

El futuro de la edición

Michael Bhaskar

Escritor, editor digital, investigador y cofundador de Canelo

Angus Phillips

Director del Oxford International Centre for Publishing de la Universidad de Oxford Brookes

Hasta cierto punto, gran parte de lo que hacemos se basa en la predicción, en tratar de adivinar el futuro. Desde los gobiernos que intentan planificar ingresos y gastos fiscales, pasando por las empresas que tratan de pronosticar la última tendencia de consumo o una tecnología punta para los hogares, e incluso las familias ávidas por saber qué sucederá con sus vidas la próxima semana, lo cierto es que se invierten ingentes recursos para lidiar con el problema del futuro. Sin embargo, nuestros poderes adivinatorios dejan mucho que desear, y normalmente cuanto más expertos somos, peores resultan nuestros pronósticos en la práctica. Una y otra vez hacemos vaticinios erróneos sobre el futuro, y aquí el conocimiento no es antídoto de nada. En muchísimas ocasiones no logramos que los pronosticadores rindan cuentas, ni examinamos con rigor aquello que se predijo. Si lo hiciéramos, nos encontraríamos con que los analistas de bolsa, muy bien remunerados por cierto, suelen ser mucho peores a la hora de pronosticar el precio de una cartera de valores que las meras suposiciones. En otras palabras, sería mejor seleccionar acciones al azar que seguir los dictados de los líderes de la industria.

El sector editorial y los libros están sometidos también a estos pronósticos erróneos. A un nivel básico, en la edición comercial casi ningún editor es capaz de detectar una tendencia rupturista hasta que esta se destapa, o al menos hasta que ha alcanzado una especie de masa crítica social oculta y estalla de improviso en toda la industria. Nadie predijo el éxito de Stieg Larsson ni el de E. L. James hasta que ocurrió; en solo unos meses pasamos de no tener ningún libro sobre el concepto danés de *hygge*, a tener muchísimos.

A un nivel macro, el resultado es igual de pobre. Veamos algunos ejemplos. Se han hecho muchas predicciones sobre el mercado del libro electrónico, y la mayoría se han equivocado. Por ejemplo, en 2013 la consultora PwC, una fuente respetable, publicó un informe argumentando que para 2017 el mercado del libro electrónico sería más importante que el del libro impreso. Sin embargo, esto no ocurrió. Curiosamente, dicho informe se hacía eco de una profecía de PwC de finales de la década de 1990 que preveía algo similar para mediados de la de 2000: que el libro electrónico crecería de forma exponencial y valdría miles de millones. Una vez más, el pronóstico no se cumplió. Ya es bastante difícil pronosticar qué sucederá con la tecnología, y si a esto se le une la intrincada matriz cultural y económica que es la industria del libro, la cosa se vuelve más complicada.

La gente sigue insistiendo en que el mercado del libro infantil (y al margen de él, las ganas de los niños por leer) está en graves problemas por la amenaza del paisaje digital de los medios sociales. Las encuestas sugieren un descenso en los niveles de lectura infantil. Los estudios indican que hay menos niños que leen en su tiempo libre. Y sin embargo, en los últimos siete años el libro infantil ha sido el área de mayor crecimiento de la edición comercial, alcanzando cifras récord de ventas año tras año. De alguna manera aquí hay una desconexión clara: las predicciones no funcionan. Al momento de escribir este texto, la publicación de libros infantiles se encuentra en un estado mucho más saludable de lo que muchos expertos habían pronosticado.

Muchos de estos pronósticos forman parte de un género conocido: la muerte de la edición y/o del libro. Algunos siguen creyendo en «la inevitable muerte de la edición tradicional de libros». Sin embargo, como ha demostrado Price, académica de Harvard, dichas afirmaciones tienen una muy célebre historia. A principios de la década de 1990, *The New York Times Book Review* publicó un artículo donde se pronosticaba el «Fin de los libros». Incluso entonces, el vídeo y los ordenadores estaban destinados a poner el punto final a la era del libro. El artículo afirmaba que, como el Dios de Nietzsche, los libros estaban muertos y los habíamos matado nosotros. Sin embargo, Price ha encontrado declaraciones similares de la década de 1830, donde se afirma que el libro está siendo «asesinado», en este caso por el periódico. Su dictamen es que «cada generación reescribe el epitafio del libro y lo único que cambia es el nombre del homicida». En una parábola que va desde H. G. Wells, que escribió sobre un futuro sin libros, hasta Stanislaw Lem y sus «protolectores electrónicos», los escritores de ciencia ficción y los futurólogos siempre han aventurado que los libros desaparecerían. En realidad, esto forma parte de una tradición más amplia que considera la lectura,

la escritura y el libro como algo reprobable: una tradición que se extiende desde Sócrates hasta Jonathan Franzen. Pero a pesar de que parece que los libros y la edición están condenados, lo cierto es que ambos están todavía muy presentes.

El mundo es innatamente complejo y su complejidad hace que las predicciones exactas sean excepcionales, difíciles y en algunos casos virtualmente imposibles. En 1997 no había mucha gente en la industria editorial capaz de profetizar que veinte años más tarde la incipiente librería Amazon sería responsable de un asombroso 45% de las ventas de libros en Estados Unidos. Incluso una década más tarde, esto se nos habría antojado una hipótesis extraordinaria. Al igual que la idea de que a Amazon le iba a interesar menos vender libros, que convertirse en una máquina para generar patentes en áreas como el aprendizaje automático, la robótica y la tecnología de los drones. Y aún menos habríamos llegado a creer que la capitalización del mercado de Amazon empujaría a la de toda la industria editorial; y que según Morgan Stanley incluso la creación de subunidades en la empresa, como la de alojamiento en la nube o la de publicidad, daría a esas divisiones una capitalización de mercado mayor que la de las tres grandes editoriales del mundo juntas (Pearson, RELX y Thomson Reuters). Si los líderes de la industria editorial hubieran profetizado esto, habrían comprado acciones de Amazon, o deberían haberlo hecho.

Los vaticinios se equivocan o dan en el blanco de igual manera. Las predicciones caducan y pueden llevarte por el camino equivocado. Como afirmó William Goldman sobre Hollywood: «Nadie sabe nada». Lo mismo ocurre con el mundo de la edición, tanto en el día a día en el que las editoriales deben asumir constantemente riesgos desconocidos, como en un sentido más amplio, en lo que respecta al enfoque general de la industria. ¿Cómo pensar entonces en el futuro?

[...]

Aunque no podamos predecir el futuro de la industria del libro, sí podemos pensar en ello. Podemos hacernos varias preguntas del tipo «qué pasaría si», y averiguar luego sus consecuencias. Podemos crear narraciones en miniatura basadas en premisas extrapoladas del presente y ver qué pasa. En primer lugar, podemos hacerlo con un espíritu de pensamiento deudor de un rico linaje intelectual y, en segundo lugar, en lo relativo a la nueva prevalencia de los experimentos mentales para la extrapolación de futuros inciertos. En el terreno de la edición, los experimentos mentales pueden poner de relieve el porvenir y el presente: identificar las características más relevantes de la edi-

ción y llevarlas al extremo nos obliga a reconsiderar las trayectorias actuales. A su vez, esto puede ayudarnos a mejorar nuestra comprensión de la edición y a formular estrategias para navegar por el futuro. No afirmamos que estos experimentos mentales vayan a ocurrir de ninguna de las maneras. Es muy probable que no sucedan. Pero en sus diversas articulaciones y modalidades deben ilustrarnos sobre lo que es importante, lo que está en juego y lo que queda dentro de los límites de lo posible para el futuro de la edición.

LOS AUTORES FAMOSOS SE AUTOPUBLICAN

Hasta la fecha, solo una autora de renombre ha optado por la autopublicación con notable éxito: J. K. Rowling, la excepción que confirma la regla de que, en general, los grandes autores se aferran a sus editoriales. Es probable que Rowling no tenga rival en su fama global y en su capacidad para construir una plataforma, Pottermore, donde vender directamente y crear nuevos mundos. Sin embargo, sorprende que así como ella misma vende sus libros electrónicos, siga también aferrada a sus editoriales (Bloomsbury y Little, Brown) para la publicación de sus obras en papel.

No obstante, no cuesta nada imaginar un futuro donde todos los autores superventas a nivel global prescindan de mediadores. Hay varias razones por las que debería suceder. Primera, hoy se considera que las editoriales simplemente prestan un conjunto de servicios a los autores. En la cadena de creación del libro, las editoriales asumen algunas funciones, como la edición, pero delegan otras en empresas independientes, como imprentas o librerías. Algunas editoriales más integradas verticalmente, como la sueca Bonnier o la italiana Feltrinelli, incorporan la venta de libros a su negocio (en forma de librerías), pero esta no suele formar parte del núcleo de una editorial. Algunas veces, la propia editorial gestiona los derechos de traducción y otras licencias; en otras, es el autor o su agente el que se encarga de hacerlo. Estas agregaciones de servicios han alcanzado un equilibrio, es decir, se ha visto que es altamente eficiente dirigir la industria del libro de esta manera, por lo que esta particular agregación de servicios es la forma habitual que adoptan las editoriales. Hoy tal vez esté ganando fuerza el proceso de desagregación o disgregación de funciones. En los últimos años hemos visto cómo se ha acelerado la subcontratación de funciones, desde externalizar la maquetación o la edición de textos hasta recurrir a especialistas independientes o a nuevas empresas de servicios, lo que incluye a agencias de *marketing* y publicidad. El mundo editorial está impulsando su propia disociación.

Con el tiempo, este proceso podría llegar a desarrollarse por completo y las funciones compartimentadas de una editorial se dividirían en nuevas unidades de negocio independientes, dirigidas a aquellos autores que funcionan como grandes marcas empresariales: habría una unidad editorial; una unidad de producción y distribución; una unidad de ventas, *marketing* y comunicación; tal vez incluso una nueva unidad de coordinación para gestionar todas las piezas. Y esto nos lleva a la segunda razón por la que los autores-marca podrían recurrir a la autopublicación: el dinero. Es probable que los autores de éxito dejen un excedente nada desdeñable en las editoriales; es decir, que a pesar de que se les paga generosamente, los escritores superventas siguen siendo las gallinas de los huevos de oro y el motor de la rentabilidad de las editoriales. Suponiendo que las subunidades funcionasen con la misma eficacia que en el seno de una editorial, algo que no es seguro, lo cierto es que para todos estos autores habría un importante incentivo financiero en forma de plusvalía que hoy por hoy va a parar a las editoriales.

Se trata, pues, de una posible espiral descendente que aceleraría el declive de las editoriales: si se marchan los autores famosos se pone en riesgo el balance financiero, lo que ejerce presión sobre la editorial y entorpece su capacidad de maniobra, lo que a su vez expulsa a más autores. Las tendencias ya están en marcha, la tecnología y la capacidad de gestión también; lo único que queda por saber es si los autores están dispuestos a asumir ese margen de riesgo.

[...]

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL ESCRIBE LIBROS SEGÚN TUS GUSTOS

Tienes un largo vuelo por delante. Ninguna de las películas que te ofrecen parecen atractivas y no puedes dormir. Así que decides leer. Pero ¿leer qué? Enciendes tu nuevo dispositivo digital y le pides una novela, algo absolutamente apasionante con helicópteros, comandos militares, nazis en la luna, romances a raudales y, por qué no, gatos. Si bien unos años atrás habría sido imposible dar con una mezcla tan improbable, incluso con la tecnología más sofisticada de búsqueda y recomendación, hoy estás de suerte: tu dispositivo y su servicio de lectura incorporado no necesitan escanear el material existente para dar con la coincidencia más cercana. No, en vez de eso, el aparato se limita a escribirte la historia. En cuestión de segundos te ha entregado una novela totalmente personalizada de exactamente 95.000 palabras, que es absolutamente apasionante y está llena de helicópteros, comandos militares, nazis en la luna, romances a raudales y, cómo no, gatitos.

El sistema funciona no solo según tus especificaciones, sino con un conocimiento aún más meticuloso de tus gustos de lectura: conoce cada libro que has comprado previamente y cuenta con datos concretos no solo de la lectura de estos títulos, sino también de las historias personalizadas leídas. Sabe por qué apagas el dispositivo y qué te mantiene leyendo con avidez mucho después de la hora de acostarte. Sabe con qué personajes te identificas más, sabe calcular la longitud ideal de las frases y el vocabulario según los diferentes tipos de contenidos, tareas que van más allá de los poderes de cualquier escritor de carne y hueso. Sin esfuerzo, puede entregarte la novela de la que hablamos, pero mientras esperas el equipaje en la terminal del aeropuerto te das cuenta de que necesitas una introducción a la economía del país, y también te lo brinda: en 10.000 palabras te hace un perfecto análisis de la máxima calidad, adaptado a tu negocio, pero con un enfoque de resumen ejecutivo.

Como es natural, las editoriales empiezan a desaparecer. La gente todavía quiere leer a los viejos clásicos y los derechos de autor permiten a las editoriales sacar algún partido de sus catálogos. Pero su cuota de mercado se reduce inexorablemente año tras año. Algunas personas son «solo lectores de humanos» y esto mantiene a algunos escritores, aunque a pequeña escala, en una posición análoga a la de la poesía con respecto a las novelas o la televisión de hoy. Para la mayoría de los lectores, sin embargo, la experiencia del trabajo generado por inteligencia artificial ha sido tan satisfactoria, y los costes tan baratos, que ya no van a volver atrás. No pueden resistirse a la capacidad del sistema para entregarles materiales asombrosos, excelentes y de cualquier tipo: idiosincrásico, literario, incluso poético. Por supuesto, quienes salen ganando son las empresas de tecnología. Detrás de todos esos libros se encuentra un *software* propietario, centralizado en una gran plataforma, cuya acumulación de datos ha convertido a esas empresas en líderes del mercado de una forma abrumadora. Al registrarte en el hotel, esto no te importa demasiado: dos textos de calidad te han entretenido a un coste mínimo, apenas unos céntimos. Tu experiencia de lectura es muy similar en la forma, pero la industria que hay detrás se ha transformado por completo.

¿Improbable? Es cierto que esto excede el alcance de la tecnología actual. Sin embargo, impulsados por redes neuronales de aprendizaje profundo y algoritmos de aprendizaje por refuerzo, los avances en inteligencia artificial han ido a buen ritmo. La derrota del campeón mundial de Go en el laboratorio de inteligencia artificial DeepMind, con su *software* AlphaGo, tuvo lugar mucho antes de lo que se creía posible. Al tener exponencialmente muchas más combinaciones que el ajedrez, es imposible que la «fuerza bruta» gane al

Go. Pero el aprendizaje automático puede probar otros enfoques mediante el cálculo de estrategias óptimas. Basándose en suficientes datos de entrenamiento, no sería descabellado sugerir que podrían empezar a imitar esas cadenas de datos que se conocen como libros. Con la potencial repetición de millones o billones de veces en un corto período de tiempo, las mejoras podrían ser fulminantes.

[...]

LOS LIBROS DESAPARECEN

¿Y si desaparecen los libros de nuestras vidas? La industria editorial ya ha visto cómo hay categorías y géneros que venden mejor que otros y ha sido experta en seguir modas: de las novelas del Oeste a las eróticas, pasando por las de terror. Pero ¿qué pasa si miramos atrás y nos damos cuenta de que muchas áreas del mercado se han erosionado constantemente, al igual que las olas golpean el borde del acantilado hasta que otro trozo de roca cae al mar?

Solíamos comprar diccionarios de idiomas, que formaban parte de todas las campañas de la vuelta al colegio; ahora buscamos palabras *online* en vez de dirigirnos a la estantería. Nuestro ordenador nos ayuda con la gramática y la ortografía, de modo que ya no necesitamos guías de uso del lenguaje. Utilizamos programas de traducción en lugar de un diccionario impreso o un libro de expresiones extranjeras.

Pocos pueden recordar los títulos de referencia general, ya que hoy aquellos que buscan información automáticamente acuden a internet. Hace ya mucho tiempo que la búsqueda *online* y la Wikipedia reemplazaron el uso de enciclopedias y atlas. Hay aplicaciones que te ayudan a identificar pájaros, insectos, flores, o incluso las estrellas en el cielo nocturno. Cuando tocaba podar rosas o construir un patio solíamos consultar guías domésticas de referencia. Nos ayudaban a la hora de emprender proyectos de bricolaje, cambiar un fusible o comprar una vivienda. Ahora podemos ir a YouTube y ver un vídeo de casi cualquier cosa, hasta presenciar cómo desempaquetar un producto. También la vida ha cambiado y hoy son muy pocas las personas que se encargan del mantenimiento de sus coches o de arreglar un electrodoméstico.

Hoy los estudiantes acuden primero a Google y luego a las bases de datos *online* de la biblioteca. Casi todas las revistas se han trasladado al entorno *online*, seguidas por los libros especializados, como las monografías académicas. Las editoriales no han visto que las ventas menguantes de los libros de texto hayan sido reemplazadas por ventas digitales equivalentes. Las empresas tecnológicas han llegado a las escuelas, donde fomentan el uso de las tecnologías, tanto

del *hardware* como del *software*. El presupuesto para libros en papel se ha reducido casi a cero, y los niños ya no los consideran herramientas de aprendizaje.

Ya no mantenemos conversaciones triviales sobre la última novela de Ian McEwan o Donna Tartt, sino que discutimos sobre *Strange Things* o *Spiral*. La ficción literaria alimenta a otros medios, pero se percibe como algo difícil y que exige mucho tiempo; los autores migran a la escritura de guiones para series o películas. Las ventas de ficción literaria disminuyen aún más y la novela de género se atrinchera en su comunidad *online* de fanáticos.

Con las omnipresentes redes 4G ya no necesitamos guías de viaje en papel, pues los servicios basados en la localización nos recomiendan tiendas o restaurantes, atrayéndonos con descuentos. Vamos a sitios históricos, a museos y galerías, y nos basta con apuntar el teléfono hacia un monumento o un objeto para conectarnos a una audioguía.

En casa interactuamos con un altavoz inteligente. Los libros de cocina pierden importancia a medida que buscamos *online* la receta perfecta, el internet de las cosas permite que nuestra nevera reconozca los ingredientes y sugiera un plato que se pueda hacer en el tiempo exacto del que disponemos.

No nos gusta que nuestros niños pequeños pasen demasiado tiempo frente a una pantalla, por lo que las ventas de libros ilustrados de famosos siguen siendo muy altas. Sin embargo, a medida que los niños se convierten en adolescentes, el libro se desvanece de su horizonte pues ahora lo ven como estático y aburrido. En su lugar, optan por las redes sociales, el vídeo, el chat y las experiencias de realidad virtual.

A SU DISPOSICIÓN

¿Cómo podemos convertir la compra y la lectura de libros en un servicio? ¿Qué pasaría si se toma como modelo el *streaming* de películas o la venta de ropa y se aplica a la industria del libro? El paso de producto a servicio ya ha tenido lugar en las revistas académicas, donde los usuarios tienen acceso todas las horas del día a enormes bases de datos de búsqueda *online*. ¿Cómo funcionaría un servicio así para la ficción y la no ficción?

[...]

Para leer libros ya tenemos Kindle Unlimited, donde los usuarios pueden acceder a más de un millón de libros electrónicos y miles de audiolibros, todo

por una cuota mensual (al momento de escribir este texto, 7,99 libras en Reino Unido). Los títulos incluyen la serie de Harry Potter y *El cuento de la criada* de Margaret Atwood. Hay cajas de suscripción que mes a mes nos traen a casa una selección sorpresa de títulos en papel. ¿Qué otros modelos son posibles? Digamos que por una suscripción mensual pudiéramos acceder a bibliotecas locales de préstamo con los últimos *best-sellers* en papel, además de a una cuidada selección de ficción literaria clásica. Nunca más necesitaríamos comprar un libro. Este es un servicio que en la actualidad ya ofrecen las bibliotecas públicas, aunque todo el sistema se encuentra bajo presión por culpa de los presupuestos deficitarios.

Y el día que queramos comprar un libro, tal vez como un regalo especial o para decorar nuestra sala de estar, podremos encargar un ejemplar impreso mientras tomamos un café en un centro de impresión local. O hacer que nos envíen varios títulos a nuestra casa. También podremos probar con los primeros capítulos gratis y devolver aquellos títulos que no hayan despertado nuestro interés. El modelo de probar antes de comprar estará financiado en parte por los autores. En lugar de recurrir al sistema actual, donde al autor se le paga unos derechos al margen de si el lector termina o no de leer su libro (basta con que lo compre), ahora los autores solo reciben su dinero una vez que el libro ha sido leído. La opinión de los usuarios no solo posibilita el pago de derechos de autor, sino que también contribuye al desarrollo de la siguiente obra. Los autores de éxito desarrollan su propio servicio directo a los lectores, lo que resulta mucho más fácil gracias a la tecnología *blockchain*, que permite servicios de pago seguros sin necesidad de contar con un intermediario como Amazon.

TRADUCCIONES BAJO DEMANDA

¿Podemos imaginar un futuro donde la inteligencia artificial contribuya a mejorar y auxilie al arte de la traducción? El test de Turing plantea la posibilidad de tener una conversación o chat con un ordenador y suponer que estamos comunicándonos con un ser humano. ¿Podría una persona que durante una conversación se ayuda de un programa de traducción convencer a la otra de su capacidad lingüística?

Las primeras versiones de Google Translate se basaban en un enorme corpus de libros para facilitar su funcionamiento, por lo que podía proporcionar una traducción perfecta de las primeras líneas de las novelas famosas con el simple hecho de consultar las diversas ediciones a las que tenía acceso. También se basaban en la documentación de organizaciones internacionales,

en las que muchos traductores habían escrito textos en diferentes idiomas. Esto ayudaba al programa a traducir las frases palabra por palabra, pero con amplias lagunas de contexto y significado.

En los últimos tiempos, Google ha pasado a un enfoque basado en la inteligencia artificial para desarrollar un *software* de traducción que busque patrones y realice sus propias traducciones. Esta estrategia ya les había funcionado con el reconocimiento de imágenes, en la que una red neuronal recibió millones de imágenes y aprendió a reconocer a un gato. ¿Podría dar resultado ahora con el lenguaje? Lewis-Kraus escribe: «Si se tomara todo el ámbito de la lengua inglesa y de la francesa se podría, al menos en teoría, entrenar a una red para que aprendiera a tomar una frase de un ámbito y propusiera la equivalente en el otro. Por un lado, solo habría que suministrarle millones y millones de frases en inglés como entradas y, por el otro, sus salidas más apropiadas en francés; con el tiempo reconocería en las palabras los patrones relevantes, al igual que un clasificador de imágenes reconoce en los píxeles estos patrones». Este enfoque de aprendizaje automático está dando ahora sus frutos con un programa de traducción que se ha perfeccionado.

La ruta actual para las traducciones literarias puede ser individual y enrevesada. Por ejemplo, se puede encargar primero una traducción literal que luego será editada por un hablante nativo (de la lengua de destino). O se puede utilizar una lengua puente, y traducir de una lengua menor a otra a través de una versión (que a menudo es su traducción al inglés). El alto coste que implican las traducciones, y que con frecuencia asumen las editoriales recurriendo a ayudas públicas, es un inconveniente que frena este tipo de publicaciones.

A medida que mejoren los programas de traducción será mucho más fácil publicar en otras lenguas, y más rentable. En una primera etapa los programas podrán realizar una traducción aproximada, que si bien podrá necesitar mucha mano en el caso de la ficción literaria, para otro tipo de textos esta necesidad será mucho menor. Los libros estarán disponibles en muchas más lenguas, y nuestro acceso a la literatura mundial se revolucionará. Tal vez un día tengamos una verdadera traducción bajo demanda: una sola copia hecha a la medida del título deseado.

LOS LIBROS ELECTRÓNICOS SON GRATIS, LOS LIBROS IMPRESOS CUESTAN CINCO VECES MÁS

«La información quiere ser libre», gritó Silicon Valley. «¡No, nada de eso!», respondió la industria editorial. Pero en los contextos digitales el precio de la

información está cayendo y las editoriales están atrapadas en este movimiento, una tendencia que, si continúa de forma indefinida, hará que los libros electrónicos terminen siendo gratis. Es un modelo que ya hemos visto emerger en la edición de monografías de acceso abierto, tal como sucede con los libros de UCL Press y de Open Book Publishers.

En las ventas se observa que no solo el precio de los libros electrónicos es mucho menor que el de los libros en papel, sino que además se están abaratando con el tiempo. Un estudio encargado a la editorial digital Canelo (realizado por este autor) demostró que entre 2016 y 2017 el precio medio de un libro impreso en el *top 100* de Amazon aumentó de 5,66 libras esterlinas en febrero de 2016 a 6,15 libras en octubre de 2017. En las mismas fechas, el precio para un libro electrónico de los 100 títulos más vendidos era menos de la mitad: 2,55 libras en 2016 y 2,43 libras en 2017. Si se observa el precio medio de los diez más vendidos en 2016, el de los libros en papel era de 6,25 libras y el de los libros electrónicos de 2,85 libras, mientras que en 2017 eran de 8,19 y 3,19 libras respectivamente (en 2017 las cifras para el libro electrónico se vieron sesgadas por los lanzamientos de Philip Pullman y Dan Brown, con precios más elevados). Los títulos que ocupaban el primer puesto de la lista tenían un precio de 7,49 libras por 0,99 libras en 2016 y de 9,00 libras por 0,98 libras en 2017. De los 100 títulos más vendidos de Kindle, 38 se vendían a una libra o menos en 2016. En 2017, eran 55 los que se vendían a una libra o menos.

Aunque la encuesta es solo una instantánea y no puede ser utilizada para extrapolar conclusiones generales, basta con echar un vistazo a cualquier gráfica sobre libro electrónico para ver que los libros con un precio de 0,99 (dólares o libras) son lo habitual. Una vez que los libreros se llevan su parte, y en ciertos territorios se paga el IVA, el beneficio que les queda a la editorial y al autor por copia vendida es insignificante. A partir de aquí, avanzar hasta hacer que un libro electrónico sea gratis es solo un pequeño paso, pero significativo, y considerarlo así es un ejercicio de captación de audiencias; de hecho, para las editoriales esto no es algo inaudito (por ejemplo, Apple iBooks tiene el Libro Gratis de la Semana).

En Reino Unido, las ventas de los libros en papel y sus precios también han caído. De hecho, los precios han caído muchísimo en términos reales desde el año 2000. Sin embargo, hay evidencias de que han empezado a subir de nuevo, aproximadamente desde 2014-2015. Las editoriales están aumentando el precio de los libros en papel, con los de cartóné a la cabeza. Si en su día el libro electrónico nos condujo a un ciclo deflacionario, al añadir competencia de precios a un mercado ya de por sí muy competitivo, quizás ahora la dinámica haya cambiado. En una cultura digital efímera puede aumen-

tar el valor de lo tangible, de los libros estéticamente atractivos y bien acabados; el libro impreso puede haber encontrado su papel como antídoto al mundo ingrátido del contenido gratis y a la malevolencia de los gigantes tecnológicos. Una vez más los libros son, o podrían ser, productos artesanales, no artículos de consumo genéricos producidos en masa. Un diseño meditado, un papel de buen gramaje, una producción esmerada: en este escenario todo cuenta.

Mientras tanto, el ámbito digital (un universo progresivamente separado del papel, como sugiere la misma discrepancia de títulos entre esos dos *top 100* de Amazon) parece moverse inexorablemente hacia un panorama donde los libros sean gratis y todo sea por captar público. La edición se ha convertido finalmente en dos mundos, casi en dos industrias: una de alto valor y de tiradas pequeñas; y otra de minúsculo valor y, en gran parte, autopublicada, un mundo de ilimitadas lecturas gratuitas.

LA MUERTE DE LAS LIBRERÍAS FÍSICAS: TODOS LOS LIBROS SE COMPRAN POR INTERNET

Era una ciudad normal y corriente, y la muerte de las librerías llegó lentamente. La primera en desaparecer fue una de las grandes cadenas que un día simplemente bajó la persiana. La siguiente fue la vieja librería de toda la vida, que llevaba allí desde siempre. Y luego los supermercados y otros grandes puntos de venta decidieron que los libros ya no valían la pena, y que el espacio de las estanterías se debía utilizar mejor para productos más simples y más rápidos de vender. Pero la cosa no quedó ahí.

Después de todo, aún había una última gran cadena de libros, una empresa que se había recuperado tras algunos años de inestabilidad y que volvía a derrochar pasión por los libros. En lugar del antiguo local independiente, abrieron una nueva librería que además vendía café, comida, artículos de papelería, y que abría hasta bien entrada la noche. De hecho, por un tiempo parecía que todo iba bien; los ingresos se habían estancado, pero se mantenían. Pero esto fue solo un paréntesis antes de un nuevo cambio.

La supervivencia de los comercios de toda la vida se volvió más difícil. Solo las tiendas más selectas y especializadas en la gama alta, y las tiendas de saldos de la gama más baja, encontraron su nicho. Todo lo que quedaba entremedias sufrió una presión atroz. El hábito de «comprar vía escaparate», según el cual los clientes examinan los productos en la tienda para comprarlos después por internet con descuento, no solo no había desaparecido sino

que se estaba intensificando. A medida que las tiendas del centro de la ciudad iban cerrando, había más y más locales vacíos. Y cuantos más cerraban, más empeoraba la atmósfera de ruina en la ciudad y menos razones había para que los clientes entraran a curiosear.

La afluencia de clientes, el alma del comercio minorista, comenzó a decaer. Las reclamaciones de propietarios y ayuntamientos no se quedaron atrás; se renegociaron los contratos de alquiler, pero solo al constatar que faltaba efectivo y que la cadena del libro estaba claramente en crisis. El margen de maniobra del Gobierno en cuanto a las tarifas comerciales era inexistente. De vez en cuando aparecía en el horizonte algún benefactor corporativo, que acababa por admitir que el esfuerzo no valía la pena. Aumentaron las deudas. Las facturas quedaban pendientes, y las editoriales comenzaron a retener libros clave. Poco a poco, la cadena de librerías se volvió cada vez más débil hasta que un día se hundió. Sus ejecutivos trataron de revivirla, pero el mercado ya se había transformado.

Mientras tanto, la nueva librería independiente dedicaba cada vez menos espacio a los libros. Nadie los compraba. La gente, sin embargo, compraba postales y tomaba café en grandes cantidades. La oferta de libros disminuyó hasta treinta, luego veinte, diez, hasta que un día la venta de libros dejó de ser una buena idea: de aquel propósito original solo quedaron unos cuantos libros ocultos simbólicamente detrás del mostrador. Aparte de algunas tiendas de segunda mano, no había ningún lugar en la ciudad donde vendieran libros, y esto era casi igual en todos lados. Las librerías habían dejado de existir. La gente seguía leyendo, por supuesto, pero compraba todos los libros *online*, tanto en papel como digitales. Era mucho más barato y más cómodo. Las editoriales, los autores y algunos lectores lloraron la pérdida de las librerías, por su propio bien; de alguna manera percibieron que, con su desaparición, el futuro de la lectura y de los libros pendía de un hilo.

EL RESURGIR DE LO ANALÓGICO

¿Qué pasaría si las tendencias actuales continúan centradas en el resurgimiento de lo analógico, desde los vinilos hasta los carretes de fotos? La música digital puede ser perfecta en muchos sentidos, pero es difícil superar el sonido cálido producido por un vinilo que suena en un buen tocadiscos. Hay una autenticidad que llega incluso a través de los mismos crujidos, y el objeto en sí es digno de ser conservado y apreciado. Una descarga digital no puede replicar el atractivo de la cubierta de un álbum. Los libros físicos ofrecen una experiencia táctil y una gratificante distracción de las pantallas que saturan

nuestras casas y vidas laborales. Disfrutamos del olor del papel, y del diseño y la tipografía cuidadosamente elegidos.

A la luz de los estudios que proporcionan cada vez más pruebas del empeoramiento de la salud de las poblaciones occidentales, la tendencia a lo análogo se acelera. En muchos países se reduce la esperanza de vida y hay datos que confirman el detrimento de nuestra salud a largo plazo por el uso de dispositivos móviles. Junto con el aumento de los riesgos de cáncer, el uso de las redes sociales implica graves consecuencias para la salud mental. Hay una epidemia de miopía entre los niños que usan teléfonos inteligentes. Además, se observa un declive de la inteligencia debido a la disminución de nuestra capacidad de atención.

Desde hace tiempo los ejecutivos de Silicon Valley están enviando a sus hijos a colegios que prohíben el uso de las tecnologías para la enseñanza, donde los alumnos tienen prohibido llevar los dispositivos móviles a las aulas. Surgen fuertes reacciones a la economía de la atención: una sociedad dominada por la búsqueda de esos *likes* de las redes sociales. El uso de dispositivos de realidad virtual significa que muy pocos se relacionan adecuadamente con el mundo exterior, pues prefieren interactuar con una visión falsificada del mundo que les rodea.

La adicción a los niveles de dopamina que provocan los *likes* y las notificaciones, ha llevado a implantar programas para desenganchar a los adultos de las redes sociales con el fin de combatir los sentimientos de soledad, ansiedad y alienación. El *Dry January* va acompañado regularmente de una desintoxicación digital. La ficción es prescrita por los médicos a sus pacientes con el fin de que reconstruyan la empatía con el individuo y la sociedad. Liberados de sus pantallas, los lectores redescubren la utilidad y el placer de la lectura de larga duración.

En todo el mundo hay apagones de energía provocados por los enormes recursos que son necesarios para alimentar las monedas digitales, los servidores y los vehículos autónomos. La distracción constante del correo electrónico y las redes sociales ha reducido la atención a unos pocos segundos, y las sociedades confirman que los CI (coeficientes intelectuales) comienzan a bajar.

En respuesta a la infantilización de sus sociedades y preocupados por la competitividad de sus economías, los gobiernos deciden reintroducir los libros en la educación escolar y universitaria. A los estudiantes se les exige leer libros enteros y dominar todos los argumentos para la retórica y el comentario discursivo. La inversión en bibliotecas públicas cosecha dividendos para la economía en general y muchos redescubren la alegría de la lectura contemplativa: durante los desplazamientos diarios compartidos en un coche sin conductor,

en dormitorios libres de dispositivos tecnológicos, o en esos momentos ociosos del día que antes se dedicaban a la comprobación constante de sus teléfonos móviles. La expansión de la automatización en muchos trabajos libera tiempo de ocio para la lectura, y la vida hogareña se revoluciona con los robots que realizan las tareas domésticas, desde la compra y la limpieza hasta la jardinería. Se agasaja a los autores y se les pide su opinión sobre los últimos avances de la sociedad, y sobre cómo animar a niños y adultos a leer aún más.

CONCLUSIÓN

Nadie sabe qué sucederá en el mundo de la edición. De cualquiera de estos escenarios (o de todos) habrá aspectos que podrán hacerse realidad, y de hecho existen buenas razones para creer en ello. Pero, de igual modo, podrán ser fallidos. Lo único cierto es que la incertidumbre es la condición desde la que operamos, y que la única respuesta racional pasa por mantener una mente abierta.

Sin embargo, una cosa está clara. Nuestra época es probablemente la más turbulenta para los libros y la edición desde sus inicios modernos con la imprenta, el Renacimiento y la Reforma. En los últimos cien años, pero sobre todo en los últimos treinta, los medios y las tecnologías de la información y las comunicaciones han presenciado una transición similar a la del siglo xv. En ese contexto sería insensato no prever más rupturas y cambios dramáticos en el panorama de la edición. No podemos predecir con exactitud cuáles serán dichos cambios, pero podemos tratar de imaginar un futuro que aún se está escribiendo.

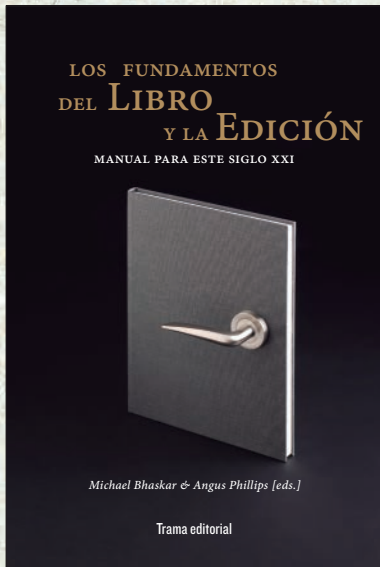
Este texto es un extracto de *Los fundamentos del libro y la edición*. Traducción de Íñigo García Ureta. Trama editorial, Madrid, 2021.

COLECCIÓN **TIPOS MÓVILES**

LOS FUNDAMENTOS DEL LIBRO Y LA EDICIÓN

MANUAL PARA ESTE SIGLO XXI

Michael Bhaskar & Angus Phillips [eds.]



Nunca en la historia ha existido un momento más importante para la creación y la transmisión de conocimiento. Por un lado, las tecnologías de la comunicación posibilitan transformaciones antes inimaginables, que el mundo del libro y la edición aprovechan para hacer lo que mejor saben: situarse a la cabeza de las innovaciones. Por otro lado, jamás ha habido una proliferación equiparable de estudios y análisis sobre la edición y el libro en todas sus formas, lo que nos permite reflexionar sobre el modo en que se produce esta revolución para la que no existen precedentes.

Los fundamentos del libro y la edición es una obra colaborativa de

académicos y representantes de la industria editorial y librera, que aborda cuestiones urgentes como las complejidades de la industria, los desafíos de la lectura y la educación, los mercados globales y las grandes diferencias regionales, la propiedad intelectual y los derechos de autor, la responsabilidad social de las editoriales o las relaciones de la industria de la edición con otros medios de comunicación y entretenimiento, y las siempre cambiantes tecnologías.

www.tramaeditorial.es