El futuro del libro en la era digital

POR **JAVIER CELAYA**

El sector cultural atraviesa una fase de cambios profundos derivada del desarrollo de Internet y las nuevas tecnologías. El presente Dossier se dedica a la reflexión acerca de cuáles son esos cambios, trazando ideas y propuestas que favorecen la acomodación del sector editorial a esta nueva realidad.

La rápida implantación internacional y en España de todo tipo de dispositivos inteligentes, como tabletas, móviles táctiles, *phablets*, etc., está transformando los hábitos de acceso a la cultura, la información y el ocio de muchas personas. En este contexto de cambio acelerado, muchos profesionales del mundo del libro nos estamos preguntando cómo será el mundo del libro en el siglo XXI. ¿Tiene sentido tener librerías y bibliotecas físicas en la era digital? ¿Seguirá siendo el texto el principal lenguaje para contar una historia? ¿Qué otros formatos (audio, vídeo, imágenes, etc.) se utilizarán con ese fin? Ante el creciente auge de la autoedición, ¿qué valor añadido tiene una editorial en este nuevo mundo?

En este contexto de transformación, la revista TELOS quiere incentivar la investigación y el análisis sobre las múltiples oportunidades que ofrece Internet y los soportes digitales al mundo del libro, y así animar a editoriales, librerías, bibliotecas, etc., a entender y enfrentar mejor la era digital que nos ha tocado vivir.

Una nueva era

En los últimos años hemos visto cómo Internet ha transformado el modelo de negocio y la organización de las empresas de muchos sectores; el sector editorial no va a ser una excepción a este proceso de transformación estructural. El descenso de las ventas de libros en papel en España, cerca de un 40 por ciento en los últimos cuatro años, no se debe solo a la crisis. Estamos inmersos en un momento de grandes cambios de hábitos culturales que afectan radicalmente al comportamiento de los lectores. No estamos atravesando un mero cambio de ciclo económico, que normalmente se corrige en un periodo de 5 a 7 años; nos adentramos en

Fundación Telefónica
Telefónica

un cambio de era que generará una mutación radical del sector cultural.

Para intentar entender mejor la era digital que nos ha tocado vivir, hemos solicitado a cuatro expertos que reflexionarán sobre diferentes temas.

Edward Nawotka, editor jefe durante diez años de la revista *Publishing Perspectives*, el medio digital más importante sobre tendencias en el sector editorial en todo el mundo, ha escrito un artículo que aporta una excelente panorámica de la evolución digital en los principales mercados del mundo. En él nos indica que los profesionales del mundo del libro tenemos que asumir que los hábitos de creación, acceso y consumo cultural están experimentando una transformación histórica. En los próximos años viviremos sin duda nuevos tiempos llenos de oportunidades y retos, con un acceso nunca antes visto a cantidades inmensas de información y conocimiento generados por los propios usuarios, lo que conllevará necesariamente una reorganización del sector editorial. En definitiva, la lectura de un libro competirá contra una inmensidad de contenidos gratuitos (en abierto y libres de derechos) y millones de opciones de entretenimiento en Internet.

Por otro lado, Juergen Boss, director de la Feria del Libro de Fráncfort, la feria del libro más importante del mundo, reflexiona sobre el papel de estos encuentros presenciales en la era digital, de los que nadie duda que tienen todo el sentido. Aunque tengamos la posibilidad de hacer todo tipo de negocios a través de Internet, seguimos -afortunadamente- siendo humanos y por tanto los profesionales del mundo del libro sentimos la necesidad de reunirnos y relacionarnos con otras personas del sector, aunque ello conlleve dar la vuelta al mundo varias veces al año. El artículo indica que las ferias del libro profesionales deberán llevar a cabo un proceso de renovación de su modelo de negocio, enfoque y estructura con el fin de adaptarse a los nuevos tiempos digitales.

Margarita Guerrero, directora de la plataforma de distribución de libros electrónicos Bookwire para España y Latinoamérica, aporta una interesante mirada sobre la evolución del libro electrónico en Latinoamérica. Aunque el desarrollo de la edición y la introducción de la cultura digital en estos países siguen ritmos muy desiguales, la tecnología y el libro digital ofrecen un amplio abanico de oportunidades de negocio a la industria del libro en toda Iberoamérica. El aumento en el número de libros electrónicos que se publican en estos países, la creciente importancia de la lectura digital y el progresivo papel de Internet como canal de distribución y comercialización del libro hacen pensar que el desarrollo del mercado digital será una realidad en la mayoría de los países iberoamericanos.

Por último, Joaquín Rodríguez, autor del *blog Los Futuros de Libro*, reflexiona sobre la necesaria transformación que debe acometer la industria del libro para crear nuevas formas de contar historias más allá de los textos. El artículo invita a las editoriales a desarrollar estrategias que abran sus negocios a nuevos campos y contenidos, con la mirada en otras industrias culturales (videojuegos, cine, música, medios de comunicación, etc.). El reto para el sector es crear nuevas historias en formatos digitales que atraigan el interés de los lectores en la era digital. La oportunidad que plantea el libro digital abre una vía de esperanza a la industria, si sabe aprovecharla.

Fundación Telefónica
Telefónica

Otros enfoques

Paralelamente, el lector de este Dossier especial de la revista TELOS encontrará otros cuatro artículos, con un enfoque más académico pero igualmente interesantes.

Los lectores del artículo ‘La función del editor en la era digital: desafíos y oportunidades’, de Ernesto Baltar (UNIR) descubrirán que frente a los eslóganes grandilocuentes e inoperantes de apocalípticos y de integrados, el editor debe adoptar una actitud prudente, creativa y valiente que sepa aprovechar las infinitas posibilidades que las nuevas tecnologías aportan al sector del libro, liderando sin miedo los cambios que se necesitan y buscando un modelo de negocio rentable para el nuevo entorno digital.

El artículo ‘Libro electrónico e interoperbilidad’, de José Luis González San Juan (ENUSA), analiza el problema de la interoperabilidad del libro electrónico desde un punto de vista jurídico y centrándose especialmente en el papel de las medidas tecnológicas, su regulación, protección y límites, dentro del ordenamiento jurídico español.

El texto ‘¿Cuál es el futuro del libro digital en América Latina?’ nos adentra en la actitud de los profesionales del mundo del libro ante el reto digital. Tal y como señala su autor, Daniel Benchinol (Proyecto451), lo cierto es que no debemos esperar que nada mágico ocurra. Anima a los editores y libreros a no quedarse de brazos cruzados esperando a que una plataforma como Amazon u otra similar llegue a la región tomando una posición dominante, al no encontrar una actitud proactiva digital por parte de la industria en la región. América Latina tiene una muy rica historia editorial y puede y debe seguir su propio camino digital también.

Por último, los lectores encontrarán un artículo sobre cómo la sostenibilidad de la creación literaria depende de las distintas formas de relacionarnos con las nuevas tecnologías y el mercado editorial y no del soporte que la contiene. Su autora, Brenda Navarro (Universidad Panamericana) ilustra bien hasta qué punto el mantener una discusión de competencia entre editoriales impresas y digitales oculta lo realmente importante: ¿quiénes son los lectores, cómo y para qué nos leen?

Conclusiones

Si queremos que el mundo del libro tenga un papel relevante en la sociedad digital, debemos ofrecer una mejor experiencia de descubrimiento, compra y lectura en Internet y ofrecer precios más competitivos en línea frente a las otras ofertas de ocio, así como ofrecer la posibilidad de compartir la experiencia de lectura -que no es lo mismo que compartir el producto en sí mismo- con otras personas con las mismas afinidades culturales.

En definitiva, existe una realidad cada día más aplastante: el libro en papel irá perdiendo fuelle de manera gradual, lo que abre enormes posibilidades de negocio para aquellas editoriales que lideren la creación de nuevos contenidos y servicios digitales. Aquellas que sean capaces de implementar nuevos modelos de negocio, algoritmos de recomendación basados en *Big Data*, así como estrategias de distribución globales con precios y servicios competitivos, tendrán una ventaja competitiva sólida y sostenible en el tiempo.

Fundación Telefónica
Telefónica

Fundación Telefónica