lenguas con mercados editoriales de alcance internacional han contado con un control bibliográfico comercial y con repertorios de base lingüística. Así, con el establecimiento del número ISBN como norma internacional, aparecieron códigos para identificar la producción editorial en inglés, francés, alemán o italiano, independientemente del país en el que se hubieran publicado. Por contra, en el mercado del libro en castellano cada uno de los países iberoamericanos ha contado con un prefijo del ISBN propio de carácter territorial, observándose un nivel de coordinación casi nulo de los productos de información de las diversas agencias nacionales del ISBN, pese a la tradicional unidad del mercado.

Y no es que la bibliografía comercial española haya estado siempre de espaldas a esta realidad. Las bibliografías periódicas aparecidas en España durante el primer tercio del siglo xx, pese a que no lo hacían con absoluta exhaustividad, daban cobertura al libro hispanoamericano, y así se refleja en la información recogida en el repertorio acumulativo *Catálogo general de librería hispanoamericana 1901-1930*. Desde el punto de vista retrospectivo, este mismo enfoque fue el que utilizó Antoni Palau en su *Manual del librero hispanoamericano* en relación al mercado del libro viejo y antiguo.

Ya en etapas más recientes, la inexistencia de un repertorio integrado del libro en Hispanoamérica y España de carácter exhaustivo, quedaba matizada por la muy digna aportación de la editorial Melcher de Puerto Rico con el repertorio de novedades *Fichero bibliográfico hispanoamericano* y su correspondiente volumen acumulativo de disponibles *Libros en venta en Hispanoamérica y España*. De todas formas, el título de este repertorio de libros en venta resultaba un poco engañoso, ya que por la insuficiente cobertura dada a las editoriales españolas, se podía considerar principalmente un reflejo de la oferta editorial en español circulante a nivel internacional en el continente americano.

Éste es el contexto en el que apareció en 1998 la base de datos *ISBN: repertorio integrado de libros en venta en Iberoamérica*, fruto de la colaboración de la Agencia Española del ISBN y CERLAC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe). Si bien el objetivo del repertorio era conseguir la unidad informativa del mercado del libro en español, las insuficiencias del producto limitaban claramente su utilidad: el *Repertorio integrado* es una fusión en una misma base de datos de las noticias de 15 agencias del ISBN hispanoamericanas junto con las del Brasil, que se ha realizado sin ninguna integración en cuanto a criterios de descripción bibliográfica, análisis de contenido o análisis de la disponibilidad comercial de las obras. Por tanto, pese a la primera impresión positiva que la aparición de una obra de estas características pudo significar, un análisis detallado de la misma

lleva a preguntarnos si la obra es una bibliografía comercial moderna de libros disponibles, o un anacrónico suplemento de actualización del Palau.¹⁵

La mezcla que se hace de agotados y de disponibles en el caso de libros españoles –detrás del impresionante número de registros que aporta España se esconde una oferta editorial viva que se calcula en torno a los 250.000 títulos–, las cifras insignificantes que se dan de la mayoría de los países y que a buen seguro no responden a la totalidad de la oferta editorial, así como la ausencia de compromiso alguno de actualización del repertorio, son elementos clave para la valoración francamente crítica que se puede hacer de esta iniciativa.

En definitiva, llama la atención que se haya dejado de lado la opción de mejorar la cobertura de un repertorio «hispanoamericano» con tradición como *Libros en venta en España e Hispanoamérica*. Además, el repertorio de Melcher en sus últimas ediciones había sido publicado en CD-ROM por Bowker, editorial privada con garantías en este terreno en tanto es la editora del *Global books in print*, la bibliografía comercial internacional en lengua inglesa que podría servir de modelo a seguir.

3. La prensa y las publicaciones profesionales

Al margen de la información gestionada por los organismos oficiales del control bibliográfico comercial, existen otros agentes y otros canales implicados en la creación y comunicación de información comercial sobre el libro. Se trata de un tipo de información de gran calidad tanto por su actualidad en relación a la información de novedades, como por ser un buen medio en el trabajo de selección dado el nivel analítico-crítico de las noticias que se ofrecen. Por contra, la dispersión, la falta de independencia en ocasiones, la falta de exhaustividad, la falta de normalización y la nula cobertura en cuanto a fondo retrospectivo limitan su utilidad en determinados terrenos.

3.1 Prensa general y publicaciones sectoriales especializadas

La prensa juega un papel fundamental en la información y la crítica de libros, de manera que constituye una importante fuente de información para la identificación y, sobre todo, para la selección. La vitalidad en la prensa general, junto con la aparición de nuevas revistas especializadas en libros y lectura, así como sedes y portales web dedicados al tema, contrasta con el pobre papel desempeñado por otros medios de masa como la televisión: la década que finaliza ha consolidado el vacío, o en todo caso la marginalidad, de los programas de libros en la televisión. En efecto, las secciones de libros en la prensa general han mantenido un aceptable nivel de vitalidad, que se manifiesta en los espacios que sobre libros se han desarrollado en las ediciones digitales de los grandes diarios. En este capítulo se pueden citar a modo de ejemplo, la aparición en 1993 de una edición acumulativa en CD-ROM de *ABC cultural*, o el acceso en la web de *El País digital* a la *Guía de reseñas*, base de datos acumulativa de las noticias aparecidas en la sección libros del suplemento cultural *Babelia*.

15. El detalle del número de registros que se han agregado –que no integrado– de cada país cada país son una buena prueba para dudar de la utilidad del producto: Argentina 95.984, Brasil 119.402, Chile 10.387, Colombia 31.035, Costa Rica 1.554, Cuba 3.068, Ecuador 4.652, El Salvador 15, España 834.809, Guatemala 66, Honduras 47, Nicaragua 12, México 16.968, Panamá 176, Paraguay 3, Perú 1.194, y Venezuela 463.

3.2 Publicaciones para los profesionales del libro

Desde que en 1901 la Asociación de Librería comenzó a publicar la revista profesional *Bibliografía española*, siempre ha existido alguna revista profesional mediante la cual el sector organizaba la información del mercado. Cuatro componentes básicos conforman este tipo de revistas en todo el mundo: crónica del mercado desde la perspectiva comercial y empresarial; artículos de bibliografía crítica, guías bibliográficas y reportajes de autores y temas; bibliografía periódica y exhaustiva de novedades; y finalmente, pero no menos importante, publicidad. Durante la década que finaliza, se ha consolidado como heredera de dicha tradición la revista *De libros*, esta vez totalmente dentro de la esfera del sector privado, a diferencia de lo que ocurría con su predecesora *El libro español*, publicada desde las instancias gubernamentales y que siempre contó con el repertorio periódico de novedades directamente.

De todas formas, en relación a la importancia internacional del mercado del libro en español no se puede afirmar que *De libros* esté a la altura de sus equivalentes en otros países, como Francia o el Reino Unido, en los que la aparición es semanal y además se ofrece la bibliografía exhaustiva de novedades de la agencia bibliográfica comercial. El desarrollo de sedes web vinculadas a dichas revistas, como es el caso de *BookWire* que da acceso a *Publishers weekly*, la revista profesional de Estados Unidos, y a reseñas aparecidas en medios de comunicación, señala el camino hacia el desarrollo de portales para librerías que integren diversos servicios de información y de operación.

En España, dentro de esta línea se puede citar la reciente aparición del portal *Infolibro*, resultado de la colaboración entre las principales asociaciones del sector: la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL), la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) y la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribución de Ediciones (FANDE). Se trata de un servicio de pago, mediante el que se puede obtener una rica y variada información sobre eventos y noticias del sector, aunque la ausencia de información bibliográfica representa un punto débil destacable. También entrarían en este capítulo las sedes webs de las diferentes asociaciones profesionales, especialmente las del sector de la distribución minorista, entre las que cabe destacar la del Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya por su servicio *Top 25*, que ofrece información sobre los libros más vendidos.

La información sobre libros por medio de revistas especializadas, pero dirigidas tanto a lectores como a profesionales, ha vivido una intensa renovación a lo largo de estos últimos años. Así, con la intención de trasladar al mundo de los libros el modelo de información sobre cine de la revista *Fotogramas*, apareció en 1996 la revista *Qué leer*, uniéndose desde un enfoque más popular a revistas ya consolidadas como *Leer* en el terreno de la literatura en general, o *CLIJ* en el ámbito de la literatura infantil y juvenil. De todas formas, este tipo de publicaciones tiene en la red alternativas en clara competencia. Así han aparecido web de libros con un contenido informativo en la misma línea que las revistas anteriormente mencionadas, pero con la capacidad de interacción con los lectores que desde un primer momento mostraron librerías electrónicas como *Amazon.com*. Éste es el caso de *Maslibros.com*, que ofrece secciones de novedades, entrevistas, dossiers y artículos críticos en profundidad con el fin de obtener una cuota de mercado en el terreno de la publicidad de libros.

En el ámbito de la edición en catalán hay que reseñar el papel de *Serra d'or*, que si bien no es estrictamente una revista del sector de la librería, siempre ha prestado una especial atención al mundo de la edición. Desgraciadamente, la década que finaliza ha sido protagonista del progresivo languidecer y final desaparición del repertorio de novedades que bajo la sección «Bibliografía catalana recent» se había publicado mensualmente desde la fundación de la revista. En el ámbito profesional del libro en Cataluña también hay que señalar despedidas, pues la revista *Llibreria* del Gremi de Llibreters de Catalunya dejó de publicarse a principios de la década. Como alternativa a la falta de información institucional sobre novedades en ca-

talán se ha de consignar la aparición del sitio *Llibres.com* de la librería Proa Espais, desde el que se puede realizar un seguimiento muy exhaustivo de la edición en catalán.

4. La información bibliográfica en el ciclo de la distribución comercial

El volumen de libros españoles en venta es de unos 300.000 títulos,¹⁶ con una aportación anual de unas 40 a 45.000 novedades descontando reimpresiones y reediciones.¹⁷ No existe ningún otro sector comercial que soporte una variedad de producto semejante y con una rotación tan continua: la media de novedades por día, incluyendo festivos, supera los 100 títulos, si bien la concentración de las nuevas apariciones tiene como momentos cumbre las semanas previas al inicio del curso escolar, la Navidad o el día del libro. Si a todo ello añadimos que hoy en día el coste de distribución de un libro en España oscila entre el 40 y el 60 % del precio final,¹⁸ y que comienza a quebrarse el principio del precio fijo del libro, no resulta complicado afirmar que la edición y la distribución de libros en España se encuentra en un momento complicado en el que además se ha de realizar la necesaria adaptación al nuevo entorno que plantea Internet.

Si bien en el área de promoción, publicidad e información bibliográfica, la red abarata sustancialmente los costes y permite a los agentes proyectarse de forma internacional como nunca antes podían haber imaginado, la realidad de lo que significa Internet en el sector es mucho más compleja, especialmente en el ámbito de la venta al público, ya que la competencia que este nuevo canal pueda significar para el punto de venta más tradicional, puede actuar acentuando la crisis de un sector que necesita modernizarse.

4.1 Publicidad y promoción en la distribución mayorista

Una información bibliográfica pobre hace perder ventas. Sabedores de esta realidad, editores y distribuidores son ellos mismos fuentes de información bibliográfica complementarias de las anteriormente mencionadas. Esta información se vehicula tanto por medio de catálogos de fondo y de boletines de novedades, como por medio de la distribución física de los libros mismos en lo que se conoce como servicio de novedades y de depósitos.

La información facilitada por los editores –al igual que ocurre en el ámbito de la librería respecto al cliente final– ha sufrido una transformación radical con la aparición de Internet. El coste de publicar en Internet catálogos del fondo editorial, catálogos temáticos o boletines de novedades es marginal con relación al alcance que pueden llegar a tener. La incorporación de valor añadido a esta información constituye uno de los cambios más importantes. Así, gracias al correo electrónico se puede personalizar el servicio de alerta de novedades, mientras que por medio de la web se puede ofrecer una información sobre las obras más allá de la mera noticia bibliográfica, con resúmenes o acceso en línea a algún capítulo de la obra, intercambio de opinión con el autor o con otros lectores, etc. Una visita a los repertorios de editoriales españolas con presencia en Internet¹⁹ permite observar el significativo grado de penetración de la red en el desarrollo de servicios de información y publicidad interactivos, si bien el gran número de pequeñas empresas editoriales que existen en nuestro país no permite hablar de cifras porcentuales muy elevadas.

16. 222.595 títulos, si se toman sólo los datos de las empresas agremiadas a la Federación de Gremios de Editores de España (*Comercio...* 1999). La diferencia da idea de la multitud de pequeñas iniciativas editoriales y, en parte, del volumen de la edición institucional. En todo caso, la concentración editorial tiene un peso importante en términos económicos: en 1990 el 75,6 % de la facturación correspondía a macrogrupos editoriales y a sus participadas de menor tamaño (*El sector del libro...* 1993, p. 30).

17. En 1998 se publicaron 54.009 títulos entre primeras ediciones y reimpresiones (*Panorámica...* 1999).

18. Se da como bueno este intervalo a partir de diversas cifras observadas, entre las que se encuentran las que ofrece el informe de FUINCA con un coste total de distribución estimado entre el 45 % y el 55 % (*El sector del libro...* 1993, p. 115).

19. Se podría citar a título de ejemplo *Editoriales con sitio en internet*, o el directorio de editoriales asociado a la base de datos del ISBN.

4.2 El telepedido y la informatización de las librerías tradicionales

Una buena red de librerías a lo largo y ancho del territorio es una garantía de proximidad del lector a la cultura, al tiempo que funciona como una salvaguarda para las editoriales frente al poder de negociación en la compra de los grandes grupos comerciales. En este sentido, el sistema de precio fijo del libro junto con una mejora de la distribución mayorista se consideran elementos clave para igualar las condiciones de venta de grandes superficies y de librerías.

Sin embargo, la venta al por menor en las librerías «tradicionales»²⁰ es una actividad comercial que padece desde hace tiempo una crisis (*El sector del libro...* 1993, p. 151), que se agrava por la falta inversión en tecnología y modernización comercial.²¹ Las dificultades de los libreros se explican por la falta de una infraestructura de información y distribución al por mayor que permita competir a la librería tradicional frente a las grandes superficies y otros nuevos sistemas de distribución (clubes de venta por catálogo, quioscos, Internet, etc.) que con frecuencia operan conjuntamente con libros y otros productos de consumo cultural (vídeo, música, informática, etc.) y que por tanto rentabilizan mejor la logística de la distribución.

Para hacer frente a tal variedad de producto, haría falta un sistema de información capaz de gestionar pedidos, procesarlos y enviarlos de forma ágil. Pero, tal y como se afirma en el informe de Fuinca del 1993, un factor crítico para lograrlo es la cooperación: «Un sistema de esta naturaleza, para ser competitivo, y como lo demuestran las experiencias de otros países, exige un alto grado de cooperación entre los intervinientes en el mercado, tanto editores como distribuidores, y una amplia aceptación por parte de libreros y otros detallistas». (*El sector del libro...* 1993, p. 138.) Se constata desde hace más de una década la necesidad de un sistema de telepedido en España, en el que como es normal la información bibliográfica comercial tendría que funcionar como la «gasolina del negocio».

De todas maneras, las deficiencias del control bibliográfico comercial en España influyen directamente en esos dos puntos clave de la modernización del sector: la informatización y el telepedido. La creación del catálogo y la gestión del almacén junto con un acceso rápido a la canalización de pedidos puntuales sobre la oferta editorial viva son aspectos clave para la informatización de una librería (Rodrigo, 1998). Así pues, si los datos suministrados por la Agencia del ISBN fueran, gracias a la mejora de su calidad, universalmente utilizados por distribuidores y libreros, la comunicación entre ambos sería también más fácil en un entorno electrónico.

A la vista de esta situación, es lógico que el debate sobre el telepedido haya sido recurrente a lo largo de los años noventa en el sector de la edición y distribución española. Sin embargo, han existido más palabras que realidades, contándose por fracasos los dos proyectos puestos en marcha, por lo que en la actualidad se puede decir que no existen perspectivas claras de desarrollo en nuestro país de un sistema consolidado y universal.

La primera iniciativa para ofrecer este servicio partió en el año 1994 de una empresa privada, LID Logística Internacional –participada por el distribuidor alemán LIBRI– que observó

20. El proceso de concentración empresarial en el sector de la librería ha sido en España menor que en otros países europeos. En 1993, frente a 32 % del mercado británico en manos de cadenas de librerías, se da tan sólo un 4,9 % del mercado español (*El sector del libro...* 1993, p. 31). Estas cifras se han modificado en los últimos años, si bien el pequeño punto de venta, y por tanto el número de librerías –o asimilables– en España es mayor que en otros países con mayor índice de lectura. Por contra, la librería como canal de venta, independientemente de su tamaño, representaba en la misma fecha un 39 % del mercado, por una cifra del 57 % en el Reino Unido (*El sector del libro...* 1993, p. 47).

21. Un dato muy gráfico sobre la necesidad de modernización del sector se puede observar en los resultados de una encuesta reciente según la cual, el 79 % de las librerías realiza pedidos por fax, el 60 % por teléfono, y tan sólo 10 % utilizan el correo electrónico (Barandiarán, 2000, p. 52).

el vacío existente en España en este terreno y decidió invertir, ya que la gestión de un sistema de telepedido podía ofrecerle un espacio de negocio tanto en el terreno de la prestación del servicio de telepedido, como en el terreno de la logística y de la distribución física de los libros, siendo quizás este carácter de juez y parte uno de los principales obstáculos que frustraron su consolidación. LID Logística planteó su sistema de telepedido como una iniciativa paralela y distorsionadora de los procesos que en esos momentos se llevaban a término en el seno de las organizaciones profesionales del libro en España (Peces, 1996: 32), de tal forma que su actividad chocó con los intereses de editores y distribuidores con los que se llegaron a plantear conflictos que llegaron a los tribunales (España. Tribunal de Defensa de la Competencia, r. 143/96).²²

El sistema de LID ha sido relevante en la historia reciente de la bibliografía comercial en España, ya que se fundamentaba en la publicación mensual del CD-ROM *CD-LID* en el que junto a otros repertorios de libros de otros países²³ se recogía, de forma actualizada y depurada de obras no disponibles, la base de la Agencia Española del ISBN como catálogo base para la realización de los pedidos. La utilización de la base de datos de la Agencia Española era una premisa para que el sistema comenzase a funcionar de forma rápida, ya que en el fondo la voluntad de LID era la creación de una base de datos propia desarrollada directamente con el acuerdo de determinados editores. Por ello el repertorio de obras publicadas en España de la Agencia se complementaba ya desde el principio con una base de datos paralela, denominada «Catálogo de obras en venta en España (COVE)» en la que los editores que lo deseaban podían, pagando, incorporar noticias de novedades y disponibles mediante una noticia más comercialmente orientada en la que se contemplaban campos de texto como el resumen y campos gráficos como la cubierta a todo color de la obra. El programa informático incluido en el disco permitía la consulta de las diversas bases de datos, la integración de los resultados en un programa de gestión de pedidos y de tramitación electrónica de los mismos, y la exportación de datos a algunos sistemas automatizados de gestión de librerías.

En 1997 comenzó a funcionar en período de pruebas el sistema de telepedido organizado por FEDECALI (Federación Española de Cámaras del Libro) con la colaboración de la Agencia Española del ISBN y Telefónica (Carrión 1997). Se trataba de un sistema en el que la base de datos se actualizaba semanalmente y en el que la consulta se podía realizar tanto en CD-ROM como en línea. En la actualidad, el sistema se puede dar por totalmente desmantelado, ya que no alcanzó el nivel necesario de aceptación masiva: tras de 2 años de operación, en 1999 tan sólo 350 empresas se habían asociado al sistema.

4.3 Internet como plataforma B2B del negocio del libro

El comercio electrónico entre empresas por medio de Internet, conocido por la abreviatura B2B, así como la generalización de formatos de comunicación comercial EDI en el mundo del libro constituyen la punta de lanza de renovación de la información bibliográfica comercial y de la logística en la distribución editorial. Los sistemas de telepedido evolucionarán rápidamente hacia este tipo de plataformas, facilitando quizá su despegue en países como España, donde no han terminado nunca de introducirse y en el que los problemas de distribución son una cuestión clave sin resolver a los ojos de los libreros (Barandiarán, 2000).

22. Entre las conclusiones del I Congreso de Editores de España se recogía explícitamente la oposición de los editores a la cesión de la base de datos del ISBN para uso comercial, al tiempo que se apostaba por un sistema de telepedido bajo el control directo de instituciones profesionales como las Cámaras del Libro (Congreso de Editores 1994, p. 134).

23. Como LID quería intervenir como intermediario en la importación de libros, el CD-ROM también recogía noticia de libros de Alemania, Reino Unido y Estados Unidos, con el precio actualizado en pesetas, en tanto que LID se ofrecía como servicio centralizado de importación para librerías que habitualmente no trabajaban este sector de negocio.

Los dos ejemplos más consolidados de plataformas B2B son *Pubnet 2000* en los Estados Unidos y *PubEasy.com* en el Reino Unido. *Pubnet 2000* fue promovido por la Association of American Publishers que en la actualidad es copropietaria de la plataforma junto a la American Booksellers Association, la National Association of College Stores y R.R Bowker, mientras que *PubEasy.com* es básicamente una apuesta empresarial de Whitaker. El funcionamiento del sistema británico, similar en muchos aspectos al norteamericano, permite la búsqueda bibliográfica sobre la base de datos *Bookbank* y la operativa del telepedido tradicional, junto a una plataforma B2B de acceso directo a las sedes web de determinadas editoriales y distribuidoras (Sylge, 1997).

En España a falta de plataformas globales de B2B del sector, es cada editorial y cada distribuidora las que realizan su proyecto de venta a librerías vía web. Curiosamente sí existe un distribuidor con vocación de cubrir toda la oferta editorial española y que trabaja en un entorno web, se trata de *CELESA* (Centro de Exportación de Libros Españoles), empresa que agrupa a algunas editoriales de mediano tamaño y que cuenta con la participación del Ministerio de Cultura.

En el ámbito del intercambio de datos EDI el desarrollo observado es muy pobre. Si bien FANDE tiene en marcha un proyecto de implantación de EDI a través de IBM Global Services (IBM 2000), la mayoría de sitios web de mayoristas de libros no parece que trabajen en entorno EDI, ya que la implantación de las normas de FANDE se ha producido casi exclusiva en el sector de las publicaciones periódicas.

4.4 Internet como escaparate y como tienda: la venta al detall en la red

La presencia de librerías españolas en Internet²⁴ es creciente, con un protagonismo destacado de librerías «reales» que han abierto también mostrador virtual. Y es que la irrupción de Internet en el negocio del libro en España se define tanto por el acceso al mercado español de librerías virtuales de cualquier parte del mundo, como por el creciente número de librerías tradicionales que utilizan la red para comunicar la información bibliográfica a sus clientes. Si bien la venta de libros por Internet ha renovado hasta cotas no imaginadas el interés de los comerciantes por la venta a domicilio, la venta mediante la distribución de catálogos no es algo nuevo en el sector de la librería. Lo que realmente representa un cambio decisivo es la oportunidad que Internet ha otorgado a multitud de establecimientos de publicar productos de información a un precio asequible y con una proyección geográfica sin precedentes.

Sin embargo, esta facilidad de difundir información bibliográfica comercial, se ha de analizar separando dos realidades bien diferentes: la información selectiva y de novedades, frente a la publicación del catálogo del fondo como medio para establecer plenamente el canal de venta por Internet. El servicio de novedades por correo electrónico, o en forma de publicación periódica distribuida por el web se ha convertido en un mecanismo asequible: desaparecen los costes de edición de boletines y sobre todo de su envío por correo postal, al tiempo que se puede personalizar el servicio. Por contra, la publicación del catálogo del fondo representa un esfuerzo más complejo,²⁵ en el que se ha de conjugar la necesidad de

24. No existe un directorio actualizado y de calidad de las librerías españolas en Internet. Sorprende por su falta de exhaustividad el que elabora CEGAL bajo el título *Librerías con página web*.

25. Los costes de colgar el catálogo de la librería en Internet y de establecer mecanismos seguros de venta en línea son importantes. Por ello están apareciendo empresas que realizan soluciones de comercio electrónico «lave en mano». En el sector del libro se pueden encontrar algunas ofertas en este sentido, como la de Verial Librerías, empresa responsable del programa de automatización de librerías del mismo nombre, que ofrece un servicio denominado *Guía libro* con una base de datos con más de 830.000 títulos publicados en España, para que cualquier librería pueda ofrecer el catálogo de su fondo y vender por Internet.

describir muy bien una cantidad muy numerosa de producto con unas posibilidades de aprovechamiento de datos del repertorio ISBN muy limitadas.²⁶ Una vez establecida la fuente de los datos y el tipo de ficha descriptiva, el diseño del catálogo en línea como base para la venta por Internet ha de tener en consideración los siguientes requisitos: ha de ser potente y flexible en cuanto a las vías de recuperación de la información, fácil de usar, interactivo y atractivo.

Si bien la presencia de librerías con venta por Internet es muy variada y con grandes diferencias en cuanto a calidad de información y de la interfaz de búsqueda, el estándar por el que han ido caminando los proyectos empresariales más ambiciosos está representado por *Amazon.com*: el nivel de detalle de la información sobre cada obra, la amplitud y exhaustividad del catálogo publicado, así como la potencia del sistema de búsqueda la han convertido en un ejemplo a seguir. El desarrollo de sistemas de búsquedas por afinidad, del que fue pionero *Amazon.com*, convierte a muchas de las librerías virtuales, en un interesante sistema de información bibliográfica personal. De hecho, los catálogos de grandes librerías en línea, como *Amazon.com* y *Barnes&Noble.com* en el ámbito del libro en inglés, pueden considerarse desde el punto de vista de muchos usuarios finales –particulares o bibliotecarios– como verdaderas alternativas gratuitas a la consulta de repertorios como *Books in print*, o *Global books in print* (Pack, 1997, p. 16). Aún más, con la aparición de sistemas de comparación de precios en Internet como *DealTime*, que trasladan una consulta bibliográfica a multitud de librerías en línea, el concepto de catálogo colectivo de fondos a la venta en librerías aparece como un sistema alternativo a los sistemas de las agencias bibliográficas comerciales.

De todas formas, es quizás en el terreno de la evolución de los estándares de descripción bibliográfica y de contenido en el que las aportaciones de las librerías virtuales pueden ser de mayor interés para el mundo bibliotecario. La calidad y detalle de la noticia bibliográfica se ha convertido en un factor clave de la venta, ya que en una tienda virtual no se puede ver ni tocar el libro. Por esta razón se está ofreciendo un tipo de noticia bibliográfica enriquecida a la cual el usuario final se está acostumbrando con gran rapidez y que, hoy por hoy, no encuentra cuando la consulta la realiza en catálogos de bibliotecas.

5. Reflexiones finales: un poco de prospectiva

El futuro de los organismos y agencias de control biográfico comercial dependerá en buena medida de su capacidad de adaptación a los importantes cambios que se producen en el sector. Tal y como subrayó en una entrevista el director de Book Data –empresa que ha apostado por ofrecer información bibliográfica comercial del libro en inglés con mayor información de contenido–, las bases de datos tendrán que evolucionar para satisfacer nuevas demandas: orientar mucho más a las necesidades de editores y libreros, mejorar al máximo la actualidad de los datos y ofrecer más información del producto, especialmente en un entorno en el que la información visual y promocional es cada vez más necesaria (McCabe, 1997).

Tanto la edición y distribución de libros en formato electrónico, como la impresión bajo demanda, desarrollarán en el ámbito de los libros el concepto de adquisición *just-in-time* frente al mantenimiento de colecciones *just-in-case*. Esta situación, mucho más desarrollada en el ámbito de los artículos de revistas mediante el tradicional desarrollo de sistemas de préstamo interbibliotecario y servicios comerciales de suministro de documentos, vendrá condicionada por la evolución de los sistemas de gestión automatizada de derechos de autor

26. En el desarrollo de grandes librerías españolas totalmente virtuales, la baja fiabilidad de los datos bibliográficos y de disponibilidad de la base de datos del ISBN español ha sido un problema de primera magnitud. Así en el caso de la sección española de *Bol.com*, se ha tenido que proceder a la redacción de noticias totalmente nuevas a partir de las existencias controladas en librerías «reales» colaboradoras del proyecto (Cabrero, 2000).

(Paskin, 1999) y la futura definición del concepto de adquisición bibliotecaria en el terreno de la gestión de licencias.

El futuro de la bibliografía comercial, vendrá también marcado por el desarrollo del DOI (Digital Object Identifier), nacido para hacer frente al radical cambio que Internet produce en las relaciones comerciales entre editores y lectores: el lector precisa métodos que autentifiquen el contenido y la calidad de lo que demanda, al tiempo que el creador del documento tiene que tener seguridad de que el derecho de autor se respeta y se protege. En este contexto, el desarrollo de sistemas de metadatos con finalidad comercial, así como de mecanismos de gestión digital de los derechos de autor, puede ser un elemento de primer orden en la renovación de los sistemas de control bibliográfico comercial, ya que la implicación del editor en la descripción de objetos digitales tendrá que ser mayor que la que hasta el presente ha existido en relación a los libros en papel, y estos nuevos hábitos tenderán a extenderse a la oferta editorial en conjunto independientemente del soporte.

Bibliografía

Agencia Española del ISBN (1999). *¿Qué es el ISBN?* [en línea]. Madrid: Ministerio de Educación y Cultura. <<http://www.mcu.es/lab/libro/agencia1.html>> [consulta: 21-8-2000].

BARANDIARÁN, J.M. (2000). «Cómo ven los librerías a los distribuidores.» *De libros*, nº 130 (marzo), p. 50-53.

BOURNE, Ross (1997). «National bibliographic agencies and the book trade.» *International cataloguing and bibliographic control*, vol. 26, nº 1 (enero/marzo), p. 12-14.

CABRERO, G. (2000). «La experiencia de *Bol.com*.» Contribución en: *La bibliografía com aparador: informació per a vendre i comprar llibres*, mesa redonda celebrada en la Facultat de Biblioteconomia i Documentació de la Universitat de Barcelona, el 15 de mayo de 2000.

CAPLAN, P. (2000). *International metadata initiatives: lessons in bibliographic control* [en línea]. Washington: Library of Congress. Conference on Bibliographic Control in the New Millennium. <http://lcweb.loc.gov/catdir/bibcontrol/caplan_paper.html> [consulta: 24-7-2000].

CARRIÓN, C.M. (1997). «Sistema de telepedido.» *De libros*, nº 102 (sep.), p. 21-30.

Comercio interior del libro en España (1999). Madrid: Federación de Gremios de Editores de España. Extractos disponibles en: <<http://www.libreros.org/datos/datos.html>> [consulta 21-8-2000].

Congreso de Editores (1994), (1r: Granada: 1994). *La edición en España*. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España. 158 p.

DEMPSEY, L. (1989). *Bibliographic records: use of data elements in the book world*. Bath: Bath University Library. 56 p.

EDI for the book world [en línea]. (2000) Prepared by EDItEUR with the support of the European Commission DG XIII. [London]: EDItEUR. Disponible en: <<http://www.editeur.org/edifile.doc>> [Consulta: 19-8-2000].

España. *Decreto 2984/1972*

España. Tribunal de Defensa de la Competencia (r. 143/96) *Resolución 143/96*.

«Estadística de la producción editorial.» (2000). En: *INEbase* [en línea]. Madrid: Instituto Nacional de Estadística. <<http://www.ine.es/daco/daco42/cultocio/prodedit.htm>> [consulta 1-9-2000].

«The fuel of the business.» (1999). *The Bookseller*, nº 4859 (12 feb.), p. 26-28.

GREEN, B. (1995). «Towards international standards for book sector EDI.» *International cataloguing and bibliographic control*, vol. 24, nº 4 (oct./dec.), p. 59-60.

HOLAH, J. (1993). «Bibliographic requirements in the publishing community.» Paper 171-BIBCO(WS)-E, presentado en: IFLA General Conference and Council Meeting, Barcelona, 1993. 11 h.

HOPKINSON, A. (1993). «Bibliographic systems and the world of publishing.» Paper 169-BIBCO(WS)-E, presentado en: IFLA General Conference and Council Meeting, Barcelona, 1993. [11] h.

IBM Global Services (2000). *Proyecto de Intercambio Electrónico de Información para FAN-DE* [en línea]. <<http://www.globalnet.es/fande/>>

IFLA (1983). *Manuel de contrôle bibliographique*. París: Unesco. 89 p.

ISO (1981). *Norme internationale ISO 2709: documentation-disposition des données sur bande magnétique pour l'échange d'informations bibliographiques*. Genève: ISO.

McCABE, D. (1997). «Book Data marks its 10 years.» *The Bookseller*, nº 4775 (27 jun.), p. 11

Onix International: overview and summary list of data elements (2000). EDITEUR, jointly with Association of American Publishers, Book Industry Communication, and Book Industry Study Group. London: EDItEUR. 16 p. Disponible en línea en la sede web de EDItEUR: <<http://www.editeur.org>>.

PACK, T. (1997). «All about books, online.» *Database*, vol. 20, nº 1 (feb.-mar.), p. 12-21.

El País (2000). 8 de agosto.

Panorámica de la edición española de libros 1998. Madrid: Ministerio de Cultura, Centro del Libro y de la Lectura, 1999. Se publica anualmente. Extractos disponibles en: <<http://www.mcu.es/lab/libro/d1998/prese.htm>> [consulta 21-8-2000].

PASKIN, N. (1999). «The digital object identifier system: digital technology meets content management.» *Interlending & document supply*, vol. 27, nº 1, p. 13-16.

PECES, T.M. (1996). «Firmado el acuerdo del telepedido en España.» *De libros*, nº 85 (feb.), p. 30-34.

RODRIGO, E. (1998). «Software: aplicaciones para los profesionales del libro.» *De libros*, nº 115 (nov.), p. 19-24.

El sector del libro en España: situación actual y líneas de futuro: informe de Fuinca (1993). Madrid: Fundesco. 311 p.

SYLGE, C. (1997). «Home shopping for the trade.» *The Bookseller*, nº 4787 (19 Sep.), p. 22-23.

WHITAKER, D. (1984). «Databases for the book trade: changes in information supply for bookshops and libraries.» *The Bookseller*, 28 enero, p. 306-310.

—. (1991). «Aniversary of the magic number.» *The Bookseller*, nº 4476 (4 oct.), p. 954-955.

Repertorios y fuentes de información bibliográfica citadas

ABC cultural [CD-ROM]. Madrid: Prensa Española, 1993-. Irregular.

Amazon.com [en línea]. <<http://www.amazon.com>> [consulta 29-9-2000].

Barnes&Noble.com [en línea] <[http://www. BarnesandNoble.com](http://www.BarnesandNoble.com)> [consulta 29-9-2000].

«Bibliografía catalana recent.» *Serra d'Or*, 2a època, any 4, núm. 7 (jul. 1962)-. Mensual

Bibliografía española. Madrid: Asociación de Librería, 1901-1922. Mensual con irregularidades.

Bol.com [en línea] <<http://www.es.bol.com>> [consulta 29-9-2000].

Books in print plus [CD-ROM]. New Providence, NJ.: Bowker, 1986-. Bimestral.

BookWire [en línea]. <<http://www.bookwire.com>> [consulta 29-9-2000].

British books in print. Londres: Whitaker. Anual con actualizaciones. Disponible en CD-ROM bajo el título *Whitaker BookBank*.

Catálogo general de librería española e hispanoamericana años 1901-1930. Madrid: Cámaras Oficiales del Libro de Madrid y Barcelona, 1932-1951. 5 vols.

CCUC [en línea]: *Catàleg Col·lectiu de les Universitats de Catalunya*. Barcelona: Consorci de Biblioteques Universitàries de Catalunya. <<http://www.cbuc.es/ccuc/>> [consulta 29-9-2000].

CD-LID [CD-ROM]. [Madrid]: LID Logística Internacional, 1994-[1997?]. Mensual.

CELESA [en línea]: Centro de Exportación de Libros Españoles. Madrid: CELESA. <<http://www.celesa.es>> [consulta 27-9-2000].

CLIJ. Barcelona: Fontalba, 1988-. Mensual. En la actualidad el editor es Torre de Papel.

De libros: revista del libro. Madrid: Delibros, 1988. Mensual.

DealTime [en línea]: *comparison shop for almost anything*. <<http://www.dealtime.com/>> [consulta 2-10-2000].

Editoriales con sitio en Internet [en línea]. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España. <<http://www.federacioneditores.org/>> [consulta 28-9-2000].

Fichero bibliográfico hispanoamericano. San Juan, Puerto Rico: Melcher, 1961- [1992?]. Mensual.

- Global books in print plus* [CD-ROM]. Nueva York: Bowker, 1994-. Mensual. Distribuido también por Withaker bajo el título *Withaker BookBank global*.
- Guía de reseñas* [en línea]. Madrid: *El País*. <<http://www.tentaciones.elpais.es/t/d/biblioteca/biblioteca.asp>> [consulta 2-10-2000].
- Guía libro* [en línea]. Verial Libros. <<http://www.verial.es/guialibro/Intro.htm>> [consulta 24-8-2000].
- Infolibro* [en línea]: *el sistema de información on line al servicio de los profesionales del libro*. <<http://www.infolibro.org/>> [consulta: 28-9-2000].
- ISBN* [CD-ROM]: *repertorio integrado de libros en venta en Iberoamérica*. Madrid: Micronet: Ministerio de Educación y Cultura; [Santafé, Colombia: CERLAC, distribuidor], 1998.
- Leer*. Madrid: Ediciones Intemporales, 1985-. Bimestral. Edita actualmente: Arrando 4 Gestión.
- Librerías con página web* [en línea]. Madrid: CEGAL. <<http://www.libreros.org/librerias/librerias.html>> [consulta 28-9-2000].
- El libro español*. Madrid: INLE, 1958-1986. Mensual.
- Libros en venta en Hispanoamérica y España*. San Juan de Puerto Rico: Melcher, 1964-[1994?]. Disponible también en CD-ROM: *Libros en venta plus*.
- Libros españoles en venta: repertorio ISBN*. Madrid: Instituto Nacional del Libro Español, 1973-. Anual. El título varía. A partir de 1976 el responsable es la Agencia Española del ISBN. Suplementos mensuales de actualización hasta 1997. Subseries anuales: *Libros españoles en venta: catalán*; *Libros españoles en venta: gallego*; *Libros españoles en venta: vasco*. Disponible en CD-ROM. Accesible también en línea: <<http://www.mcu.es/bases/spa/isbn/ISBN.html>> [consulta 29-9-2000].
- Librería: butlletí del Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya*. Barcelona: el gremi, 1976-[1990?]. Trimestral.
- Llibres.com* [en línea]. Barcelona: Proa Espais. <<http://www.llibres.com>> [consulta 1-10-2000].
- Maslibros.com* [en línea]: *la web de los libros*. <<http://www.maslibros.com>> [consulta 24-8-2000]
- Palau i Dulcet, Antoni. *Manual del librero hispanoamericano: bibliografía general española e hispanoamericana desde la invención de la imprenta hasta nuestros tiempos...* 2ª ed. Barcelona: Palau; Oxford: The Dolphin Book, 1948-1977. 28 vol.
- PubEasy.com* [en línea]: *the global publishing e-marketplace*. <<http://www.pubeasy.com/books>> [consulta: 21-8-2000].
- Publishers weekly*. Marion, Ohio: Bowker, 1873-. Semanal.
- Pubnet 2000* [en línea]. <<http://www.pubnet.org>> [consulta: 21-8-2000].
- Qué leer*. Barcelona: Comunicación y Publicaciones, 1996-. Mensual.

Top 25 [en línia]: *relació de llibres de novetat més venuts a Catalunya*. Barcelona: Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya. <<http://www.llibres.org/cos1.html%BFitxer=top25.html>> [consulta 29-9-2000].

WorldCat [en línia]. Dublin, Ohio: OCLC. Accesible en línia per subscripció en el servei OCLC FirstSearch: <<http://www.ref.uk.oclc.org>> [consulta: 2-10-2000].