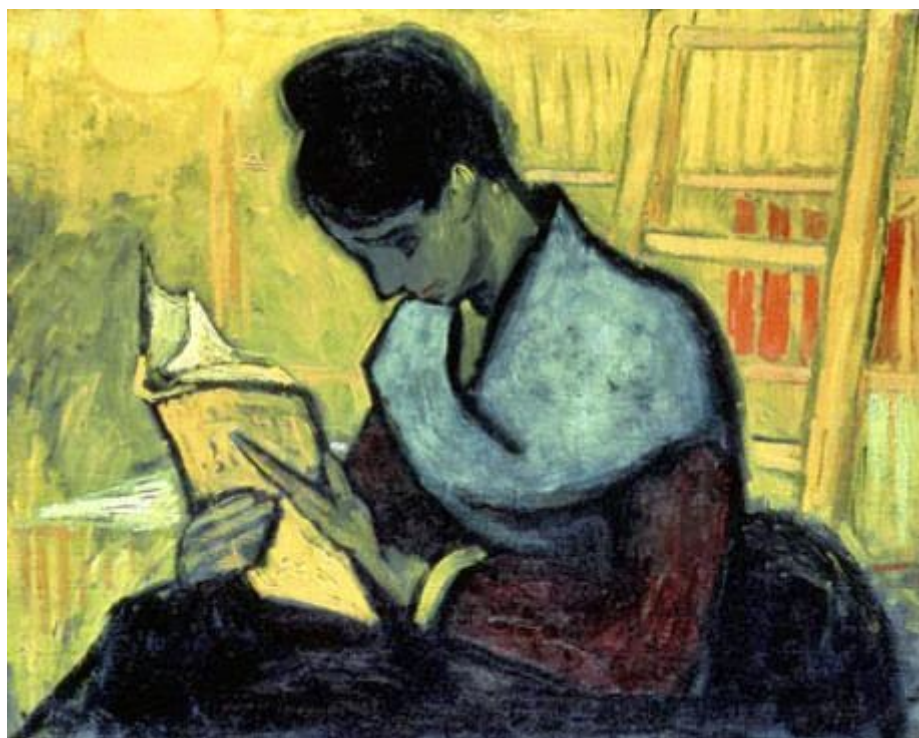


## Quiero leer en papel

José Elola

Diario *El País*, España, 8 octubre, 2016.



La lectora de novelas, Van Gogh.

La elegía del papel tendrá que esperar. Los negros augurios que daban por muerto al libro impreso, ese vehículo de ideas que cambió la historia de la humanidad, el más poderoso objeto de nuestros tiempos según claman algunos, no se han cumplido. El *e-book* no lo entierra; al menos, todavía. Persiste el olor a papel, a tinta, a cola; el tótem sigue vivo, tocado, pero coleando.

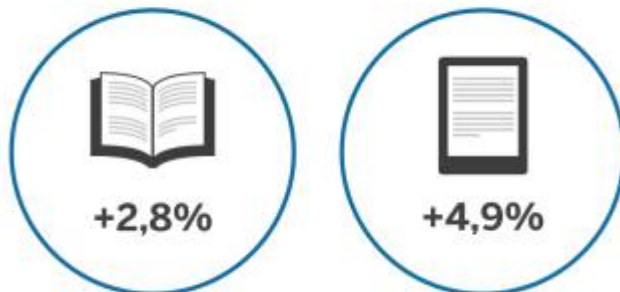
Por mucho que los medios y plataformas hablemos de lo nuevo, de lo que está por llegar, del último *gadget* tecnológico, luego está la tozudez de las estadísticas. Y son bien claras, tanto aquí, como en Estados Unidos. Dos de cada tres personas siguen leyendo los libros, sobre todo, en papel.

El deslumbramiento que produjeron los nuevos dispositivos electrónicos de lectura se ha estabilizado. Dejaron de ser moda para convertirse, eso sí, en un hecho, en un fenómeno que llegó para quedarse. La amenaza que muchos editores veían a principios de siglo en el *e-book* ha cambiado de aspecto. Se esconde dentro del móvil. Es el cambio de hábitos. Pero recordemos, antes de nada, cómo empezó todo.

El entierro anticipado del libro impreso tomó forma con el nuevo siglo. “El libro está muerto, larga vida al libro”, proclamaba, ufano, en mayo de 2006, el *gurú* Jeff Jarvis, apóstol de la revolución digital que cargaba contra los libros por ser unidireccionales, por no abrir puertas, por no incorporar enlaces, por ser demasiado largos. Idénticas palabras utilizaba Jeff Gómez, voceador de la revolución *dele-book*, desde la portada del libro que publicó en 2007: *El libro impreso está muerto: libros en nuestra era digital (Print Is Dead: Books in our Digital Age)*.

### AUMENTO DE LA FACTURACIÓN (2014-2015)

Editoriales españolas (libro impreso y libro digital)



Fuente: Gremios de Editores de España y de la Asociación de Cámaras del Libro de España. EL PAÍS

El entusiasmo digital ya embargaba por aquel entonces a altos ejecutivos de la industria como Alberto Vitale, al frente de Random House a principios de siglo. En el año 2000, Vitale pregonaba el fin del papel en el 26º Congreso de la Unión Internacional de Editores, según recuerda un ilustre editor español. El fantasma del libro electrónico ya sobrevolaba aquella cita. Aparecía la inquietud en el gremio.

El bienio 2007-2008 se vistió de Kindle y de Lehman Brothers, combinación letal (para el sector editorial tradicional) que precipitó las visiones apocalípticas, la sensación de funeral. Las ventas comenzaron a caer en picado, hasta el punto de llegar

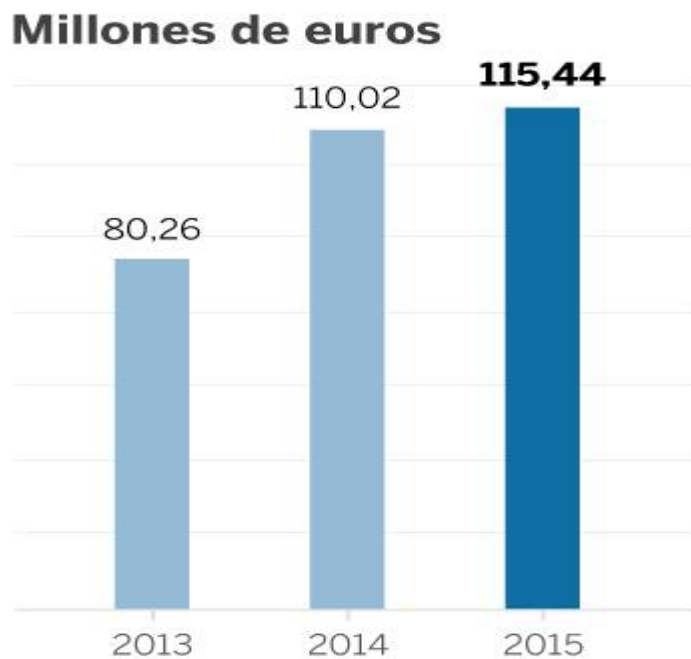
a esquilmar los ingresos que genera el papel en un 30% con respecto a los años previos a la crisis. El libro electrónico adquiriría aspecto de verdugo.

Pero la narración de la cacareada y, supuestamente, inapelable desaparición del libro impreso admite quiebros. Y aunque no se puede hablar de un gran cambio de tendencia, es momento de arquear las cejas. Porviejuno, *old school* y voluntarista que pueda parecer este planteamiento.

Las cifras que Nielsen BookScan ofrece de Estados Unidos anticipan posibles escenarios futuros en el resto del mundo. En 2015 se vendieron 571 millones de libros impresos, 17 millones más que el año anterior. Y según la consultora Forrester [Research](#), el año pasado se vendieron en EE UU 12 millones de *e-books* frente a los 20 millones de 2011.

## LIBRO DIGITAL

Cifra de facturación  
de comercio interior  
(2013-2015)



Fuente: Gremios de Editores de España y  
de la Asociación de Cámaras  
del Libro de España  
EL PAÍS

El pronóstico de que el libro digital se comería la mitad del mercado no se ha cumplido. Copan el 25% de las ventas. Eso, en Estados Unidos. En España, el libro digital, según los datos de la Federación de Gremios de Editores, representa el 5,1% de la facturación total del sector.

La cifra de negocio de las editoriales españolas ha crecido un 2,8% en 2015, hasta alcanzar los 2.257,07 millones de euros. Así han quedado confirmados los tímidos crecimientos que ya se apuntaban en 2014. La venta de libros en librerías tradicionales creció en un 5,6%.

Leer es sexi, proclama una revista desde su portada. Nuevas librerías independientes, muchas de ellas *boutiques*, y bares, abren sus puertas. Se editan libros que son un canto al papel, como *Paper. Paging Through History* (Papel. Hojeando la historia), Norton, 2016, donde Mark Kurlansky asegura que el papel nos guiará a lo largo del siglo XXI (y donde recuerda que entró en la Europa cristiana a mediados del siglo XII a través de España). O un canto al propio libro, como *The Book: A Cover-to-Cover Exploration of the Most Powerful Object of Our Time* (el libro: una exploración, portada a portada, del objeto más poderoso de nuestro tiempo), editado en agosto de este año, donde Keith Houston reivindica este tótem vertebrador de la cultura.

Más allá del *hype*, del *momentum*, o del respiro en la caída, parece que el papel aguanta el vendaval digital. ¿Cómo es eso posible con la que está cayendo?

Los editores de libros, que este mes tienen dos grandes citas por delante (Liber, del 12 al 14 de octubre en Barcelona; y la Feria de Fráncfort, la más importante del mundo, del 19 al 23), explican que el repunte de cifras obedece a que la crisis ahoga menos ahora que en 2008. Y, claro, luego está el papel.

Se retiene mejor cuando se lee un libro impreso, señalan algunos científicos (otros no son tan tajantes). *Why the Brain Prefers Paper* (por qué el cerebro prefiere el papel), publicado por *Scientific American* en octubre de 2013, dice que las pantallas (tabletas, ordenadores, teléfonos) pueden inhibir la total comprensión del texto, que distraen al lector. La investigadora Maryanne Wolf, de la Universidad de Tufts,

Massachusetts, sostiene que el papel presenta grandes ventajas y permite una mayor memoria visual.

El 92% de los universitarios se concentra mejor leyendo en papel. Es lo que concluía, tras consultar con 300 alumnos de universidades de Estados Unidos, Japón, Alemania y Eslovaquia, Naomi S. Baron, profesora de lenguaje en la American University que presentó sus conclusiones en el libro *Words on Screen: The Fate of Reading in a Digital World* (palabras en la pantalla: el destino de la lectura en el mundo digital), publicado por Oxford University Press en 2015. Álvaro Bilbao, neuropsicólogo, autor de *Cuidar el cerebro*, sostiene que poder tocar, oler, sentir el peso del libro, experimentar que uno avanza según pasa las páginas, puede resultar más placentero. “Aquellas cosas que despiertan nuestros sentidos hacen que se active el hemisferio derecho del cerebro, que está más relacionado con el mundo de las emociones”.

El fetichismo, la belleza del objeto, ese placer tan *vieja escuela* de recorrer la librería, las librerías. La lista de motivos que hacen que el papel siga vigente crece conforme se contrasta con lectores, editores, escritores. El placer de coleccionar, las anotaciones al margen, las flores secas o pasajes de avión a modo de marcapáginas, lo bien que quedan en el salón, el mensaje que portan cuando son regalo...

El aguante del papel también se explica, tal vez, porque estamos tan solo en los albores de la revolución digital. “El ritmo de los cambios tecnológicos siempre es más lento de lo que la gente tiende a creer”, afirma Michael Bashkar, editor de la rama digital de Profile Books y autor de *La máquina del contenido*, libro en el que traza un futuro en que los intermediarios desaparecen y las tecnologías conectan directamente a autores y lectores. “No creo que veamos el fin de los libros impresos”, añade, “son objetos materiales, deseables, siempre estarán ahí. Soy un adicto a los libros, tanto impresos como electrónicos”.

La televisión no mató a la radio. El papiro y el pergamino coexistieron durante siglos en el antiguo mundo mediterráneo. Al final, todo apunta a una coexistencia de formatos, a un ecosistema en el que ahora irrumpe con fuerza el audiolibro. El papel aloja mejor el universo cerrado que promete una gran novela; la tableta (que arrincona

poco a poco al libro de bolsillo) es puerta de entrada cada vez más habitual para la literatura de género, romántica, erótica, para los autoeditados.

La amenaza para el libro impreso no es, por tanto, tal y como se pensaba hace diez años, el libro electrónico. Los competidores viajan en el teléfono móvil, el problema es el cambio del modo en que vivimos.

En los autobuses y en el metro se ve a poca gente leyendo un libro. El humano viaja con la cabeza gacha, mirando su pantalla, visionando por enésima vez las fotos, compartiéndolas, comentándolas, intercambiando mensajes, interactuando. Así se siente acompañado, arropado en todo momento, así se vacuna a golpe de tecla contra la (¿tarde o temprano ineludible?) soledad.

Instagram, Twitter, Facebook. Esas plataformas sí que han venido a ocupar tiempo de ocio (y de trabajo). Una de las víctimas colaterales es el libro, el viejo amigo. “Las redes sociales sí son un enemigo claro de la lectura”, dice sin ambages el editor Luis Solano, de Libros del Asteroide.

Vamos a toda prisa, de un lado para otro. La lectura reposada y atenta cada vez casa menos con los nuevos ritmos. La complejidad de un cierto tipo de vida contemporánea, la del urbanita hiperconectado, la velocidad a la que vivimos como consecuencia de la agilización de las comunicaciones, que multiplican la vida social, el intercambio de ideas (¿y la tontería?), entre otras muchas cosas, ha dejado un menor espacio para el recogimiento que requiere un libro. Pero ese viejo objeto, cosas de la vida, sigue vivo.

Al fin y al cabo, como dicen que decía Groucho Marx (y aunque resulta que hay serias dudas sobre la autoría de esta cita, la frase, indudablemente, tiene el aroma de su puro): “Fuera del perro, el libro es el mejor amigo del hombre. Y dentro del perro está demasiado oscuro para leer”.