

A diferencia de otros sectores culturales, como la música o el cine, el del libro se resiste a la digitalización. A pesar de las ventajas que trae consigo el *ebook*, la edición en papel resiste y sigue siendo el formato preferido de la mayoría de los lectores.

Con el cambio de siglo la revolución digital impactó como un torpedo en la línea de flotación de las industrias culturales heredadas del anterior. Los modelos de antaño dejaron de funcionar de repente y ya nada volvería a ser igual. En las escasas dos décadas que llevamos de la nueva centuria hemos visto como se transformaban ante nuestros ojos sectores como el cine, la música grabada, la televisión o la prensa escrita, que, huérfanos de la lógica económica que los sostenía en el pasado, han tenido que iniciar una travesía del desierto en pos de nuevos esquemas operativos y financieros acordes con los usos y costumbres de los tiempos que corren.

Hablamos de disrupción para describir un proceso de cambio en el que las formas tradicionales de producción

y comercialización han quedado obsoletas, y urge redefinir las funciones de los actores implicados en la cadena de valor del sector. Este replanteamiento puede llevar a prescindir de intermediarios, cuyo papel acaba por resultar redundante e innecesario en el nuevo escenario. Igualmente, se hace necesario volver a identificar fuentes de ingresos que garanticen la viabilidad de la actividad a medio y largo plazo, al haber perdido vigencia los que la sostenían en el pasado.

El paradigma de la innovación disruptiva dentro de la actividad cultural es el negocio de la música grabada, al que los formatos digitales pusieron boca abajo al caer en picado las ventas en soportes físicos, antaño motor de la rentabilidad del sector. Finalmente, tras haber sufrido la piratería de forma extensiva, con el consecuente hundimiento económico, parece haber encontrado una tímida salida a la crisis a través de las plataformas de música en *streaming*.

En el caso de la cinematografía, más que de disrupción del modelo de negocio, a lo mejor habría que hablar de un cambio en la forma de la actividad, la evolución hacia un ecosistema digital en el que el cine se funde con la televisión en las plataformas digitales. El paso al formato digital marca el final simbólico de la cinematografía, un medio que nació y murió en el siglo XX. Por una parte, se trata, junto con la fotografía, del único arte cuya esencia está asociada a una tecnología específica: la generación en el cerebro de una ilusión de movimiento creada a través de una sucesión de imágenes fijas. El cine actual ya reposa sobre otras tecnologías digitales. Además, durante todo el siglo pasado, estuvo asociado a su *templo* -las salas de cine-, y a su *ritual* -la proyección a oscuras sobre la pantalla grande-, elementos innecesarios en esta sociedad de las pantallas y los dispositivos, que nos permiten disfrutar de contenidos audiovisuales en cualquier lugar y en cualquier momento.

Podríamos seguir enumerando formatos de la comunicación y la cultura que han resultado trastocados, y que buscan su adecuación a los gustos y necesidades de una sociedad digital en red, y, sin embargo, al llegar al libro nos topamos con una notable excepción a esta gran tendencia. *El libro se resiste a la digitalización.*

El libro electrónico –el *ebook*- es prácticamente el único soporte digital que no ha conseguido imponerse a su equivalente analógico

El libro electrónico –el *ebook*– es prácticamente el único soporte digital que no ha conseguido imponerse a su equivalente analógico, y subvertir el modelo de negocio clásico de las editoriales, como en su día ocurrió en la música, el vídeo o la prensa escrita. ¿Qué factores pueden ayudar a explicar esta supervivencia del papel, aparte de los asociados a la nostalgia y a los estrictamente sentimentales?

Las ventajas de la lectura en formato digital

El *boom* que conoció el libro electrónico a finales de la década pasada auguraba su pronta sustitución de las ediciones en papel. Y es que, aparentemente, no presentaba más que ventajas sobre la versión tradicional, que cimentaban su utilidad real por encima del ruido generado por la novedad que suponía y por constituir el emblema de la moda *techie* del momento.

En primer lugar, son más fáciles de manejar, pues con una sola mano podemos sostenerlo y a la vez pasar las páginas cómodamente. Además, presentan un tamaño uniforme y reducido –el del propio aparato lector-, a diferencia de los volúmenes físicos, cuyo número de páginas y tipo de encuadernación pueden dificultar o hacer engorrosa su manipulación.

El *ebook* son miles de libros en uno solo, dado que a través del dispositivo puedes acceder a todos los títulos que desees. A pesar de que un lector de libros electrónicos en principio acarrea un coste elevado, a la larga resulta rentable, dado que el precio unitario de los títulos digitales es, por norma general, sensiblemente inferior al de la edición en papel.

También destaca la lectura en medios electrónicos en el campo de la accesibilidad. Los lectores de *ebooks* permiten adaptar el tamaño y el tipo de letra, así como otra serie de factores –como el color y el brillo de la página- que pueden mejorar la experiencia, especialmente para aquellas personas que sufren limitaciones visuales.

El *ebook* son miles de libros en uno solo, dado que a través del dispositivo puedes acceder a todos los títulos que desees

La disponibilidad inmediata de títulos a través de la red es una ventaja adicional. Adquirir en formato electrónico evita tener que desplazarse a tiendas físicas o tener que esperar para la recepción de la entrega. Finalmente, la edición digital permite incluir en el libro muchos recursos de otra forma impensables, como, por ejemplo, acceder a diccionarios o a vídeos con contenidos que apoyen la lectura.

La explosión que no llega

A pesar de las indudables prestaciones del libro en formato electrónico, la disrupción no parece estar teniendo lugar, como ha ocurrido en los otros sectores culturales. Los datos de penetración de los soportes digitales, si bien muestran una tendencia creciente a largo plazo, no acaban de alcanzar unas cifras significativas que indiquen que el libro en papel esté sucumbiendo ante el empuje de la revolución tecnológica.

Si atendemos a la situación que presentan los Estados Unidos, un mercado especialmente dinámico en lo que a innovación tecnológica se refiere, los datos de la Association of American Publishers –la organización que agrupa a las editoriales del país- reflejan que los ingresos generados en 2018 por los *ebooks* no llegan ni al 10% del total, que se sitúa en casi 26 000 millones de dólares. El grueso de dicha cifra le sigue correspondiendo a la edición impresa.

De hecho, la asociación de editores registra en octubre de 2019 una caída de casi el 9% en los ingresos asociados al libro electrónico respecto del mismo mes del año precedente.

Del mismo modo, una encuesta llevada a cabo por Pew Research Center arroja el dato de que mientras que el 65% de los estadounidenses consultados afirmó haber leído por lo menos un libro en papel en 2019, solamente la cuarta parte de la muestra los había consumido en soportes electrónicos. La misma fuente

establece que el 37% de la población solamente lee ediciones físicas, frente al 7% que exclusivamente lo hace en digital.

En España, las tendencias son parecidas: de acuerdo con Libranda[1], el libro digital supone en valor un 4,7 % del mercado del libro en España, que ascendía a 991 millones de euros en 2018 (excluyendo el libro de texto y académico). Teniendo en cuenta que han pasado ya trece años desde que Amazon lanzó su lector Kindle –un hito a considerar dentro de la evolución de este medio-, no parece que el *ebook* se esté comiendo el mercado.

Teniendo en cuenta que han pasado ya trece años desde que Amazon lanzó su lector Kindle –un hito a considerar dentro de la evolución de este medio-, no parece que el *ebook* se esté comiendo el mercado

Según las estadísticas que aporta el Ministerio de Cultura, los libros electrónicos han ido creciendo desde los 22 279 de 2015 hasta los 28 433 de 2017, para, posteriormente, caer al año siguiente hasta la cifra anual de 20 287. Si nos fijamos en el número de ISBN concedidos a este formato, tras un crecimiento importante entre 2008 y 2012, que triplica la cifra de partida en torno a 8 000, el número se estabiliza en el rango entre 22 000 y 25 000 anuales, hasta 2016, para registrar una subida el año siguiente superando los 28 000. En suma, tras el efecto novedad, que justifica el éxito del libro electrónico a finales de la pasada década, llegan unos años de allanamiento de su tasa de penetración en la sociedad.

La lectura bajo demanda

La pregunta que surge es por qué el modelo de servicio bajo demanda, que ha supuesto la transformación de sectores como la música grabada y el vídeo (y, posiblemente, en breve el videojuego), no ha llegado a cuajar en el caso del libro. Aunque los editores intentaron seguir el ejemplo de iTunes de Apple, con la *app* iBook, incluida en el dispositivo iPad cuando fue lanzado en 2010, el efecto no fue el deseado. Mientras que iTunes contribuyó a reducir la piratería y a generar una nueva forma de consumir música, iBook no lo logró con el libro.

Con el lanzamiento del lector Kindle, Amazon consiguió establecer una posición dominante en el mercado del libro electrónico en 2007, una hegemonía a la que intentó hacer frente Apple aliándose con cinco de las principales editoriales norteamericanas. En concreto, la coalición trabajó por elevar los precios medios de los *ebooks*, que Amazon había mantenido artificialmente bajos para promover el uso de su dispositivo de lectura. Esta acción le valió a la empresa de la manzana y a sus socios una demanda del Departamento de Justicia de Estados Unidos por conducta oligopolística en 2012. A pesar de la acción legal, el coste para el lector en este formato subió, y, aunque siguen siendo más baratos por lo general que la versión en papel, han perdido gran parte de su ventaja competitiva inicial.

Aparte de la compra de *ebooks,* existen ya propuestas que ofrecen la lectura como servicio, es decir, la suscripción para el acceso a una biblioteca de títulos

Aparte de la compra de *ebooks*, existen ya propuestas que ofrecen la lectura como servicio, es decir, la suscripción para el acceso a una biblioteca de títulos, algo parecido al esquema que sigue Netflix en el campo audiovisual. Por ejemplo, la empresa Odilo ofrece servicios de biblioteca virtual con un catálogo integrado por más de dos millones de títulos.

Sin embargo, y a pesar de iniciativas interesantes, resulta relevante investigar por qué los modelos aplicados en otras industrias culturales hacen aguas con el libro.

Un objeto fetiche en propiedad

Aparte de consideraciones sentimentales sobre la tradición de la lectura en papel, una limitación de la adopción de los formatos electrónicos puede estar relacionada con que el libro –más que ningún otro vehículo cultural- tiene un carácter de objeto fetiche que influye en el deseo de poseerlo.

A las personas que son lectoras les gusta tener libros, coleccionarlos, verlos ordenados en las estanterías del hogar; un sentido de posesión que refleja muy bien el siguiente dicho popular: “hay dos clases de tontos, los que prestan los libros y los que los devuelven”. El libro es un objeto que, una vez leído, se conserva con cariño.

Por el contrario, hay estudios que han detectado que en el caso del *ebook* el lector no se siente en posesión total del producto –a diferencia de la versión en papel-, lo que limita la adopción de este formato. En general, los libros electrónicos no pueden ser leídos en distintos dispositivos, y está restringido algo tan arraigado en la cultura lectora como es el prestar libros, pues el DRM en los libros digitales en principio lo impide. Los libros físicos y digitales son productos completamente distintos, aunque el contenido sea el mismo, de forma que los segundos son más bien un servicio, que no comparten con sus contrapartes en papel todos aquellos elementos que los hacen atractivos.

Los libros físicos y digitales son productos completamente distintos, aunque el contenido sea el mismo

Este apego por los títulos que sentimos los lectores acentúa la desconfianza hacia el distribuidor de las plataformas de *ebook*s, que en cualquier momento puede interrumpir el servicio y dejarnos sin nuestra

colección de lecturas favoritas. El caso de Microsoft, que cerró súbitamente su plataforma el pasado año al no cumplir los objetivos de ventas, es un paradigma de esto: los libros electrónicos que fueron adquiridos por los usuarios ya no están disponibles para leer.

Toda esa tecnología infrautilizada

Hemos subrayado arriba que uno de los problemas que enfrenta el crecimiento del libro electrónico es que es un producto distinto del físico, pero esta es precisamente una ventaja que los editores podían explotar en su beneficio y que no explotan: las posibilidades que ofrecen las tecnologías digitales para convertir la lectura en una experiencia distinta.

Arnaud Nourry, consejero delegado de Hachette Livre, ha llegado a calificar al libro electrónico como un producto estúpido, que reproduce exactamente el contenido de la edición física sin incorporar creatividad, y sin crear una verdadera experiencia digital para el lector[2]. El ejecutivo culpa a la industria editorial en su conjunto de no haber sabido encontrar la fórmula para convertir al *ebook* algo atractivo, distinto y especial.

Por una parte, se trata de aprovechar las oportunidades que ofrece la tecnología para enriquecer la experiencia de la lectura, es decir, para desarrollar una "lectura aumentada". Cosas como incorporar la programación en los libros electrónicos, de forma que se conviertan en *apps* para que puedan ser realmente interactivos, aprovechando desarrollos basados en la geolocalización, la imagen 3D o la realidad extendida, y personalizando el contenido en función del lector. Actualmente, incluso se está experimentando con sensores de estado de ánimo para poder ofrecer el contenido más adecuado en cada momento en función de cómo se siente el lector.

Por otro lado, la tecnología abre un nuevo universo en el campo de la comunicación transmedia. El *ebook* enriquecido puede ser el vehículo para desarrollar una lectura inmersiva, en la que el relato florezca y se ramifique a través de distintos formatos, construyendo una experiencia multimedia rica y variada para el lector.