

La nostalgia del papel: de cómo el libro se resiste a la digitalización



En diez años la lectura en soportes electrónicos no ha conseguido desplazar al libro físico en papel. El sector editorial es la única de las industrias culturales que resiste la llegada de la digitalización. No obstante, han surgido nuevos modelos y soportes que pueden cambiar esto, como las plataformas de lectura en *streaming* o el auge que está cobrando el audiolibro.

La ola digital ha arrasado como un tsunami las industrias culturales, trastocando completamente la forma de ofrecer los productos y servicios, y la manera de distribuirlos. Esto es muy cierto en el caso del cine, en el de la música grabada e incluso en el de la televisión, actividades que han podido contemplar cómo el medio tradicional se enfrenta a nuevos soportes y a una competencia creciente procedente, en ocasiones, de otros sectores, como el de las empresas tecnológicas. Esta tendencia, en cambio, no se cumple en el caso del libro en papel, que por ahora resiste con vigor los embates del profundo proceso de transformación que ha traído la innovación tecnológica.

Hace ya más de diez años, una encuesta, realizada a un millar de profesionales de la industria del libro de treinta países, estableció 2018 como el año en que el formato digital acabaría con el impreso. El vaticinio tuvo lugar durante la Feria de Fráncfort de 2008, que además incluyó otras profecías, como la conquista del mercado editorial mundial por China, desplazando a Estados Unidos, y la influencia de Google y Amazon en el cambio cultural que afectaría a la lectura.

La hegemonía china efectivamente se ha extendido cada vez más rápido en los últimos años. Y también es verdad que el papel del gigante Amazon ha sido decisivo para transformar el modo en que compramos libros. Es innegable el peso que ha adquirido la distribución global online, con el consecuente daño infligido al sector minorista tradicional.

Pero el formato clásico de consumo de lectura, basado en la impresión en papel, no ha conseguido ser desplazado por sus equivalentes digitales. Esto es algo que ha funcionado de forma abiertamente distinta en otras industrias, como el cine o la música, en donde los soportes físicos -DVD y CD- han sido arrinconados por los servicios de *streaming*, por el consumo en la red desde plataformas como YouTube, Netflix o Spotify.

Precisamente, hay quien achaca a la ausencia de un equivalente al servicio de *streaming* consolidado para el libro, el que la digitalización del sector sea incompleta. Existen varias plataformas que ofrecen un catálogo online de libros a cambio de una suscripción, como Nubico, 24Symbols o Kindle Unlimited de Amazon. No obstante, parece que todavía es un modelo de negocio que no ha alcanzado una masa crítica de usuarios.

El repunte del papel

De acuerdo con los datos de IDATE, citados en el informe *Estudio anual del Sector de los Contenidos Digitales en España 2018*, que publica ONTSI, los ingresos por ventas de libros en papel no han parado de crecer desde 2015 y está previsto que en 2020 superen los 50.000 millones de euros.

También el formato digital muestra una tendencia creciente en el periodo considerado, si bien no acaba de comerle terreno de forma significativa a las ventas de las ediciones impresas.

Ingresos por ventas de libros en el mundo (miles de millones de euros)



Fuente: ONTSI. *Estudio anual del Sector de los Contenidos Digitales en España 2018*

Sin embargo, la profecía que surge en la Feria de Fráncfort de 2008 acerca de los cambios en el mercado editorial mundial sí parece estar cumpliéndose. A partir de 2016, el área de Asia Pacífico se pone en cabeza, desplazando a Estados Unidos. Un año después, el mundo asiático acapara casi la mitad de las ventas de libros en el mundo, dejando a Norteamérica con apenas un 33%.

Adicionalmente, la evolución del consumo de libros electrónicos difiere en las dos regiones. Mientras que en Asia el formato digital no para de crecer año tras año, Estados Unidos registra una sucesión de caídas en las ventas. En concreto, en 2017 estas bajaron un 10% respecto del año anterior, de 180 millones de unidades a 160 millones.

En el caso de España, tanto el papel como los otros soportes han mostrado un crecimiento continuado en los últimos años. Las últimas cifras disponibles de la *Estadística de la Edición Española de Libros con ISBN* del Ministerio de Cultura exponen que en 2017 el número de libros inscritos en ISBN fue de casi 90.000, una cifra que representa un aumento interanual del 4,6%. De estos, el 68% fueron publicados en papel.

Por otro lado, una encuesta llevada a cabo en nuestro país por *We are testers* entre lectores arroja la cifra de 78% como el porcentaje de personas que prefieren el papel, frente al 22% que abraza la lectura en los soportes digitales.

El estudio de ONTSI, por su parte, destaca el bajo peso de los libros digitales dentro de la facturación global de la edición de libros en España, que apenas supera el 2,3%. Y ello a pesar de que las cifras de crecimiento anual del negocio de la publicación digital continúan creciendo a buen ritmo.

¿Por qué nos resistimos a leer en una pantalla?

Hace ya más de diez años que el libro electrónico llegó al mercado y, sin embargo, su tasa de penetración sigue siendo muy reducida. Por alguna razón, no acabamos de aceptar desprendernos del tacto del papel y de la lectura a través de un objeto físico, con sus páginas y su portada.

Diversas son las razones para esto. La encuesta a lectores realizada por *We are testers*, mencionada arriba, arroja como principales factores de rechazo a los soportes digitales la costumbre y la inercia que tenemos de leer en medios tradicionales. Casi la mitad de los encuestados que prefieren el papel afirman que así disfrutan más del libro, y más de la quinta parte de los mismos, reconoce que les resulta difícil cambiar sus usos y costumbres de lectura.

Otro trabajo de campo realizado por la Universidad de Arizona, citado por la revista *Futurity*, aporta más luz sobre este tema. Un resultado muy curioso que aflora de él es que los participantes de los *focus groups* afirman no tener la sensación de propiedad completa sobre un libro digital, por ejemplo, al no poder copiar el archivo para poder leerlo en distintos dispositivos. A diferencia del libro publicado en papel, el electrónico no se puede prestar, regalar o revender, factores que limitan su valor, a juicio de los encuestados.

Otro aspecto interesante que plantea es la relación sentimental que establecemos con el libro físico, que a

menudo nos ayuda a expresar nuestra identidad. Los libros presentes en las estanterías de las casas dicen mucho sobre la personalidad y las inclinaciones del morador.

El formato papel nos llega a más sentidos que la vista. El olor de la tinta de un libro nuevo o el tacto de las páginas, establecen una experiencia sensorial que va más allá del mero texto, y esto es algo que el soporte digital no aporta.

Muchos de los participantes en el estudio afirmaron que al adquirir un *ebook* tienen la sensación de estar alquilándolo más que comprándolo. No genera sensación de propiedad.

Posiblemente, las cifras de ventas de lectores para libros electrónicos hayan crecido más llevadas por el impulso caprichoso de tener el último grito en tecnología, que por una necesidad real de los usuarios. Una de las principales críticas del sector editorial a este soporte es que no aporta prácticamente nada nuevo a la experiencia lectora; sus ventajas se reducen a que los títulos digitales son más baratos que los físicos y que se pueden almacenar muchos libros dentro del espacio reducido del dispositivo. Pero poco más.

Servicios de *streaming* de libros

Uno de los caminos que tiene el sector editorial para adaptarse al mundo digital es seguir los pasos de la música y el audiovisual, y crear plataformas de *streaming* de libros. De esta forma, igual que ocurre en Spotify y Netflix, el usuario paga una tarifa plana y tiene acceso a un voluminoso catálogo de títulos, que puede leer, pero no poseer.

Ya existen experiencias de bibliotecas digitales en este sentido, como Nubico, 24Symbols, Kindle Unlimited, o la que ha creado la *startup* española Odilo. Y, sin embargo, como apunta Camino (2017), el mundo del libro presenta rasgos específicos que obstaculizan, de alguna forma, la posibilidad de ofrecer las obras como un servicio *streaming*.

Por una parte, resultaría muy difícil establecer un servicio gratuito sostenido con publicidad, como tiene Spotify. Aunque el consumidor de música acepta las interrupciones publicitarias como algo inevitable para poder disfrutar la gratuidad, sería impensable para muchos lectores el aceptar ser interpelados por anuncios durante la lectura.

El otro factor es que la industria editorial resiste y no ha vendido todavía sus catálogos en masa a las plataformas de *streaming*, a diferencia de las empresas de audiovisual, que han claudicado hace tiempo.

Kindle Direct y la autoedición de libros

A pesar de las modestas perspectivas de éxito que auguran los expertos para el libro digital, Amazon parece haber abierto una veta interesante de negocio en Estados Unidos, que puede mejorar las expectativas del sector. Se trata de la herramienta de autoedición Kindle Direct Publishing (KDP), que permite a cualquier persona publicar su libro -online o en papel-, y ofrecerlo al mundo entero por medio de la plataforma.

A través de KDP, los lectores pueden acceder a una oferta de miles de títulos autoeditados por muy bajo precio. Aunque aquí los autores fijan un precio bastante más bajo que el de un *ebook* normal, pueden llegar a recibir de Amazon hasta el 70% en concepto de regalías, lo que llega a doblar e incluso triplicar lo que paga una editorial.

Es un fenómeno que ha ido ganando peso en Estados Unidos durante los últimos ocho años -KDP fue lanzada en 2011-, especialmente en los géneros de novela romántica, ciencia ficción y fantasía. Numerosos autores autopublicados han saltado a la fama gracias a esta plataforma, como es el caso de Hugh Howey, autor

de la serie de libros *Wool*, o Andy Weir, cuya obra *The Martian*, que fue llevada con éxito al cine, se dio a conocer en Kindle Direct por 99 centavos.

Muchos otros escritores que suben sus libros a esta plataforma no han alcanzado las cotas de popularidad de los anteriores, pero afirman que gracias a las ventas reciben un buen dinero, en ocasiones equivalente a un sueldo medio en EE.UU.

El volumen de negocio de los libros autopublicados a menudo se queda fuera de las cifras oficiales de ventas. Bookstat estima que en 2017 en Estados Unidos hubo medio millón de este tipo de autores que al menos vendió una unidad de su obra. En total, 240 millones de libros autopublicados vendidos. Hablando de dinero, los ingresos por libros autoeditados ascendieron a 875 millones de dólares en ese año, de los cuales 700 millones correspondieron a ventas de libros en soporte digital. ¿Será el mercado de la autoedición la solución para el despegue del libro electrónico?

Epílogo: el retorno del audiolibro

El audiolibro es un formato clásico de lectura que está conociendo una segunda juventud. En Estados Unidos este medio crece a un ritmo de un 20% anual y genera en ingresos cerca de 3.000 millones de dólares al año. Desde hace tiempo están surgiendo plataformas especializadas, como Audible de Amazon, Google Play, Storytel o Kobo. El auge que conoce actualmente el podcast favorece igualmente el éxito de los formatos basados en el audio.

En este caso, el audiolibro puede complementar la lectura tradicional y aportar una nueva dimensión sensorial. La importancia que ha adquirido la voz como interfaz para nuestra comunicación con los dispositivos ofrece un abanico de posibilidades de combinar este formato con los asistentes personales, como Alexa, Movistar Home o Siri.

Photo by [Perfecto Capucine](#) from [Pexels](#)

Altares, G. (2008) “El libro digital ganará al papel en 10 años” en *El País*. Disponible en: https://elpais.com/diario/2008/10/15/cultura/1224021601_850215.html

Blue-U, A. (2018) “Millennials may prefer reading paper books over e-books” en Futurity. Disponible en: <https://www.futurity.org/books-e-books-reading-1767092-2/>

Camino, A. (2017) “¿Por qué no ha habido un sorpasso del libro electrónico al libro de papel?” en *Xataka*. Disponible en: <https://www.xataka.com/literatura-comics-y-juegos/por-que-no-ha-habido-un-sorpasso-del-libro-electronico-al-libro-de-papel>

Geli, C. (2018) “Y el libro en papel no murió en 2018” en *El País*. Disponible en: https://elpais.com/cultura/2018/10/13/actualidad/1539456174_676814.html

León, N. (2018) “Libro de papel versus libro electrónico: estudio sobre hábitos de lectura de los españoles” en *We are testers*. Disponible en: <https://www.wearetesters.com/wat-open-data/libro-de-papel-versus-libro-electronico-estudio-sobre-habitos-de-lectura-de-los-espanoles>

Martínez, J. (2019) “Amazon sacude el negocio del audiolibro: prepara la irrupción de Audible en España” en

La información. Disponible en:
<https://www.lainformacion.com/empresas/amazon-sacude-el-negocio-del-audiolibro-prepara-la-irrupcion-de-audible-en-espana/6492405>

Ministerio de Cultura y Deporte (2018) "Estadística de la Edición Española de Libros con ISBN. Resultados". Disponible en:
<http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/libro/resultados-libro.html>

ONTSI (2018) "Estudio anual del Sector de los Contenidos Digitales en España 2018". Disponible en:
<https://www.ontsi.red.es/ontsi/es/content/informe-anual-del-sector-de-los-contenidos-digitales-en-espa%C3%B1a-edici%C3%B3n-2018>

Rowe, A. (2018) "Traditional Publishing Ebook Sales Dropped 10% In 2017" en *Forbes*. Disponible en:
<https://www.forbes.com/sites/adamrowe1/2018/04/29/traditional-publishing-ebook-sales-dropped-10-in-2017/#4f29dd7e7943>

Samuels, A. (2018) "The Authors Who Love Amazon" en *The Atlantic*. Disponible en:
<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2018/07/amazon-kindle-unlimited-self-publishing/565664/>

Thu-Huong, H. (2018) "Are ebooks dying or thriving? The answer is yes" en *Quartz*. Disponible en:
<https://qz.com/1240924/are-ebooks-dying-or-thriving-the-answer-is-yes/>

Vrethager, R. (2017) "The future of the book industry. Digital or physical? Case study: Amazon". Helsinki Metropolia University of Applied Sciences. Disponible en:
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/136159/Vrethager_Robin.pdf?sequence=1