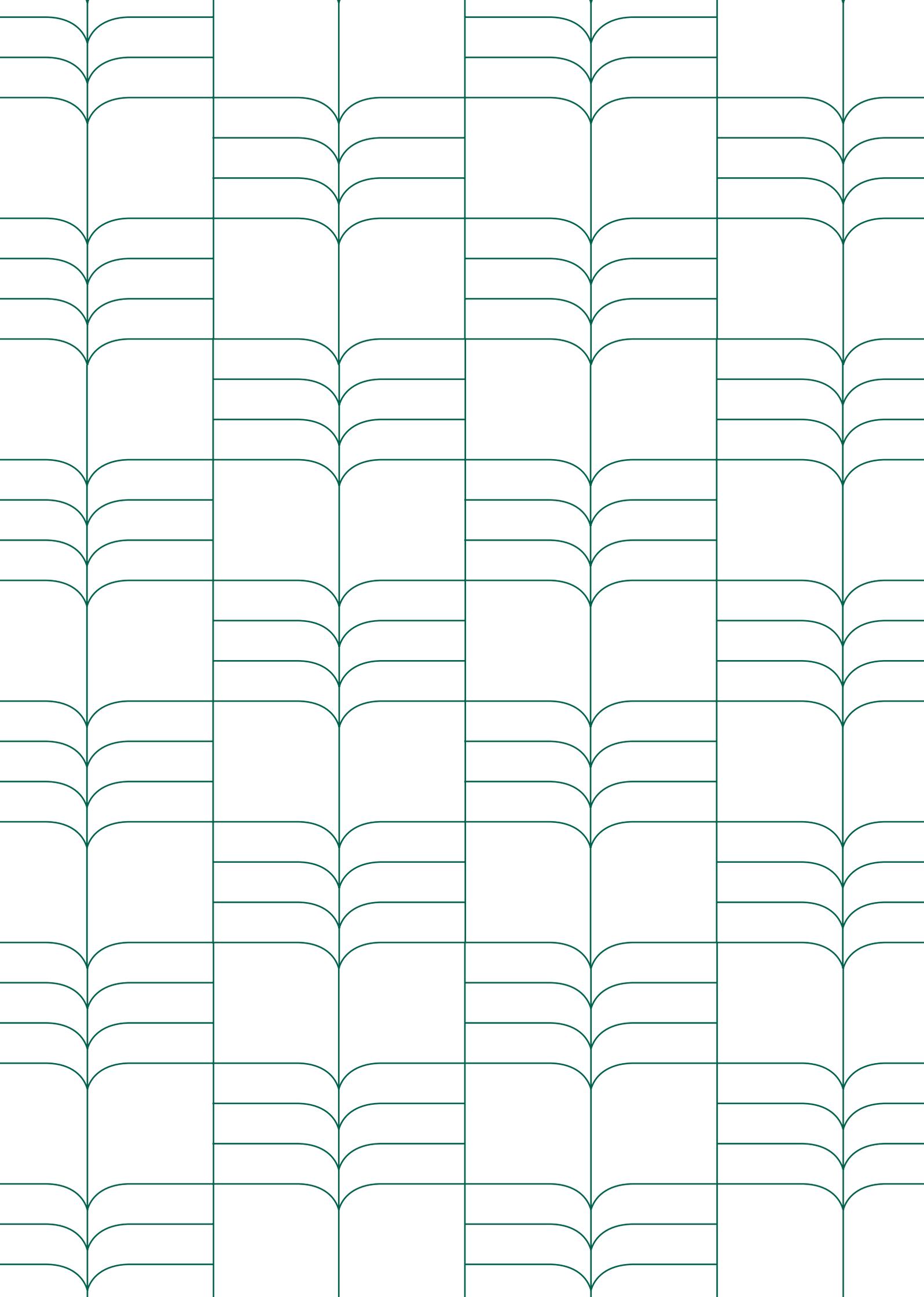


El libro contra todo lo demás

Francisco Albarello • Rüdiger Wischenbart • Michael
Tamblyn • Adriaan van der Weel • André Schüller-Zwierlein
• Anne Mangen • Miha Kovač





El libro contra todo lo demás

Francisco Albarello • Rüdiger Wischenbart •
Michael Tamblyn • Adriaan van der Weel • André Schüller-Zwierlein
• Anne Mangen • Miha Kovač



cerlalc
Centro Regional para el
Fomento del Libro en América
Latina y el Caribe

Margareth Menezes

Ministra de Cultura de Brasil
Presidenta del Consejo

Ernest Urtasun Domenèch

Ministro de Cultura de España
Presidente del Comité Ejecutivo

Margarita Cuéllar Barona

Directora

Francisco Thaine

Subdirector general

María Fernanda de la Ossa

Secretaria general

Jeimy Hernández Toscano

Directora técnica de Lectura, Escritura y Bibliotecas

José Diego González M.

Director técnico de Ecosistema Editorial

El libro contra todo lo demás

Octubre 2024

ISBN (PDF): 978-958-671-274-3

Publicado por

**Centro Regional para el Fomento del Libro
en América Latina y el Caribe – Cerlalc**

Calle 70 n° 9-52

cerlalc@cerlalc.org • www.cerlalc.org

Bogotá, D.C., Colombia

Autores

Francisco Albarello

Rüdiger Wishchenbart

Adriaan van der Weel

André Schüller-Zwierlein

Anne Mangen

Miha Kovač

Michael Tamblyn

**Traducción del artículo «Tirar el dinero.
Oportunidades perdidas en el suministro
de libros electrónicos»**

Íñigo García Ureta

Coordinación editorial

Daniela Abella

Coordinación académica

José Diego González M.

Corrección de estilo

Isadora González

Diseño y diagramación

Natalia Ayala Pacini

estudiocasual.co



Este documento se publica bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-No comercial-No derivar (3.0) (CC BY-NC-ND)

Índice

Presentación

José Diego González M.

↗ 5

01[↗]

De la lectura a la conversación: textualidades, pantallas e inteligencia artificial

Francisco Albarello

↗ 8

02[↗]

¿Por qué las pequeñas y medianas editoriales necesitan aprender nuevas prácticas —y por qué esto supone un gran reto—?

Rüdiger Wischenbart

↗ 22

03[↗]

¿Por qué es importante la lectura de alto nivel?

Adriaan van der Weel • André Schüller-Zwierlein
• Anne Mangen • Miha Kovač

↗ 35

04[↗]

Tirar el dinero. Oportunidades perdidas en el suministro de libros electrónicos

Michael Tamblyn

↗ 71

Presentación

José Diego González M.

El título de esta publicación, «El libro contra todo lo demás», es una expresión acuñada por Michael Tamblyn, director ejecutivo de Kobo Rakuten, en una conferencia impartida en la Reunión General Anual del Book Industry Study Group (BISG) en abril de 2019, que se incluye en este dossier. Es tan efectista como efectiva para describir el lugar del libro —y cuando hablamos del libro englobamos a toda la cadena de valor que tiene detrás y, no menos importante, a su lectura — en el ecosistema cultural y mediático contemporáneo.

Como lo explica el propio Tamblyn, «nos encontramos en plena Economía de la Atención. Se trata de la mercantilización y comercialización de la atención. De la lucha por el tiempo». Por supuesto, como se apresura a aclarar Tamblyn, el libro ha estado desde tiempo atrás en competencia con otros medios; sin embargo, «en la era de la Economía de la Atención, miles de compañías con altos niveles de sofisticación, la mayoría de las cuales no tienen nada que ver con los libros, ni siquiera con los medios de comunicación, han descubierto cómo ganar un montón de dinero empaquetando nuestro tiempo. Tienen una idea muy clara de lo que vale el tiempo de la gente, lo que les gustaría hacer con él, y —lo que es más importante— cuentan con una increíble variedad de herramientas y tácticas para conseguirlo y capturarlo. Así que por mucho que miremos a Amazon o Apple como competidores, también deberíamos centrarnos en Netflix, Facebook, Instagram y YouTube».

Algunos autores han ido más allá al indicar que estaríamos asistiendo al progresivo socavamiento de la centralidad del libro como principal repositorio y medio de difusión del conocimiento y la cultura. En un artículo de 2017, Angus Phillips constató el desacoplamiento entre las ventas de libros y el crecimiento económico en el Reino Unido, lo que lo llevó a preguntarse si acaso hemos superado ya el cénit del libro. Phillips examinó la evolución del PIB per cápita en términos reales y de las ventas de libros en el Reino Unido en dos periodos (1985-1999 y 2001-2015) para preguntarse si había una correlación entre estos. Partía de la base de que los ingresos y los niveles educativos son dos factores determinantes del consumo cultural en general y del consumo de libros en particular.

En el periodo 1985-1999, el PIB per cápita y las unidades de libros vendidas mostraron un mismo patrón: «A medida que la economía crecía y el nivel de vida aumentaba (exceptuando la recesión de 1990-1992), tanto las ventas en valor como en volumen siguieron una trayectoria ascendente».

En cambio, para el periodo 2001-2015, «el vínculo parece desaparecer cuando examinamos la facturación de las editoriales, incluso antes del impacto de la crisis de 2008. Esto también incluye el crecimiento de las ventas digitales hacia el final del periodo. Los datos de consumo directo muestran que las ventas siguen el ritmo del PIB hasta el inicio de la crisis financiera; a partir de entonces, el único segmento del subsector de interés general que ha seguido el ritmo del PIB es el infantil, lo que contrasta con las áreas de ficción y no ficción para adultos». «Se espera», dice Phillips al final de su artículo, «que se restablezca el vínculo entre el PIB y la venta de libros, pero dada la competencia de otros medios de comunicación y contenidos gratuitos, desde el cine y la televisión hasta el Internet y las redes sociales, y dado el descenso del tiempo dedicado a la lectura de libros, parece poco probable»¹.

En este dossier, hemos querido reunir artículos que ofrecen elementos para reflexionar sobre este escenario de competencia; multiplicidad de formatos, canales de distribución, medios y modelos de negocio, así como de cambios en las prácticas de lectura y en los hábitos de compra.

En su artículo, Rüdiger Wischenbart aborda lo que llama «editoriales más allá de las editoriales», cuyos *productos* tienen muchos rasgos libresco, pero no son propiamente libros, entre los que se destacan Wattpad y Webtoons. Modelos de publicación que subvierten la cadena de valor y ponen en jaque el rol de intermediación de las editoriales entre autores y lectores, y que cosechan numerosos usuarios, lo que contrasta con la caída de unidades vendidas de títulos de ficción por parte de editoriales tradicionales en los últimos diez años en Alemania.

Más que un declive del interés por contenidos narrativos, Wischenbart sugiere que este fenómeno indicaría que los consumidores están encontrando propuestas relevantes y valiosas en las ofertas de esos nuevos jugadores, lo cual exige la transformación de las editoriales tradicionales —incluidas las pequeñas y medianas—: «Para los editores, la transformación subyacente exige redefinirse, pasando de ser poderosos guardianes a convertirse en proveedores de servicios para todas las partes interesadas del sector del libro, desde los creadores y autores hasta los comerciantes y, lo que es más importante, los numerosos públicos».

Dos artículos abordan las transformaciones en la práctica de lectura. El de Francisco Albarello, autor del libro *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema*

1. Phillips, A. (2017). Have We Passed Peak Book? The Uncoupling of Book Sales from Economic Growth. *Publishing Research Quarterly*, 33(3), 310-327. <https://doi.org/10.1007/s12109-017-9527-2>. Sobre este mismo asunto ver Kovač, M., y Van Der Weel, A. (2020). La lectura en una era posttextual [PDF]. En *Lectura en pantalla vs. lectura en papel*. Cerlalc y Bueno, M. (2019, 30 septiembre). *¿Cómo se comportó el mercado editorial en la última década?* Cerlalc. <https://cerlalc.org/como-se-comporto-el-mercado-editorial-en-la-ultima-decada/>

de pantallas (Buenos Aires, Ediciones Ampersand, 2019), propone un muy sucinto recorrido histórico para mostrar la interdependencia entre la evolución de las prácticas de lectura —y de escritura— y la sucesiva aparición de las tecnologías de la palabra. El recorrido concluye con el examen de los chats generativos que, en su opinión, finalizan la revolución iniciada por el hipertexto, al introducir una lógica dialógica en la que el texto deja de ser definitivamente una unidad cerrada.

El segundo es un artículo de Adriaan van der Weel, André Schüller-Zwierlein, Anne Mangen y Miha Kovač, «¿Por qué es importante la lectura de alto nivel?». Se trata de un llamado de alerta en torno a lo que se perdería por el desplazamiento de la lectura concentrada, prolongada y profunda por las transformaciones en las prácticas de consumo cultural, caracterizadas por la hibridez, la fragmentación y el solapamiento. El texto hace una minuciosa revisión de un amplio abanico de estudios en torno a los efectos de los soportes sobre la comprensión y la recordación de lo que se lee, para insistir luego en el papel crucial de la lectura en la sociedad y recalcar la necesidad de no dejar su futuro ni en manos de intereses comerciales, ni tampoco del avance tecnológico. Este artículo es la base sobre la cual se sustenta el *Manifiesto de Liubliana sobre la lectura*, que se presentó en la Feria del Libro de Fráncfort en 2023.

Está, por último, el ya mencionado artículo de Michael Tamblyn, del que tomamos prestado el título para este dossier, que empieza por la diferenciación de cinco etapas en la comercialización del libro en el ámbito anglosajón, de las que la quinta y última es la que llama «el libro contra todo lo demás». Tamblyn enumera luego una serie de malas prácticas en las que incurren las editoriales en la gestión de los metadatos bibliográficos que se traducen, como recoge el título de su conferencia, en dinero dejado sobre la mesa por potenciales ventas que terminan perdidas.

Hemos querido, pues, poner en diálogo y debate perspectivas diversas para pensar el lugar del libro, de la lectura y de la industria editorial en el ecosistema cultural-mediático contemporáneo. Aunque sería inconducente apresurarse a decretar la decadencia del libro y de la industria editorial —tal como en su momento se probaron apresurados los vaticinios en torno a la muerte del libro impreso—, mal haríamos en desconocer que estamos asistiendo a un profundo cambio de paradigma, en el que ni el libro ni la industria se encuentran en un lugar cómodo.

De la lectura a la conversación: textualidades, pantallas e inteligencia artificial

Francisco Albarello

Las prácticas de lectura evolucionan de manera interdependiente con las tecnologías que sumamos para leer y escribir. Asistimos a un nuevo hito en la historia de la lectura: ya no solo se trata de leer en las pantallas, sino de conversar con otros y con el software a través de ellas. La lectura y la escritura se confunden en el entorno relacional y conversacional del ecosistema digital y alumbró nuevas textualidades en las que se difuminan cada vez más las fronteras entre autores y lectores.

El paso de la oralidad a la escritura fue una revolución tecnológica que tuvo efectos trascendentales en la historia de la cultura. Esta «tecnología de la palabra» (Ong, 1994) dio forma a la relación con el conocimiento y reestructuró la conciencia del ser humano al punto que no hubiera existido el pensamiento racionalista sin la escritura (Ong, 1967; Verón, 1999), dado que esta otorgó una distancia con las cosas y dio lugar a la abstracción.

Siguiendo a Ong, mientras que en el contexto de la oralidad la palabra era un evento del tiempo —una palabra dicha no se puede borrar porque pertenece al pasado una vez que se pronuncia—, con la escritura la palabra pasa a ser un evento del espacio: yace inmóvil sobre un soporte, esperando a que la lean o la pronuncien, y puede ser visitada tantas veces como sea necesario. Asimismo, otro efecto perenne de la escritura como tecnología es que permitió separar al texto del contexto en el que este tuvo lugar. Este

«espacio de inscripción» (Verón, 2013) permitió que la palabra quedara grabada para siempre, más allá del paso de los años y de la existencia de su creador.

Sin embargo, esto, que puede ser visto como una notable ventaja de la escritura sobre la oralidad, fue el argumento principal de la oposición de Sócrates a la escritura: las palabras siempre van a seguir diciendo lo mismo y van a necesitar de alguien que le explique al lector lo que quieren decir, ya que la sola disponibilidad de ese texto escrito no asegura que el que lo lee tiene las competencias necesarias para comprenderlo y el autor no está allí para asegurarse de que lo comprendan (Platón, 1969, p. 11).

Estas consideraciones nos permiten, de momento, llegar a dos conclusiones: en primer lugar, comprobar la estrecha relación entre el soporte a través del cual se vehiculizan las palabras, las características de ese texto y los efectos sociales que producen. En segundo lugar, esta relación entre soporte, contenidos y efectos sociales vuelve a hacerse evidente en el presente, ya que los cambios que atravesamos a raíz de la innovación tecnocultural del ecosistema digital están poniendo en tensión nuestros supuestos sobre las textualidades y las formas de leer y actualizando la relación entre oralidad y escritura.

1 • La materialidad de la lectura

La historia de la lectura nos brinda antecedentes interesantes para pensar en la relación entre formatos y tipos de textos. Por ejemplo, Cavallo y Chartier (2001) hablan en ese sentido de las diferentes clases de libros que existieron antes de la imprenta de Gutenberg:

➤ En los últimos siglos del libro copiado a mano se instauró una jerarquización duradera de los formatos, que distinguían entre el gran en folio, el libro da banco, que tenía que ser apoyado para ser leído y que era el libro universitario y de estudio; el libro humanista, más manejable en su formato mediano y que permitía leer los textos clásicos y las novedades; y por último, el *libellus*, el libro portátil, de bolsillo o de cabecera, de uso múltiple y de lectores más numerosos o menos pudientes. El libro impreso fue heredero directo de esa división en la que iban asociados en formato del libro, el género del texto, el momento y el modo de lectura. (Cavallo y Chartier, 2001, p. 47).

En la actualidad también comprobamos esta relación causal entre el tamaño, el tipo de texto y la función que este cumple en los hábitos de los lectores, ya que siguiendo a Chartier y Hébrard (2002) «los modos de leer varían primero en función de las finalidades de cada lectura» (p. 200). Según se desprende de la última encuesta del Sistema Nacional de Consumos Culturales de Argentina (SNCC, 2023), el 48% de los argentinos que lee noticias con frecuencia lo hace a través de las redes sociales y el 46% en diarios

digitales, principalmente a través del *smartphone* (58%), y solo un 14% en la versión en papel. En cambio, si se trata de lectura de libros, el formato más elegido es el impreso (28% frecuentemente y 20%, ocasionalmente), muy por encima de otros formatos, tales como los *ebooks* (12% de manera frecuente) y audiolibros (5%).

Del mismo modo, según los resultados de una encuesta realizada a 1.941 estudiantes de carreras de Comunicación y Periodismo de Argentina (Albarello, 2022), el 74% de los jóvenes decide leer las noticias en el *smartphone*, mientras que el 23% elige la PC. A su vez, para estudiar, el 84% elige la computadora como dispositivo principal (Albarello, 2020).

De acuerdo con Scolari, cada medio genera un pacto de lectura particular, y ese pacto de lectura se negocia en el espacio interactivo de la interfaz, esta «es una gramática de la interacción entre el usuario y el sistema» (2018). La interfaz es entonces ese lugar donde entran en juego las características del soporte de lectura y las apropiaciones que los lectores hacen del texto, asignándole a uno u otro dispositivo determinadas funciones y especificando géneros o tipos de textos para consumir allí, de acuerdo con sus intereses, necesidades, el momento de la lectura y las posibilidades de acceso.

Si nos remontamos de nuevo en la historia, vamos a encontrarnos con que los griegos concebían diversas acepciones del acto de leer, y estas estaban íntimamente relacionadas con la materialidad de la lectura. Por ejemplo, una de ellas consideraba que leer —naturalmente, en voz alta— era *distribuir* el texto. Como señala Svenbro, «se trataba de una lectura en voz alta ante una asamblea ante la cual se *distribuía* oralmente el contenido de las tablillas de escritura» (2001, p. 73). En la misma línea, otra de las acepciones griegas de *leer*, *anagignóskein*, era la de «reconocer los caracteres y descifrarlos» (Svenbro, 2001, p. 77), ya que estaban escritos de manera continua. Otro concepto entendía la lectura como la acción de «desenrollar» (*anelíssein*) un libro, o bien «recorrer» (*diexiénai*)» (Svenbro, 2001, p. 79).

“

La interfaz es entonces ese lugar donde entran en juego las características del soporte de lectura y las apropiaciones que los lectores hacen del texto, asignándole a uno u otro dispositivo determinadas funciones y especificando géneros o tipos de textos para consumir allí.

Es interesante en este sentido la relación directa que se establece entre estos significados del verbo leer con el soporte en el que tenía lugar: el rollo (de papiro o pergamino). Leer es «desenrollar» el libro o «recorrerlo con la vista». En la actualidad, el término *scroll* designa al rollo de la antigüedad y también al modo de desplazamiento estándar en las pantallas digitales.

2 • Leer con los otros: de la lectura en voz alta a las redes sociales

Convivimos con un ecosistema de tecnologías de lectura y escritura, en el cual las pantallas ocupan un lugar preponderante. Las pantallas son espacios de lectura y escritura que tienden a hibridar o mezclar esas prácticas que hasta el presente corrían por separado. Esto difumina aún más la frontera porosa que separaba al lector del autor. Contra la afirmación según la cual cada vez leemos menos, la realidad indica que cada vez leemos y escribimos más, pero fuera de la hegemonía de los libros impresos. Las funciones y los momentos de la lectura y la escritura se han diversificado a lo largo del día, lo que implica una «refundación de los pactos de lectura» (Albarelo, 2019, p. 95), ya que las textualidades y nuestra relación con ellas se han transformado.

Una de las transformaciones más significativas tiene que ver con la relación entre la lectura y la conversación, mediadas a través de las pantallas. Pero para comprender esta transformación tenemos que remontarnos al pasado para escudriñar nuevamente en la relación entre oralidad y escritura. De acuerdo con historiadores de la lectura como Cavallo y Chartier (2001), una de las revoluciones de la historia de la lectura tuvo que ver con el paso de la lectura en voz alta a la lectura silenciosa. Según estos autores, la lectura en voz alta no era solamente un acto social, pensado para ser realizado en un entorno comunitario como residuo de la tradición oral, sino también algo necesario para comprender el texto, ya que al estar las palabras sin espaciado (*scriptio continua*) se requería de la verbalización, ya sea en voz alta o en voz baja, para entender lo que se estaba leyendo (2001, p. 20).

Sin embargo, McLuhan señala que hay una persistencia de la lectura en voz alta aún después del comienzo de la separación de las palabras en el último período de la Edad Media, e incluso después del advenimiento de la imprenta en el Renacimiento. En palabras de Landow, hacia el año 1000, con la introducción de superficies baratas, se incluyeron los espacios entre palabras, y la lectura se convirtió en un acto silencioso, lo que, a su vez, «originó los conceptos modernos de una identidad interior y privada» (1998, p. 222).

“

Contra la afirmación según la cual cada vez leemos menos, la realidad indica que cada vez leemos y escribimos más, pero fuera de la hegemonía de los libros impresos. Las funciones y los momentos de la lectura y la escritura se han diversificado a lo largo del día, lo que implica una «refundación de los pactos de lectura».

Con la lectura silenciosa, la voz lectora pasó a «interiorizarse» (Svenbro, 2001), y se introdujo también un sentido de lectura como acto individual: «de la lectura como momento de vida asociativa propia de la *polis* se había pasado a la lectura como repliegue sobre sí mismo, como búsqueda interior» (Cavallo y Chartier, 2001, p. 29). Y, a tal punto ejerció esta práctica su influencia en la Edad Media que, según Saenger, «la intimidad que proporcionaba la lectura y la escritura silenciosas pudo haber fomentado también las manifestaciones de ironía y cinismo» (2001, p. 256).

Ahora bien, no es cierto que la lectura silenciosa sustituyera a la lectura en voz alta. Havelock sostiene que es un error considerar la oralidad y la cultura escrita como mutuamente excluyentes, ya que «entre ellas hay una relación de tensión creativa recíproca», a la vez que se puede comprender profundamente a la cultura escrita en tanto superpuesta a una oralidad «en la que nacimos y que aún gobierna gran parte de las interacciones normales de la vida cotidiana» (1995, p. 25). Para este autor—y en esto coincide con Ong—, «el ser humano natural no es escritor ni lector, sino hablante y oyente» (1994, p. 37), y desde ese punto de vista, «estos hábitos lingüísticos orales forman parte de nuestra herencia biológica, que puede ser complementada a través de la escritura, pero nunca enteramente sustituida por ella» (Havelock, 1994, p. 42).

Si la implantación de la escritura y luego de la imprenta supuso la «reducción del oído al ojo» (McLuhan, 1998), la revolución electrónica, iniciada por el telégrafo y continuada luego por la televisión, determinó que el ser humano vuelva a ser implicado en todos sus sentidos, en un proceso de comunicación que lo acerca a una «aldea global», lo que provoca la disolución de la Galaxia Gutenberg (McLuhan, 1998). Asimismo, McLuhan afirma que «nuestra época se traduce a sí misma a los viejos modos oral y auditivo, a causa de la presión electrónica de simultaneidad» (1998, p. 198).

Sin embargo, Ong señala que, en esta aldea global, la cultura electrónica, aun con la nueva activación del sonido, se basa en la escritura y la imprenta (1967). En ese sentido, el autor sostiene que con el teléfono, la radio y la televisión, la tecnología electrónica ha conducido a la era de la «oralidad secundaria», la cual ha engendrado un fuerte sentido comunitario: «escuchar palabras habladas convierte a los oyentes en grupo, un verdadero público, así como la lectura de textos escritos o impresos propicia la introspección en los individuos» (Ong, 1994, p. 134).

En la era digital, a partir de la irrupción de Internet y más específicamente de la masificación de la *world wide web* en los años noventa y de los dispositivos móviles conectados en red en la primera década de los 2000, la «oralidad secundaria» no ha hecho más que explotar y diversificarse, en el marco de un fenómeno más amplio denominado «cultura participativa» (Jenkins, 2008). Las redes sociales son el escenario propicio para las conversaciones y la lectura se introduce en esas conversaciones, convirtiéndose en una actividad no solamente individual, sino también colectiva. Entonces, la lectura silenciosa y en solitario como acto individual convive con la lectura con otros.

En paralelo al desarrollo de la *world wide web*, surgió otra tecnología que vino a alterar para siempre la relación entre lectura y escritura: el chat —creado en 1988 por el finlandés Oikarinen— es definido por Mayans (2002) como un «género confuso» que rompe con la dicotomía entre lenguaje escrito —caracterizado como formal, reflexivo y

“

Las redes sociales son el escenario propicio para las conversaciones y la lectura se introduce en esas conversaciones, convirtiéndose en una actividad no solamente individual, sino también colectiva. Entonces, la lectura silenciosa y en solitario como acto individual convive con la lectura con otros.

distante— y lenguaje oral —definido como próximo, espontáneo y no formal—. En otras palabras, el chat puede ser considerado una «hibridación entre oralidad y escritura» (Albarello, 2019, p. 141), así como también una «práctica letrada vernácula» (Cassany, 2008) que pone en tensión las prácticas canónicas de lectura y de escritura, las remezcla y las confunde. Con la aparición de los dispositivos móviles conectados a Internet y la proliferación de programas de mensajería como WhatsApp, el chat se convirtió en el modo dominante de comunicación contemporánea. En estas plataformas conviven textos, imágenes y sonidos, lo que da lugar a prácticas multimodales de comunicación (Kress, 2005), en las que se ponen en juego diversas competencias comunicacionales.

Para cerrar este apartado, vamos a destacar dos ejemplos que permiten dimensionar esta transformación de la lectura en el entorno conversacional de las redes, que tienen como protagonistas a los jóvenes. En primer lugar, cada vez más, el acceso a las noticias se da en un entorno conversacional. La «noticia incidental» (Mitchell et al., 2013; Boczkowski et al., 2018; Fernández Medina et al., 2018) hace referencia a la posibilidad de que los usuarios puedan encontrar noticias de manera repentina mientras están en contacto con un medio con otros propósitos, particularmente socializando a través de las redes sociales. En la investigación en la que se indagó sobre los hábitos noticiosos de estudiantes de carreras de Comunicación y Periodismo de Argentina (Albarello, 2022), se constató que la experiencia general de los jóvenes es la de que las noticias «les llegan» a ellos mientras están socializando en las redes.

Asimismo, otra de las maneras en las que la sociabilidad en las plataformas influye sobre los hábitos informativos es que las redes sociales son la «puerta de entrada» o el primer acceso a las noticias. En otras palabras, se enteran de lo que sucede casualmente por las redes, y si les interesa profundizar, van a buscar esa noticia en un sitio o aplicación de noticias (Albarello, 2022). El ciclo social de la noticia se completa cuando estos jóvenes conversan con sus contactos sobre las noticias que leyeron, ya sea para compartir impresiones y comentarios, ya para chequear la veracidad de esas informaciones (Albarello, 2020).

El segundo ejemplo corresponde a los denominados *influencers de la lectura*: *booktubers*, *bookstagrammers* o *booktokers*, de acuerdo con la plataforma en la que estos se den a conocer. Se trata de jóvenes que disfrutan compartir su afición por la lectura —generalmente de libros impresos— y realizan todo tipo de producciones en

las redes para promoverla. Los *booktubers*, por ejemplo, pueden ser considerados «mediadores culturales» o prescriptores de la lectura (Albarello et al., 2020), construyen comunidad y producen la «lectura de contagio» (Pérez Ojeda y López Camacho, 2015) en sus seguidores. A su vez, los *booktubers* recrean la lectura en voz alta de la antigüedad, recuperando algunas de las características del vivo televisivo y desempeñando una performance cercana al teatro para concitar la atención de sus seguidores.

En ese sentido, «la lectura no es más concebida exclusivamente como un acto individual, sino que la experiencia se completa cuando es compartida con los pares a través de estas redes» (Albarello et al., 2020, p. 22). Esta experiencia compartida, asimismo, es una actualización de lo que otros autores han denominado «comunidades de lectura» (Chartier, 1999; Vanderdorpe, 2002), «comunidades de interpretación» (Fish, citado en Cavallo y Cartier, 2001), «comunidades hermenéuticas» (Martín Barbero, 2002) o simplemente «comunidades de lectores» (Lluch, 2017), y son un componente más de la cultura participativa que da forma a la web.

“

Los *booktubers* recrean la lectura en voz alta de la antigüedad, recuperando algunas de las características del vivo televisivo y desempeñando una performance cercana al teatro para concitar la atención de sus seguidores.

3 • Leer con las máquinas: del hipertexto al chat-GPT

La irrupción del texto electrónico, marcada por el paso del libro impreso —del tipo códice— a la pantalla, ha sido señalado como uno de los hitos fundamentales en la historia de la lectura (Cavallo y Chartier, 2001). El cambio fundamental reside en la redefinición de la materialidad de las obras, al romper el vínculo físico que existía entre el objeto impreso —o manuscrito— y el texto, «proporcionando al lector, y no ya al autor o al editor, el dominio sobre el desglose o la presentación del texto que ofrece en la pantalla» (Cavallo y Chartier, 2001, p. 51).

El hipertexto —acuñado por Nelson en 1965 y definido como «un tipo de escritura no secuencial, un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva» (citado en Landow, 1995, p. 14) — se convirtió en el protocolo

de software universal sobre el cual se construyó la textualidad digital. Por su parte, Nielsen sostiene que «el rol activo del lector hace que más que de lectura se hable de navegación, para enfatizar que los usuarios deben determinar activamente el orden en el cual leen los *nodos*» (1995, p. 2).

En tanto que Moreno Hernández afirma que «la interpretación de un texto es, desde el punto de vista hipertextual, una forma de navegación a lo largo de distintas posiciones en diferentes contextos espacio-temporales» (1998, p. 105); Anne-Marie Chartier y Jean Hébrard, por su parte, indican que «leer significa “crear vínculos”» (2002, p. 169). Desde un enfoque filosófico que amplía más la mirada sobre este fenómeno, Lévy sostiene que «la hipertextualización es el movimiento inverso de la lectura, en el sentido en que produce, a partir de un texto inicial, una reserva textual y de instrumentos de composiciones gracias a las cuales el navegador podrá proyectar una multitud de otros textos» (1999, p. 40).

Entonces, si la creación de la escritura significó una reducción de la complejidad multisensorial del mundo a la linealidad de las palabras dispuestas sobre un soporte, el hipertexto reconquistó la multiplicidad de interpretaciones y de recorridos de lectura, que esta vez sí estuvieron en manos de los lectores a través de las pantallas. Lo que había sido una utopía perseguida por la posmodernidad literaria (Vouillamoz, 2000) o la teoría crítica (Landow, 1995) encontró su concreción inesperadamente en el mundo de la informática, y se popularizó gracias a las computadoras personales y al desarrollo de interfaces accesibles para los usuarios —devenidos ahora en «hiperlectores» (Burbules, 1997)—, quienes comenzaron a experimentar el hipertexto en su vida cotidiana al punto de transformarse en el modo natural de relacionarse con el texto digital.

Si el hipertexto fue el primer software que permitió establecer una relación diferente con la textualidad alterando para siempre los roles del autor, del lector y de la obra (Landow, 1995), el desarrollo de las plataformas, particularmente a partir de la segunda década del siglo XXI, está delineando el entorno en el cual tienen lugar las prácticas de lectura y escritura a través de las pantallas. Las plataformas de software son infraestructuras digitales que representan el estadio del capitalismo avanzado que se centra en la extracción y el uso de los datos como materia prima (Srnicek, 2018); la actividad de los usuarios en esas plataformas es la fuente de esa materia prima, lo que Van Dijck denomina «cultura de la conectividad» (2016).

La lectura y la escritura que los usuarios realizan en estas plataformas son influidas activamente por el software, creando verdaderas «burbujas de filtros» (Pariser, 2011), que limitan y condicionan la información a la que accedemos. Si en el hipertexto la libertad aparente del usuario estaba condicionada por las unidades textuales que había dejado dispuestas el creador de ese hipertexto para ser recorrido, con las plataformas de software ese condicionamiento se vuelve mucho más sutil y sofisticado (Albarello, 2019) y tiende a pasar desapercibido por la naturaleza invisible de las interfaces (Scolari, 2018). El software desempeña una función de «anclaje» (Lanier, 2011) que limita nuestras acciones cuando nos relacionamos con este.

Luego del hipertexto y las plataformas de software, el último hito en la relación entre la lectura y las pantallas tuvo lugar recientemente con la irrupción del chat-GPT. Si bien

la denominada inteligencia artificial nació con la creación de las primeras computadoras en los años cuarenta (Manovich, 2013), fue recién en la tercera década de este siglo que esta tecnología se volvió cotidiana, a partir de la presentación en sociedad de chat-GPT por parte de la compañía Open AI, que decidió hacerla accesible libremente a través de internet el 30 de noviembre de 2022.

Más allá de las polémicas desatadas, principalmente por los supuestos efectos peligrosos de la inteligencia artificial fuera del control de los seres humanos, en este apartado final nos detendremos en la influencia de esta sobre la lectura y la escritura. Si adoptamos una perspectiva evolutiva, tal como lo venimos haciendo a lo largo de este trabajo, podemos decir que lo que conocemos como inteligencias generativas no son más que la evolución de las computadoras en tanto medio de comunicación. En esa línea, Manovich (2013) plantea que la computadora, por un lado, simula o imita a los viejos medios a través del software (por ejemplo, las aplicaciones para la lectura de libros que emulan la interfaz del código impreso) y, por otro, la computadora —ya sea que hablemos de una PC o de un *smartphone*—, gracias al software que permite editar contenidos como textos, sonidos e imágenes fijas y en movimiento, se ha transformado en una plataforma para la creación de nuevos medios.

El chat-GPT, en este caso, por una parte, emula el funcionamiento del cerebro humano en tanto está basado en redes neuronales que permiten procesar la información acumulada por internet a gran velocidad; pero a la vez está dando lugar a nuevas interacciones con la información, disponible ahora a la velocidad de interacción que permite el chat. Precisamente, al estar disponible en lenguaje natural, el acceso a la información se vuelve mucho más sencillo, tal como en su momento la *interfaz gráfica de usuario* facilitó el mundo de las computadoras a los usuarios no especializados en la informática (Scolari, 2004).

Los seres humanos siempre le hemos atribuido cualidades antropomórficas a las máquinas. Por ejemplo, el antecedente de Eliza, creado por Weizenbaum en 1966, demostró que los usuarios no podían distinguir que se trataba de software y creían que Eliza era una psicóloga de carne y hueso (Aarseth, 1997). Esta capacidad de imitación del software se manifestó de distinta manera: por ejemplo, en el hipertexto el creador producía los nodos de información por los cuales podía navegar el usuario, asemejando el pensamiento asociativo humano. Ahora el chat-GPT ofrece respuestas preentrenadas con la información que tiene disponible en su cuantiosa base de datos, y gracias a su velocidad emula la interacción humana en tiempo real. No es casual, precisamente, que la forma que tomó la IA es la de una conversación: el chat.

Esto nos retrotrae al comienzo de la escritura y a los griegos, cuando Sócrates se oponía a la escritura porque confiaba más en la oralidad. La preocupación de Sócrates era el acceso al conocimiento (Wolf, 2008), ya que la gente iba a «creer que sabía» por el mero hecho de contar con la información a la mano. Para Sócrates siempre se va a necesitar de alguien que explique, porque estaba hablando desde el paradigma de la oralidad, en el cual el conocimiento se producía en el diálogo entre el discípulo y el maestro (Albarello, 2019, p. 125).

“

El texto ya no es una entidad cerrada y lineal que ofrece un único camino de lectura, sino una red abierta que se despliega delante de nuestros ojos en la medida en que la recorremos a partir de nuestras interacciones dialógicas combinando lectura y escritura, y produciendo una textualidad infinita y en perpetua transformación.

Ahora bien, el chat-GPT funciona con las preguntas. Dialogamos con las máquinas a través de la lectura y la escritura. De hecho, la clave en la interacción con estas inteligencias generativas está en hacer buenas preguntas —denominadas *prompts*— y no quedarnos con la primera respuesta, sino en continuar dialogando con ellas para sacarles el mejor provecho posible. En una investigación anterior (Albarello, 2019, p. 205), en la que se indagaba sobre las rutinas de estudio de jóvenes universitarios, se les preguntó sobre el uso del buscador Google. Los estudiantes afirmaban que una de las ventajas más importantes de estudiar con las computadoras residía en la posibilidad de hacer preguntas puntuales a Google y obtener la respuesta en el momento. Al buscador se lo consideraba una especie de profesor disponible las 24 horas del día para responder consultas puntuales, tantas como fuera necesario, para entender el texto que se estaba leyendo. Google funcionaba entonces como un asistente personal. En ese sentido, se planteaba en aquel momento si Google no estaba recreando el diálogo socrático entre el discípulo y el maestro (Albarello, 2019, p. 209).

Con el chat-GPT, podemos decir ahora que esta relación con lo textual se ha llevado al extremo al introducir la consulta en la conversación. En otras palabras, si los estudiantes en 2019 requerían una relación conversacional con el texto a través de un buscador que no había sido concebido para dialogar con los usuarios, hoy esa relación la encuentran en el chat-GPT. Se completa entonces la revolución iniciada con el hipertexto: el texto ya no es una entidad cerrada y lineal que ofrece un único camino de lectura, sino una red abierta que se despliega delante de nuestros ojos en la medida en que la recorremos a partir de nuestras interacciones dialógicas combinando lectura y escritura, y produciendo una textualidad infinita y en perpetua transformación.

Conclusiones

La lectura ya no es más lo que sucede solamente en el libro impreso. En la actualidad, las pantallas se van transformando en el dispositivo hegemónico de lectura en nuestra vida cotidiana, más allá de que muchos elijan el libro impreso para determinado tipo

de textos y de lecturas. La lectura silenciosa, individual y prolongada del libro convive con las pantallas, donde tienen lugar otro tipo de lecturas: fragmentadas, colectivas y relacionales. En las pantallas, la lectura se combina con la escritura y produce nuevos híbridos, del cual el chat representa el máximo exponente. La lectura trasunta las redes sociales, se contagia con la actividad de otros usuarios y se lee colectivamente recreando las comunidades de lectura de la modernidad. A la vez, reaparecen antiguas prácticas de lectura como la lectura en voz alta. La lectura crea comunidad y allí cobran sentido las relaciones que se tejen alrededor de los textos. Más que meros distractores de la lectura, las pantallas conectan con otros a la hora de leer.

Por otra parte, en las pantallas no solo leemos con otros, sino que leemos con las máquinas. La lectura es influida por el software, y la materialidad de la lectura se invisibiliza en interfaces que ofrecen una relación cada vez más natural con los textos a través de una interacción puramente humana como es la conversación. Las inteligencias generativas como el chat-GPT son el último peldaño, hasta el momento, en esta relación que se establece con los textos. En ese sentido, la tensión creativa entre oralidad y escritura vuelve a hacerse visible a través del chat para poner en evidencia la naturaleza relacional de los textos que hablan desde las pantallas.

Referencias

- AARSETH, E.** (1997). No linealidad y teoría literaria. En: G. Landow. *Teoría del hipertexto* (págs. 71-108). Paidós.
- ALBARELLO, F.** (2019). *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Ampersand.
- ALBARELLO, F., ARRI, F. Y GARCÍA LUNA, A.** (2020). *Entre libros y pantallas: los booktubers como mediadores culturales*. Universidad del Salvador.
- ALBARELLO, F.** (Editor). (2022). *Mutaciones: hábitos de información estudio de jóvenes en universidades argentinas*. UNR Editora. <https://tiendavirtual.unr.edu.ar/producto/mutaciones/>
- BOCZKOWSKI, P., MITCHELSTEIN, E., & MATASSI, M.** (2018). News comes across when I'm in a moment of leisure: Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, 20(10), 3523–3539. doi: 10.1177/1461444817750396
- BURBULES, N.** (1997). Rhetorics of the Web: Hyperreading and Critical Literacy. En Snyder, I (Ed.). *Page to Screen: Taking Literacy Into the Electronic Era* (págs. 102-122). New South Wales: Allen and Unwin.
- CASSANY, D.** (2008). *Prácticas letradas contemporáneas*. Ríos de Tinta.

- CAVALLO, G. Y CHARTIER, R. (2001). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Taurus.
- CHARTIER, A. M., HÉBRARD, J. (2002). *La lectura de un siglo a otro. Discursos sobre la lectura (1980-2000)*. Gedisa.
- CHARTIER, R. (1999). *Cultura escrita, literatura e historia*. Fondo de Cultura Económica.
- FERNÁNDEZ MEDINA, F., PROUST, V. Y NÚÑEZ-MUSSA, E. (2018). Consumo incidental de noticias en un contexto de redes sociales y múltiples pantallas. *RISTI*, E16, 308-320.
- HAVELOCK, E. (1995). La ecuación oral–escrito: una fórmula para la mentalidad moderna. En: N Torrance y D Olson (comps.). *Cultura escrita y oralidad* (págs. 25-46). Gedisa.
- JENKINS, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- KRESS, G. (2005). *El alfabetismo en la era de los nuevos medios de comunicación*. Ediciones El Aljibe-Enseñanza Abierta de Andalucía.
- LANDOW, G. (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós.
- LANDOW, G. (1998). Dentro de veinte minutos, o ¿cómo nos trasladamos más allá del libro?, En: G. Nunberg (comp.). *El futuro del libro* (págs. 213-241). Paidós.
- LANIER, J. (2011) *Contra el rebaño digital. You´re not a gadget: a manifesto*. Debate.
- LÉVY, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Paidós.
- LLUCH, G. (2017). Los jóvenes y adolescentes comparten la lectura. En F. Cruces (Dir.) *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores* (págs. 31-51). Ariel.
- MANOVICH, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury Academic.
- MARTÍN-BARBERO, J. (febrero 2002). Jóvenes, comunicación e identidad. *Pensar Iberoamérica, Revista de Cultura*, 0.
- MAYANS I PLANELLS, J. (2002). Género chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio. Gedisa.
- MITCHELL, A., KILEY, J., & GOTTFRIED, J. (2013). *The Role of News on Facebook Common yet Incidental*. PEW Research Center. <https://pewrsr.ch/3ScAl6D> (recuperado el 4 de diciembre de 2023).
- MCLUHAN, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Paidós.
- MCLUHAN, M. (1998). *La galaxia Gutenberg*. Círculo de Lectores.
- MORENO HERNÁNDEZ, C. (1998). *Literatura e hipertexto: de la cultura manuscrita a la cultura electrónica*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.

- NIELSEN, J.** (1995). *Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond*. Academic Press.
- ONG, W.** (1967). *In the Human Grain. Technological culture and its effect on man, literature, and religion*. The Macmillan Company.
- ONG, W.** (1994). *Oralidad y escritura. Tecnología de la palabra*. Fondo de Cultura Económica.
- PARISER, E.** (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. Penguin Group.
- PÉREZ OJEDA, C. Y LÓPEZ CAMACHO, A.** (2015). Los usos sociales de la lectura: del modo tradicional a otras formas colectivas de leer. En N. García Canclini, V. Gerber Bicecci, A. López Ojeda, E. Nivón Bolán, C. Pérez Camacho, C. Pinochet Cobos, Winocur, R. y I parraguirre, R. *Hacia una antropología de los lectores*. Ariel .
- PLATÓN.** (2000). *Diálogos III: Fedón – Banquete – Fedro*. Biblioteca Básica Gruchs.
- SAENGER, P.** (2001). La lectura en los últimos siglos de la Edad Media, En: G. Cavallo, R. Chartier, *Historia de la lectura en el mundo occidental* (págs. 211-260). Taurus.
- SCOLARI, C.** (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Gedisa.
- SCOLARI, C.** (2018). *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa.
- SISTEMA DE INFORMACIÓN CULTURAL DE LA ARGENTINA.** (2023). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales*. Ministerio de Educación. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/05/encc2023_informe_preliminar.pdf
- SRNICECK, N.** (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra Editora.
- SVENBRO, J.** (2001). La Grecia arcaica y clásica. La invención de la lectura silenciosa. En G. Cavallo, y R. Chartier. *Historia de la lectura en el mundo occidental* (págs. 67-108). Taurus.
- VAN DIJCK, J.** (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.
- VANDENDORPE, C.** (2002). *Del papiro al hipertexto. Ensayo sobre las mutaciones del texto y la lectura*. Fondo de Cultura Económica.
- VERÓN, E.** (2013) *La semiosis social 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Paidós.
- VOUILLAMOZ, N.** (2000). *Literatura e hipermedia*. Paidós.
- WOLF, M.** (2008). *Cómo aprendemos a leer. Historia y ciencia del cerebro y la lectura*. Ediciones B.

Francisco Albarello

Doctor en Comunicación Social por la Universidad Austral y licenciado en Comunicación Social, con énfasis en Periodismo, por la Universidad Nacional de la Plata. Es profesor titular de la Universidad Austral, donde se desempeña como secretario de Investigación de la Facultad de Comunicación e imparte clases en la licenciatura de la misma disciplina, así como en la maestría en Gestión de Contenidos. Sus libros más recientes son *Entre libros y pantallas: los booktubers como mediadores culturales* (Buenos Aires, Ediciones Universidad del Salvador, 2020), *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas* (Buenos Aires, Ediciones Ampersand, 2019) y *Edutubers. Docentes en pantallas* (Buenos Aires, Tilde Editora, 2024).

¿Por qué las pequeñas y medianas editoriales necesitan aprender nuevas prácticas —y por qué esto supone un gran reto—?

¿Cómo las plataformas digitales, la suscripción y la digitalización de todo el proceso de edición de libros están a punto de transformar la industria editorial?

Rüdiger Wischenbart

Cuando se habla de la industria editorial no suelen tenerse en cuenta plataformas y empresas emergentes cuyos modelos de negocio están proponiendo nuevas formas de producir y acceder a los contenidos con significativo éxito entre el público. El paso del libro impreso unitario a la suscripción y la serialización suponen nuevas formas de monetización para las que las editoriales pequeñas y medianas no parecieran estar preparadas.

«¿Cómo le está yendo a la industria editorial en estos días?», me preguntan de vez en cuando, tanto gente del libro como lectores que sienten curiosidad por la situación de una industria que promete poner en sus manos una y otra vez una nueva gran lectura. Normalmente, hago una mueca divertida y respondo: «Depende». Y esta respuesta anodina no es un gesto extraño para distraer la atención de una pregunta desagradable; por el contrario, quiero reconocer una falta de claridad verdaderamente espantosa sobre lo que queremos decir cuando hablamos hoy del negocio del libro o de la industria editorial.

1 • Faltan tantas cosas cuando decimos *industria editorial*

Hace ya un año, estaba en plena edición del *Global 50 Publishing Ranking*, una lista y un análisis de las cincuenta corporaciones editoriales más grandes del mundo, que preparo todos los veranos desde 2007. En un momento dado, a mitad de camino, me detuve de golpe al darme cuenta de cuántos segmentos del *negocio del libro* —algunos pequeños, otros enormes— no tenían representación alguna en la recopilación de empresas que yo destacaba, entre las que están el gigante de los libros de interés general Penguin Random House, la editorial educativa Pearson o Wolters Kluwer, que nutre de publicaciones, sobre todo digitales, a tantos abogados, contadores o profesionales de la salud de todo el mundo. Faltaban casi todos los títulos autopublicados, lo mismo que todas las novelas románticas y de fantasía producidas por escritores ávidos en plataformas como Kindle Direct Publishing (KDP), simplemente porque Amazon no revela mucha información al respecto. Cuando se habla de autopublicación, Amazon no es el único que juega en el planeta. En muchos países, estas empresas de servicios para autores han surgido como una industria autóctona, como en el caso de Argentina, donde incluso igualan en producción de títulos a las mayores editoriales tradicionales de la región —aunque la situación es más precaria si se consideran los ingresos medios que un autor puede generar con su obra—.

Más importante aún que la mera magnitud de libros lanzados y vendidos, surge un aspecto fundamental en estas aproximaciones al negocio del libro: los distintos modelos de autopublicación conectan directamente a los autores con los lectores. El papel tradicional del editor como guardián del santo grial de los libros y la lectura puede saltarse sin más, ya que los autores pueden producir sus obras en la mesa de la cocina y crear una comunidad de lectores a través de los medios de entrada y salida de una plataforma en línea, sin necesidad de que ningún tercero controle el proceso.

Rápidamente, cambié por completo mi ángulo de observación, ya no buscando en específico a los editores, sino identificando —a vuelo de pájaro— cómo los creadores y el público pueden conectarse hoy a través de redes descentralizadas en un flujo continuo de narrativas. Algunos ejemplos.

“

El papel tradicional del editor como guardián del santo grial de los libros y la lectura puede saltarse sin más, ya que los autores pueden producir sus obras en la mesa de la cocina y crear una comunidad de lectores a través de los medios de entrada y salida de una plataforma en línea, sin necesidad de que ningún tercero controle el proceso.

2 • Cuentos de buenas noches para niñas rebeldes

Ya en 2016 me había topado con un libro impresionante con el que sus creadoras habían puesto patas arriba gran parte del modelo tradicional de edición de libros. *Cuentos de buenas noches para niñas rebeldes* es un volumen con breves y convincentes retratos de mujeres destacadas a lo largo de la historia y las civilizaciones, muy bien ilustrado, cuidadosamente producido como un libro de mesa, que invita instantáneamente a sus lectoras —en este caso niñas de entre 8 y 12 años— a apropiarse por completo de ese libro.

Sin embargo, *Cuentos de buenas noches* era diferente de otros libros de inspiración similar, en la medida que se concebía como una comunidad en línea; había sido preparado en una *startup* por dos mujeres de Italia que se habían trasladado a Silicon Valley y recaudado una importante cantidad de dinero mediante micromecenazgo, y quienes en últimas utilizaron a editoriales tradicionales de todo el mundo como sus *proveedores de servicios*. De hecho, Elena Favilli y Francesca Cavallo, las dos creadoras, habían definido cada detalle, desde los gráficos hasta su *comunidad objetivo* de chicas y sus formas de apropiación, animándolas a no limitarse a ver su libro como un objeto físico, sino como un punto de entrada a una comunidad —conectada digitalmente— de almas y corazones. Las editoriales tradicionales que adquirieron una *licencia* para participar se limitaron al cumplimiento de un encargo y punto. En poco tiempo, *Niñas rebeldes* vendió 8,5 millones de libros en cincuenta idiomas en 110 países.

3 • Tonies

Otro ejemplo interesante se lanzó por las mismas fechas en Berlín, apuntándole a un público aún más joven. La *caja* Tonie es un aparato para audiolibros que puede controlar un niño de dos años. Es suficientemente robusta como para rodar por el universo infantil y soportar su trajín, a pesar de que alberga en su interior, bajo una agradable superficie blanda, algunos componentes electrónicos de primera categoría que permiten descargar, almacenar y reproducir cuentos que vienen en soporte físico en la forma de pequeñas figuras, que incluso niños tan pequeños pueden reconocer e identificar fácilmente.

Cuando se conecta a una red Wi-Fi, los niños o los padres pueden incluso convertirla en una herramienta creativa para grabar, almacenar y reproducir sus propias historias. Como cualquier *editorial de formatos especiales*, la empresa Tonies adquiere y procesa acuerdos de licenciamiento con cerca de doscientas editoriales líderes a escala internacional —o titulares de derechos de autor— entre las que se encuentran Disney, Paramount, Hasbro, Mattel o Penguin Random House. Al mismo tiempo, publica contenidos originales. En conjunto, las Tonies generan actualmente unos ingresos de 258 millones de euros. Aquí aparece otro cambio sistémico: la adquisición, producción y distribución de contenidos convergen en un ecosistema altamente integrado.

4 • Webtoons

La transformación no se detiene ahí. Hablando con la hija de unos amigos que en ese entonces tenía dieciséis años, ávida lectora, me di cuenta de cómo su lectura abarcaba una variedad tanto de formatos como de canales *de fuentes* de narrativas —y aquí elijo cuidadosamente mis palabras al introducir el término *fuentes*— que incluyen mucho más que esos objetos de papel encuadernado e impreso que adornan las estanterías.

En un momento dado, me había preguntado cómo conseguir un ejemplar del último tomo de una serie de novelas estadounidenses para jóvenes adultos —en idioma original, por supuesto—. ¿Para qué? No para mejorar sus conocimientos de inglés, que ya eran buenos, solamente quería acortar la espera de la traducción alemana.

En segundo lugar, al margen, había empezado a sumergirse en el k-pop: todas las formas de historias coreanas animadas que se difunden, no solo en coreano, sino también en inglés, como películas, clips o publicaciones en un teléfono inteligente, y ocasionalmente, también en papel. Para mí, los aspectos más destacables son, una vez más, el formato fluido y la serialización de la narración, que permiten que estas historias se consuman como un flujo continuo (o fuente —*feed*—) de contenido, independientemente de que se consuman en una pantalla grande o pequeña, listas y consumibles donde sea y cuando sea, con solo el (joven) receptor al mando. Una vez más, se trata en gran medida de una *propiedad* simbólica.

“

Algunas de las narrativas creadas son enormes y abarcan mundos ficticios completos, pero están estructuradas de forma tal —generalmente mediante la *serialización* de la narración— que permiten su consumo en pequeños fragmentos, como *snacks*, y, como ya se ha dicho, *cuando sea y donde sea*.

Inicialmente, la plataforma coreana Webtoons ha sido pionera en estos flujos, convirtiéndolos en un fenómeno global de la cultura para jóvenes adultos. Por el camino ha adquirido la plataforma canadiense de escritura, Wattpad (que había comenzado hace tiempo como un mero escenario para fanficción), para formar una red extendida combinada que genera hoy 856 millones de dólares de ingresos en todo el mundo.

El *formato* de estas historias, que se producen, consumen, discuten y reenvían a través de comunidades digitales de seguidores, se ha adaptado para ajustarse a estas formas. Algunas de las narrativas creadas son enormes y abarcan mundos ficticios completos, pero están estructuradas de forma tal —generalmente mediante la *serialización* de la narración— que permiten su consumo en pequeños fragmentos, como *snacks*, y, como ya se ha dicho, *cuando sea y donde sea*. Los modelos de negocio también se han adaptado. La suscripción —o las ofertas *freemium*—, en lugar de las compras por artículo o título, conforman la columna vertebral comercial. Irónicamente, estos ecosistemas digitales tan dinámicos han vuelto a ramificarse y han abierto un importante *camino de regreso* que conduce de nuevo al mundo físico.

5 • TikTok

Otra plataforma digital, esta vez de la República Popular China, se ha convertido de repente en el escaparate de los jóvenes adultos de todo el mundo para mostrar sus libros favoritos —curiosamente no bajo una apariencia digital, sino como objetos físicos, impresos en papel, producidos en ediciones elaboradas especialmente para las estanterías de los jóvenes—. En tan solo un par de años, TikTok presenció el surgimiento de BookTok, como un canal especializado en libros, que en 2022 se convirtió quizá en el motor más fuerte para la difusión de libros (impresos) entre los jóvenes lectores. En 2023 aparecieron los premios BookTok y se rumora el lanzamiento del sello editorial BookTok, con lo que se cierra el círculo del libro físico y digital.

6 • La tradicional industria editorial

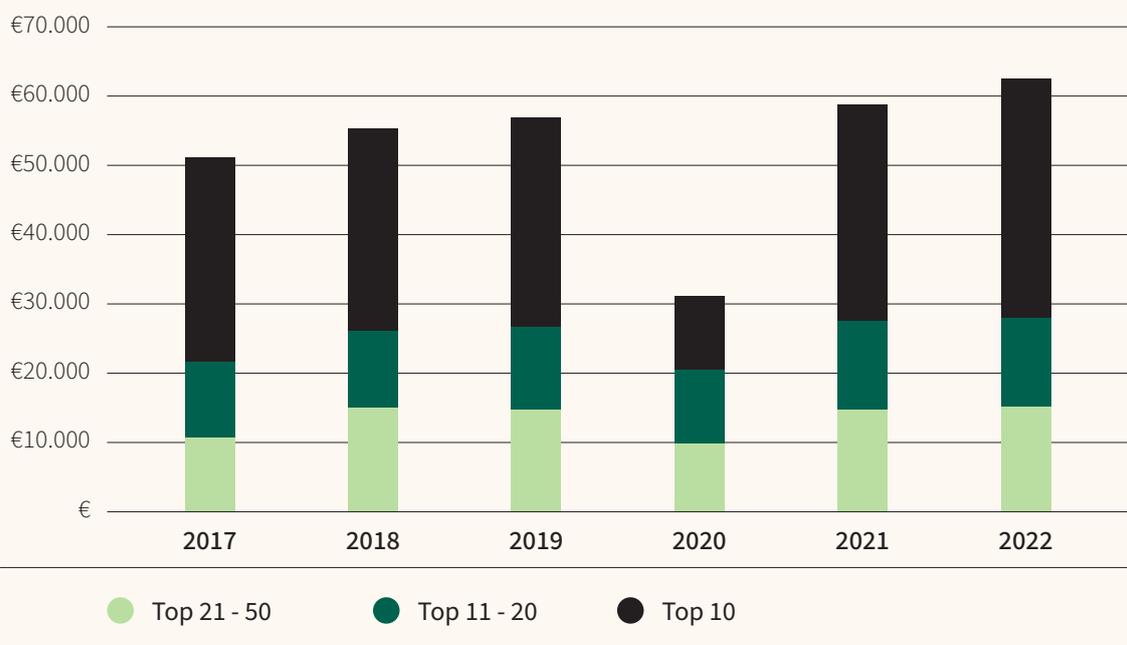
¿Y qué ha sido mientras tanto del concepto editorial de la intermediación? Una vez más, depende de cómo se mire y desde qué ángulo. A primera vista, vemos —y oímos— a la gente del libro presumir de lo bien que la industria ha resistido la digitalización, la pandemia y demás. Únicamente se culpa a la subida vertiginosa del precio del papel y de la impresión de algunas tensiones en los balances. De hecho, visto a través del lente del *Global 50 Publishing Ranking*, el crecimiento estable y continuo parece definir el negocio editorial.

En los últimos años, se ha producido una concentración significativa entre las principales editoriales de interés general. Desgraciadamente, los datos financieros publicados solo permiten hacer una evaluación sólida de unas pocas empresas —la mayoría de los grupos editoriales regionales o nacionales son de propiedad privada y se abstienen de publicar datos sobre sus beneficios—.

Gráfica 1



Ingresos de las cincuenta editoriales más grandes del mundo (2017-2020). Evolución de los ingresos generados, en millones de euros, por las cincuenta mayores corporaciones editoriales del mundo (incluye editoriales de los distintos subsectores: interés general, educativo, profesional y científico).



Fuente: Global 50 Publishing Ranking 2023

Tabla 1

Ingresos y beneficios anuales de las mayores editoriales de interés general del mundo (2018-2022). Valores en millones reportados por las propias editoriales, en sus respectivas monedas y medidas de beneficios.

	2018	2019	2020	2021	2022
Penguin Random House	EUR (millones)	EUR (millones)	EUR (millones)	EUR (millones)	EUR (millones)
Ingresos	3.424	3.636	3.802	4.030	4.222
Ebitda	528	561	691	755	666
Ebitda en % de la facturación	15%	15%	18%	19%	16%
Desarrollo interanual del Ebitda	1%	6%	23%	9%	-12%
Hachette Livre	EUR (millones)	EUR (millones)	EUR (millones)	EUR (millones)	EUR (millones)
Ingresos	2252	2384	2357	2598	2748
Ebitda	190	220	246	351	302
Ebitda en % de la facturación	8%	9%	10%	14%	11%
Desarrollo interanual del Ebit	-10%	16%	12%	43%	-14%
Harper Collins	USD (millones)	USD (millones)	USD (millones)	USD (millones)	USD (millones)
Ingresos	1758	1754	1666	1985	2191
Ebitda	244	253	214	303	306
Ebitda en % de la facturación	14%	14%	13%	15%	14%
Desarrollo interanual del Ebitda	23%	4%	-15%	42%	1%

Simon & Schuster	USD (millones)	USD (millones)	USD (millones)	USD (millones)	USD (millones)
Ingresos	825	814	901	993	1177
Ingresos operativos	144	143	141	213	248
Ingresos operativos en % de la facturación	17%	18%	16%	21%	21%
Evolución interanual de los ingresos operativos	9%	-1%	-1%	51%	16%

Bonnier	SEK (millones)	SEK (millones)	SEK (millones)	USD (millones)	SEK (millones)
Ingresos de Bonnier Books	5867	5770	6112	6919	7416
Ebita de Bonier Books	392	250	392	573	385
Ingresos operativos en % de la facturación	7%	4%	6%	8%	5%
Evolución interanual de los ingresos operativos	-10%	-36%	57%	46%	-33%

Varios indicadores apuntan a importantes retos en la rentabilidad, especialmente en 2022 y 2023. Puede que sea demasiado pronto para hacer una valoración completa sobre la importancia de una caída repentina de los beneficios en varias empresas. Algunas adquisiciones recientes (y absorciones fallidas) han aumentado, o habrían aumentado, el tamaño de una empresa, en volumen de negocio global, aunque sin producir necesariamente beneficios significativos de tal escala.

El caso de Simon and Schuster es una excepción interesante. La oferta pública de adquisición por parte de Penguin Random House, de Bertelsmann, fracasó por objeciones de competencia. Ahora, un grupo de capital de riesgo parece haber logrado hacerse con el premio, aunque a un precio mucho más bajo y con un planteamiento mucho más humilde. Se trata de explotar la propiedad intelectual del singular catálogo de la empresa para aprovecharlo con un agresivo método de *cortar y fragmentar*, según voces del sector.

Adquisiciones similares, ambiciones de reestructuración y exploraciones para reestructurar un negocio del libro comercialmente viable a gran escala, o al menos a mediana escala, pueden encontrarse en varias geografías alrededor del mundo. No se trata solo de respuestas al aumento de los costos o de la ambición de aumentar la escala y la cuota de mercado. De hecho, la industria editorial (tradicional) se enfrenta a oleadas

“

La industria editorial (tradicional) se enfrenta a oleadas de nuevos competidores y modelos de consumo. La cuestión de la competencia queda mucho más clara cuando el consumo de libros no se mide por el valor (o los ingresos generados), sino por el volumen (unidades consumidas).

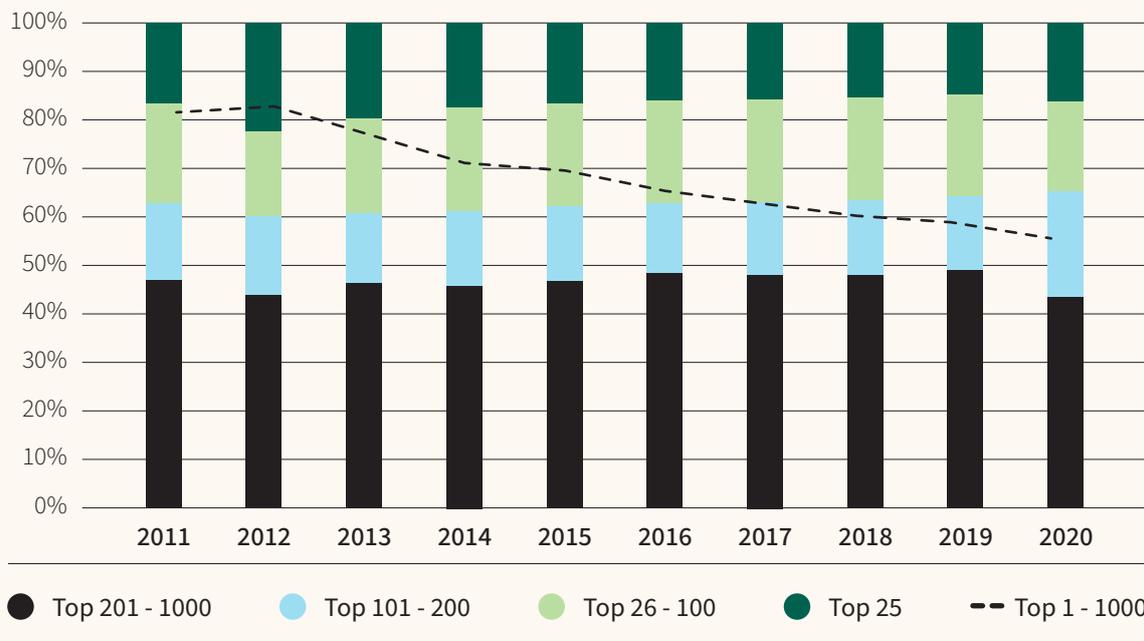
de nuevos competidores y modelos de consumo. La cuestión de la competencia queda mucho más clara cuando el consumo de libros no se mide por el valor (o los ingresos generados), sino por el volumen (unidades consumidas).

Un estudio a largo plazo que he podido elaborar por cortesía de la empresa alemana de estudios de mercado MediaControl, con datos relativos a la compra de libros en los territorios de habla alemana de Alemania, Austria y Suiza (comúnmente denominados DACH), revela una tendencia clara, aunque poco amable desde hace tiempo (Gráfica 2).

Gráfica 2



Ventas en unidades de los mil títulos de ficción en lengua alemana más vendidos (2011-2020). La línea de tendencia (punteada) muestra el número absoluto con respecto a la participación o cuota, en porcentaje, de los títulos más vendidos frente a los de la *midlist*.



Fuente: MediaControl. Cálculos: Wischenbart Content and Consulting

La línea de tendencia muestra la continua disminución en el número absoluto de títulos vendidos (impresos) por editoriales tradicionales en el segmento de los mil títulos de ficción más vendidos en un año determinado. El descenso es tan continuo que incluso el primer año pandémico (2020) no muestra ninguna desviación significativa respecto al patrón general. Los datos registrados incluyen todas las ventas, a través de tiendas físicas y en línea, incluido Amazon. Por desgracia, no se dispone de una base de datos comparable que incluya también de forma fiable las ventas digitales a través de canales no tradicionales como la autopublicación, Kindle Direct o similares.

Sin embargo, la evolución negativa de las unidades de libros consumidas no refleja necesariamente un menor interés de los consumidores por los libros, ni por las ofertas de contenidos narrativos, narrativos lineales o educativos que comúnmente relacionamos con los libros. Yo diría más bien que asistimos a cambios en los que las ofertas tradicionales se enfrentan en parte y cada vez más a ofertas alternativas —en opinión de los consumidores— relevantes y valiosas, en particular de proveedores distintos de los tradicionales (que solían ser solo editoriales), y a formatos, modos de consumo y modelos comerciales diferentes que, en su gran mayoría, no son objeto de seguimiento por medio de los datos de investigación de mercado establecidos.

Si esta suposición es correcta, y el impacto de los nuevos participantes en el mercado y de las nuevas pautas y preferencias de consumo es tan significativo en un mercado del libro tan maduro como el alemán, debemos suponer que las repercusiones deben ser masivas en mercados que lo son menos, como América Latina, Oriente Medio y África o el sur de Asia. Por desgracia, carecemos de los datos necesarios para dibujar un panorama más realista, así como de los motores y la dinámica de la transformación que se produce día a día ante nuestros ojos.

7 • Cambio de paradigmas: del libro a la biblioteca

Estas profundas transformaciones no son realmente una sorpresa. En 2008 —solo un año después de que Amazon lanzara el dispositivo de lectura electrónica Kindle y la plataforma Kindle Direct Publishing—, publiqué un ensayo bajo el título «Ripping Off the Cover», como una forma de sintetizar lo que yo pensaba que estaba ocurriendo con la digitalización. En el artículo argumentaba:

➤ [Cabe esperar] un cambio de paradigmas, del libro a la biblioteca, del contenedor al formato; de los artículos individuales a los cuerpos enlazados de contenido, y de los lectores individuales a las comunidades de usuarios en redes, [que puede desencadenar múltiples transformaciones fundamentales en torno al libro, la edición y la lectura], [y pronosticaba] que podemos reconocer la inmensa riqueza de los encuentros directos entre los libros —y, por tanto, entre autores— y los lectores que pueden desarrollarse potencialmente a través de las redes digitales. (Wischnebart, 2008)

En general, esto es lo que observamos hoy, quince años después, en todo el negocio y la cultura del libro, el consumo de libros y la lectura.

8 • ¿Por qué los pequeños editores tienen que preocuparse por esta transformación?

Se trata de una pregunta cándida, pero razonable. «¿Por qué molestarme?», podría argumentar una pequeña editorial tras haberse asentado a lo largo de los años en un pequeño nicho, creando un perfil temático claro y atendiendo a una sólida comunidad de clientes y socios comerciales. Para algunos, este enfoque puede subsistir en los próximos años; pero para otros el negocio puede erosionarse y, en última instancia, fracasar, ya que sus clientes se marchan o nuevos competidores se hacen con su nicho. En muchos de estos casos, existen pocas alternativas para volver a crear un negocio con todo lo que ello conlleva.

Salir de la cadena de valor tradicional del negocio del libro y subirse activamente a la ola de la transformación digital supone un reto considerable, especialmente para los pequeños operadores editoriales. Jugar este nuevo juego exige aprender nuevas prácticas, desde el trabajo con autores y creadores afines hasta la producción de libros, y la promoción y distribución directas a las comunidades de consumidores finales. Trabajar con plataformas digitales implica combinar libros físicos —impresos— con múltiples elementos digitales —libros digitales, audiolibros, así como también comunicación y mercadeo digitales— y coordinar esfuerzos a través de múltiples canales de distribución. Gestionar con éxito esta complejidad requiere ajustar todo el flujo de trabajo de una empresa, lo que puede resultar costoso y aumentar los riesgos.

En 2021, en el marco de un proyecto piloto europeo llamado SIDT (*Sustaining and Innovating Cultural Diversity in Literary Translations*), exploramos qué competencias y técnicas podrían necesitar aprender las editoriales más pequeñas, y cómo podría impartirse formación profesional en estas cualificaciones. Nuestros aprendizajes fueron a la vez emocionantes y aleccionadores.

“

Para los editores, la transformación subyacente exige redefinirse, pasando de ser poderosos guardianes a convertirse en proveedores de servicios para todas las partes interesadas del sector del libro, desde los creadores y autores hasta los comerciantes y, lo que es más importante, los numerosos públicos.

Irónicamente, las restricciones impuestas por la pandemia de covid-19 nos sirvieron para cambiar radicalmente a aproximaciones basadas en plataformas digitales de aprendizaje para todo el programa y celebrar todos nuestros seminarios en línea (véanse algunos ejemplos en <https://sidt-books.eu/>)¹. Al mismo tiempo, tuvimos que enfrentarnos a las duras realidades de la práctica del negocio del libro. Tuvimos que darnos cuenta de la fuerza que tienen especialmente las editoriales más pequeñas en sus respectivos mercados y comunidades locales y regionales.

No existe ninguna caja mágica suprema llena de sabiduría abstracta que sea omnipresente y aplicable en todos los ámbitos. No obstante, algunas directrices generales se hicieron evidentes. Para los editores, la transformación subyacente exige redefinirse, pasando de ser poderosos guardianes a convertirse en proveedores de servicios para todas las partes interesadas del sector del libro, desde los creadores y autores hasta los comerciantes y, lo que es más importante, los numerosos públicos. El obstáculo que hay que superar es grande; pero quien consiga gestionar esta transición se verá recompensado con beneficios de estabilidad y ventaja competitiva.

Referencias

- BOOKTOK.** (s. f.). *TikTok - make your day*. Recuperado de <https://www.tiktok.com/tag/BookTok>
- FAVILLI, E., & CAVALLO, F.** (2016). *Good Night Stories for Rebel Girls*. Rebelgirls. <https://www.rebelgirls.com/products/good-night-stories-for-rebel-girls>
- KENNEALLY, C.** (2023, diciembre 3). Wischenbart Report on Global 50 Publishers Arrives. *Velocity of Content*. <https://velocityofcontentpodcast.com/wischenbart-report-on-global-50-publishers-arrives/>
- SIDT – SUSTAINING AND INNOVATING CULTURAL DIVERSITY IN LITERARY TRANSLATIONS.** (s. f.). *Sidt-Books.Eu*. Recuperado de <https://sidt-books.eu/>
- TONIES.** (s. f.). *Tonies*. Recuperado de <https://us.tonies.com/>
- WATTPAD WEBTOON STUDIOS.** (s. f.). *Wattpad Creators*. Recuperado de <https://creators.wattpad.com/programs-and-opportunities/wattpad-webtoon-studios/>
- WEBTOON ENTERTAINMENT.** (s. f.). *Webtoons.com*. Recuperado de <https://www.webtoons.com/en/about>

1. En 2024 se lanzará un proyecto que le dará continuidad con materiales de formación centrados en la innovación para pequeños editores en <http://www.thinkpub.eu>

WISCHENBART CONTENT UND CONSULTING. (2023). *Global 50. The ranking of the publishing industry 2023* (1ª ed.). Bookdao; The Bookseller; Livres Hebdo; Publishers Weekly.

WISCHENBART, R. (2008). Ripping off the cover: Has digitization changed what's really in the book? *Logos*, 19(4), 196–202. <https://doi.org/10.1163/logo.2008.19.4.196>

Rüdiger Wischenbart

Fundador de Wischenbart Content and Consulting, empresa dedicada al estudio del mercado editorial mundial y sus transformaciones. En 2017, lideró el estudio pionero *How Big Is Global Publishing? A bird's eye perspective*, en el que se propuso medir el tamaño de la industria editorial en el mundo. Desde 2007, publica y actualiza año a año el informe *The Global 50 Publishing Ranking*. En compañía de Thad McIlroy escribió el reporte *Publishing Beyond Publishers* (2024), en el que se analizan los modelos de negocio de plataformas que producen contenidos de *orden libresco*, pero que no suelen ser consideradas cuando se habla de la industria editorial. Algunos de esos modelos se mencionan en este artículo.

¿Por qué es importante la lectura de alto nivel?*

Adriaan van der Weel • André Schüller-Zwierlein
• Anne Mangen • Miha Kovač

Las nuevas prácticas de consumo cultural, caracterizadas por la hibridación y el solapamiento, están desplazando a un renglón secundario a la lectura. ¿Qué se podría estar perdiendo y por qué esa pérdida debería ser motivo de alarma?

Las sociedades se enfrentan a transformaciones fundamentales, ya que las tecnologías digitales están cambiando nuestra forma de vivir, interactuar, trabajar, estudiar y leer. El impacto social y cultural del proceso de digitalización en las competencias y prácticas lectoras sigue siendo objeto de escasa investigación. Aunque las tecnologías digitales ofrecen un gran potencial para nuevas formas de lectura, investigaciones empíricas recientes muestran que el entorno digital está teniendo un impacto negativo en la lectura, en particular en la lectura de larga duración y en la comprensión lectora. Tampoco está claro si la transición a los medios digitales cumple realmente su promesa de mejorar los resultados del aprendizaje.

Estudios recientes de diversa índole indican un declive de competencias y prácticas lectoras cruciales de alto nivel, como la lectura crítica y consciente, la lectura lenta, la lectura no estratégica y la lectura prolongada. La política educativa actual, por su parte, se basa en gran medida en pruebas estandarizadas monoculturales de las capacidades básicas de lectura y en el uso creciente de las tecnologías digitales. La educación, la evaluación, la investigación y la formulación de políticas en materia de lectura deberían centrarse más en las prácticas de lectura de alto nivel, tanto en adultos como en niños, a fin de comprender el desarrollo de las capacidades y prácticas lectoras en una época cada vez más dependiente de una infraestructura digital omnipresente.

* Este artículo se publicó por primera vez en inglés, en el volumen 27, número 9, de la revista académica *First Monday* (septiembre 2022), DOI <https://doi.org/10.5210/fm.v27i5.12770>. Su traducción es posible gracias al permiso de los autores y de *First Monday*.

“

Aunque las tecnologías digitales ofrecen un gran potencial para nuevas formas de lectura, investigaciones empíricas recientes muestran que el entorno digital está teniendo un impacto negativo en la lectura, en particular en la lectura de larga duración y en la comprensión lectora. Tampoco está claro si la transición a los medios digitales cumple realmente su promesa de mejorar los resultados del aprendizaje.

1 • ¿Por qué este artículo?

A. El descenso de la motivación por la lectura y de las competencias lectoras; el estrechamiento de las prácticas lectoras

A pesar de las demandas que nuestro mundo tan desarrollado impone a la lectura, la realidad es que hoy en día muchas personas tienen dificultades para adquirir incluso las destrezas de lectura básicas, y las destrezas y hábitos de lectura de nivel superior están disminuyendo. Hasta una cuarta parte de la población estadounidense no lee libros (Gelles-Watnick y Perrin, 2021). Un tercio de la población adulta alemana lee un libro menos de una vez al mes (Statista, 2022). El estudio PISA más reciente (OCDE, 2021) mostró un marcado descenso de la lectura en el tiempo libre, ya que aproximadamente un tercio de los estudiantes declararon que rara vez o nunca leen libros por ocio. Además, el 49% estaba de acuerdo o muy de acuerdo con la afirmación «Solo leo si tengo que hacerlo», lo que supone un aumento aproximadamente de 13 puntos porcentuales con respecto a PISA 2000 (OCDE, 2021). Hasta un tercio de la población europea tiene dificultades incluso con las destrezas lectoras de nivel inferior. Los contratiempos que puedan sufrir las destrezas lectoras de nivel superior solo podemos conjeturarlos, ya que no se miden en absoluto. Sin embargo, para poder desenvolverse en las complejidades de la sociedad de la información, estas destrezas de lectura de alto nivel son hoy más vitales que nunca.

B. La importancia de la alfabetización y especialmente de la lectura

Las sociedades alfabetizadas modernas son el resultado de una larga evolución cultural en la que la lectura y la escritura han adquirido una importancia cada vez mayor. El nivel de alfabetización de las personas determina en qué medida pueden prosperar, o incluso ser funcionales, en una sociedad alfabetizada.

La alfabetización —la lectura y la escritura— permite la transmisión y conservación de la información y el conocimiento en todos los ámbitos de la vida: noticias, administración pública, ciencia y erudición, religión, educación, etcétera. También facilita el intercambio de juicios y emociones humanas complejas. Dado que constituye la base del aprendizaje a lo largo de la vida, las personas de todas las edades necesitan buenas competencias de lectura. Además, como efecto secundario no intencionado, la lectura también ejercita la disciplina, la atención y la paciencia cognitiva. Aunque no necesariamente se persiga conscientemente, este efecto es muy apreciado (van der Weel, 2018). Por último, pero no por ello menos importante, la lectura es la herramienta de pensamiento más central y poderosa que tenemos.

“

Con demasiada frecuencia, la lectura se aplanan conceptualmente y se simplifica en exceso, reduciéndola a las destrezas básicas de decodificación.

Del mismo modo que los individuos dependen de unas buenas habilidades lectoras para su bienestar y desarrollo personal, la sociedad depende de ellas para el desarrollo económico, para la participación social y política y, por tanto, para la democracia. De ahí que la sofisticada sociedad actual no es solo producto de la lectura, sino que depende de ella para su supervivencia futura y su capacidad de recuperación.

Este fundamental papel cultural y social de la lectura no siempre está suficientemente reconocido. La importancia central de la lectura se ha convertido en algo demasiado evidente y, por tanto, casi invisible. Así como se las reconoce, las enormes complejidades de la lectura tienden en esa misma medida a subestimarse. Con demasiada frecuencia, la lectura se aplanan conceptualmente y se simplifica en exceso, reduciéndola a las destrezas básicas de decodificación. Se ignoran así todas las interacciones interpretativas más complejas con el texto. La complejidad que caracteriza este logro humano único incluye:

- El término en sí, que abarca multitud de procesos diferentes de compromiso humano con los textos, como la relectura, la comprensión gradual de significados diferentes o sesgados, la comparación de partes del texto entre sí, la comparación de textos diferentes, la gestión de información contradictoria y modos de presentación diversos, etc.
- La variedad de lectores con sus niveles individuales de destrezas lectoras y estrategias de lectura; sus diferentes hábitos, preferencias y niveles muy diversos de conocimientos previos; sus diferentes motivaciones y objetivos de lectura; la «creciente diversidad y complejidad de las situaciones que implican textos y lectura» (OCDE, 2019, p. 12), incluidos los entornos físicos y los procesos de comunicación en línea; los numerosos procesos psicológicos que intervienen en la lectura, como la motivación y la frustración, el placer y el ocio, las respuestas emocionales, los efectos terapéuticos y meditativos, la imaginación y las imágenes mentales, la creatividad y la inspiración.
- Los numerosos obstáculos a la lectura —desde barreras motivacionales y de conocimientos previos hasta baja alfabetización y dislexia— afectan tanto a niños como a adultos, incluso en la comunidad académica.
- La complejidad de los textos, ya se derive de la complejidad lingüística del propio texto, ya de las ideas y argumentos que expresa o ya de la complejidad de la interacción humana que describe, requiere conocimientos previos o habilidades de cognición social como la toma de perspectiva y la empatía.
- La variedad de soportes de lectura y de formas de acceder a ellos. Esto incluye la multimodalidad de la lectura, que exige que los lectores comprendan la relación entre la información en forma escrita y en otras modalidades, como imágenes, gráficos, diagramas, vídeo o sonido, que se procesan y experimentan de formas muy diferentes, cognitiva, afectiva y emocionalmente. La lectura digital abarca tanta complejidad como la lectura impresa y de alto nivel.
- La lectura en múltiples idiomas, ya que los jóvenes de hoy, sobre todo los que no hablan inglés, se ven obligados a leer y escribir en inglés si quieren participar plenamente en los distintos medios de comunicación, especialmente en línea.

C. El reto digital

Una de las principales causas de los cambios masivos en las prácticas lectoras de los últimos años ha sido el creciente uso de pantallas para leer. Esto también ha aumentado enormemente la complejidad y sofisticación de la comunicación basada en textos en el mundo altamente desarrollado de hoy. Los avances digitales han suscitado profundos interrogantes sobre el papel de la lectura para el individuo y la sociedad, temores sobre

la pérdida de capacidades cognitivas y culturales y la percepción de los límites de los actuales niveles educativos.

Como continuación del proyecto E-READ (s. f.), que comenzó a abordar el desafío digital en 2014-2019, este documento pretende exponer a todas las partes interesadas —incluidos académicos, científicos, políticos, educadores, bibliotecarios y profesionales de la industria del libro— el estado de nuestra comprensión de la naturaleza y la importancia de las habilidades y prácticas de lectura de nivel superior para la sociedad contemporánea, los problemas a los que se enfrenta la lectura de nivel superior y las formas en que pueden abordarse estos problemas. Tiene en cuenta las investigaciones científicas interdisciplinarias más recientes sobre la lectura y sus efectos, tanto en el cerebro individual como en la sociedad.

Mientras que las evaluaciones del estado de la lectura en la sociedad actual se centran sobre todo en las destrezas lectoras básicas, el principal objetivo de este artículo es llamar la atención sobre la urgente necesidad de enseñar y posibilitar el desarrollo de destrezas y prácticas lectoras de nivel superior en la era digital, así como hacer sugerencias concretas para evaluarlas, investigarlas y enseñarlas, con el fin de garantizar que a las generaciones futuras no les fallen las palabras.

A fin de prepararse para esta complejidad, el aprendizaje de la lectura no puede detenerse en el nivel de decodificación o fluidez, sino que debe ampliarse para ofrecer a todos las destrezas y habilidades adecuadas para afrontarla. Las sofisticadas destrezas y prácticas lectoras necesarias para desenvolverse en nuestro mundo altamente desarrollado las denominaremos colectivamente lectura de alto nivel.

2 • ¿Qué es la lectura de alto nivel y por qué es importante?

A. El contexto

En las últimas tres décadas, el entorno de la lectura ha experimentado una metamorfosis mediática que está transformando las formas como nos comunicamos, aprendemos, trabajamos, amamos y odiamos. En este proceso, en la mayoría de los países se ha puesto a disposición de prácticamente todos los ciudadanos una enorme cantidad de información textual con una facilidad sin precedentes. Educadores, editores, autores, programadores de software y creadores de contenidos digitales generan cada día nuevas plataformas digitales y productos mediáticos. Al igual que la imprenta antes que ellos, los medios digitales nos han permitido almacenar, recuperar y consumir más información que nunca antes en la historia de la humanidad.

Sin embargo, a pesar de todos los beneficios de la transformación de los medios de comunicación, nuestra capacidad para comprender y hacer uso de toda esta nueva información disponible sigue dependiendo principalmente de nuestra capacidad de pensamiento crítico. A la inversa, nuestra capacidad para pensar de forma crítica y creativa y para adoptar perspectivas sociales e intelectuales sigue estando irreductiblemente relacionada con el nivel de nuestras habilidades y prácticas lectoras. Por lo tanto, abogamos por que todas las partes interesadas presten más atención a la lectura de alto nivel.

B. Capacidad de lectura de alto nivel

En lo que sigue, identificamos un espectro de prácticas de lectura de alto nivel indispensables —el término prácticas busca abarcar tanto lo que se lee como la forma en que se lee y a partir de qué sustrato, hábitos, así como habilidades, ya que se refuerzan mutuamente. Este conjunto de habilidades y prácticas —modos de interacción y compromiso— lleva el acto de leer más allá de la mera extracción de información, es decir, más allá de las destrezas básicas de decodificación y comprensión de textos.

Toda lectura de alto nivel es, por lo tanto, conscientemente metacognitiva (Ackerman y Goldsmith, 2011; Barzilai y Ka'adan, 2017; OCDE, 2019), lo que implica la elección consciente de textos de lectura, medios de lectura, situaciones de lectura y estrategias de lectura, el seguimiento consciente y el ajuste del comportamiento de lectura, especialmente en contextos multimodales, así como —lo que es crucial— una supervisión continua de la comprensión.

A continuación, se exponen algunos ejemplos de una lista casi interminable de modos de lectura. No existe una separación fija entre ellos, y en un mismo proceso de lectura puede ejercerse más de uno. Por lo tanto, un aspecto central de este conjunto de destrezas es la capacidad de elegir sin problemas entre ellas, según las exigencias del texto y el objetivo de la lectura. Requiere que el lector se adapte con flexibilidad a la evolución de la situación de lectura, los contextos, los modos de presentación y las conexiones textuales durante el proceso de lectura, eligiendo el modo apropiado.

1. La lectura crítica

Es especialmente importante para la participación política y una sociedad estable. Es consciente de la abundancia de desinformación y de la existencia de sesgos y manipulaciones políticas e ideológicas. Presta una atención concienzuda a la lógica, examina las inferencias y analogías y analiza las fuentes de información.

2. La lectura inmersiva

Nos hace olvidar del mundo que nos rodea. Está relacionada tanto con la recreación como con la atención sostenida y la concentración. Como antídoto contra las exigencias

multitarea de nuestra vida cotidiana, entrena la capacidad de concentración (Mangen, 2008; Kovač y Van der Weel, 2018; Rosebrock, 2020).

3. La lectura literaria

No solo mejora las destrezas lectoras (Jerrim y Moss, 2019; Wicht et al., 2021; OCDE, 2021), sino también la sofisticación narrativa, la toma de perspectiva, la amplitud de vocabulario, la paciencia cognitiva, la comprensión de los actos de habla y las expresiones metafóricas, la comprensión de una amplia gama de situaciones y actitudes sociales, la imaginación, la empatía, la comprensión de los efectos intertextuales, la confrontación con una amplia gama de opciones de acción, etc. Además, se ocupa de toda la gama de la literatura, exponiendo a los lectores a una gran variedad de experiencias y técnicas lingüísticas.

4. La lectura prolongada

«Tiene un valor incalculable para una serie de logros cognitivos, como la concentración, la adquisición de vocabulario y la memoria» (E-READ, 2018; véase también Baron, 2021). Entrena la concentración de los lectores, confirma que la atención sostenida merece la pena y, sobre todo, señala que hay cuestiones de tal complejidad que van mucho más allá de un texto breve.

5. La lectura lenta

Combina los efectos de todas las prácticas anteriores. Es un proceso de lectura que se toma su tiempo, para la inmersión y la lectura de larga duración, para la reflexión consciente sobre el proceso de lectura, también para el seguimiento continuo de la comprensión y la relectura, así como para el descubrimiento de varias capas de significado en un texto, que solo pueden descubrirse mediante la lectura repetida y la reflexión durante un período sostenido de tiempo, lo que permite un desarrollo de la comprensión abierto más allá de lo obvio (Lacy, 2014; Mikics, 2013; Miedema, 2009; Mohrhard, 2018; Walker, 2017; Schüller-Zwierlein, 2017b).

6. La lectura tenaz

Está igualmente relacionada con todos los tipos de lectura anteriores (excepto la lectura inmersiva). Se refiere a dos tipos de tenacidad. En el caso de la lectura de larga duración, significa ser capaz de seguir un único texto en toda su complejidad: «perseverar en experiencias de lectura largas, difíciles, desafiantes o que supongan una confrontación» (Douglas et al., 2016, p. 259); por otro lado, la lectura en Internet requiere la tenacidad de mantener el objetivo en mente en un entorno multimodal e hipertextual con muchas distracciones.

7. La lectura no estratégica

Reviste especial importancia en una época de eficiencia orientada a objetivos y de búsqueda constante de información. No solo va más allá de «una actitud instrumental» (Attridge, 2004, p. 7) hacia la lectura, sino que va más allá de la lectura por placer u ocio. La lectura no estratégica es un elemento central del desarrollo personal, que permite nuevos descubrimientos y nuevos horizontes, así como nuevas metas para la lectura orientada a objetivos.

8. La lectura como reto

Está estrechamente relacionada con la lectura no estratégica: el tópico generalizado de que leer es para informarse o para divertirse olvida el hecho central de que leer siempre significa ser retado a pensar.

El desarrollo y el ejercicio de las destrezas de lectura de alto nivel exigen un gran esfuerzo y necesariamente se mantiene así a lo largo de toda la vida: perfeccionarlas es un empeño que dura toda la vida. Naturalmente, nuestro énfasis en las destrezas de lectura de nivel superior no pretende restar importancia a la enseñanza de las destrezas básicas de lectura y escritura a los niños. A diferencia de la jerarquía de necesidades de Maslow (1943), la alfabetización básica es la base necesaria sobre la que pueden construirse las destrezas lectoras de nivel superior. Sin embargo, el proceso básico de decodificación debe convertirse, en la medida de lo posible, en una rutina, de modo que el esfuerzo cognitivo pueda dedicarse en su lugar a un compromiso más profundo y sofisticado con el texto (Reiss et al., 2019, p. 26).

C. ¿Por qué son importantes las destrezas y prácticas de lectura de alto nivel?

En un sentido general, la mejora de las actividades de lectura —más allá de la decodificación de textos sencillos con fines prácticos— se ha asociado con el bienestar, los logros educativos, el estatus socioeconómico, la integración social, la reducción de la delincuencia (OCDE, 2018; véase también Rea, 2020), la salud mental (Billington 2019;

“

Sin un compromiso profundo y crítico con el contenido y el lenguaje del texto estamos mal equipados para contrarrestar las simplificaciones populistas, las noticias falsas, las teorías de la conspiración y la desinformación.

Boyes et al., 2016) e incluso la longevidad (Bavishi et al. 2016; Rea, 2020). Además, se ha demostrado que las actividades de lectura de nivel superior mejoran y refuerzan el desarrollo de la competencia lingüística, la empatía, la cognición social y la toma de perspectiva, la concentración y la atención, la paciencia cognitiva (concentración y disciplina), nuestra comprensión de la complejidad de los seres humanos y sus predicamentos, la evaluación de diferentes puntos de vista, el conocimiento más allá del propósito inmediato y, por último, la creatividad, la imaginación y la imaginación mental (Brosch, 2018).

Se trata, pues, de un mecanismo indispensable para el desarrollo personal y cognitivo. Por ejemplo, la lectura de textos más largos (101 páginas o más) para la escuela predice puntuaciones significativamente más altas en la prueba de lectura PISA que la lectura de textos más cortos, una vez considerados los perfiles socioeconómicos de los estudiantes y de las escuelas y el género de los estudiantes (OCDE, 2021).

No obstante, lo más importante es que, como forma de compromiso textual que va mucho más allá de la decodificación y la mera extracción de información, la lectura de alto nivel es fundamental para el pensamiento crítico. Esta dota a los lectores de la capacidad de poner a prueba distintas posibilidades interpretativas, encontrar patrones y lenguaje inusual en el texto, detectar y diferenciar distintos significados, subtextos, contradicciones, prejuicios e ideologías ocultas, detectar analogías y patrones y extraer inferencias o conectar el texto con otros textos o contextos culturales. Las destrezas de lectura de alto nivel siempre han sido importantes, pero para poder desenvolverse en las complejidades de la sociedad de la información son hoy más vitales que nunca. Sin un compromiso profundo y crítico con el contenido y el lenguaje del texto, estamos mal equipados para contrarrestar las simplificaciones populistas, las noticias falsas, las teorías de la conspiración y la desinformación, y por tanto somos vulnerables a la manipulación. Esto pone en grave peligro la capacidad de la sociedad para tomar decisiones democráticas con conocimiento de causa.

3 • ¿Qué está pasando con la lectura?

Identificamos cuatro grandes influencias actuales que van en detrimento de las destrezas y prácticas de lectura de alto nivel.

A. Leer en un entorno digital

Las estadísticas indican que el actual clima mediático no favorece el ejercicio y perfeccionamiento de las habilidades lectoras. No se lee menos en general, pero sí de forma muy diferente. El grueso de las lecturas que hacen las personas se realiza en pantallas. En toda su complejidad y calidad variable, los medios digitales y la ubicuidad de los

servicios en línea han llegado a dominar nuestro entorno cognitivo, eclipsando la persistencia y el uso continuado de otros medios (por ejemplo, los libros impresos siguen superando masivamente en ventas a los libros electrónicos [Handley, 2019]). Han aparecido diversas situaciones de lectura nuevas (como leer un tuit y retuitearlo, o leer incitados por notificaciones), y los procesos de lectura existentes se están adaptando a la aceleración masiva de nuestras vidas privadas y profesionales durante las últimas décadas, y a la correspondiente presión del tiempo. La inmediatez y la velocidad de los medios digitales favorecen la entrega de información en trozos cortos, fragmentando la experiencia de lectura.

El rápido auge de los medios de comunicación digitales y los servicios en línea ha provocado un aumento de la dependencia de la lectura, ya que amplias franjas de la vida cotidiana se están digitalizando y han pasado a estar supeditadas en gran medida al texto digital. A medida que la lectura se desplaza cada vez más del papel a las pantallas, también entra en la esfera de influencia de las grandes tecnológicas, un número muy limitado de empresas con ánimo de lucro que en gran medida desafían la regulación y gestionan las plataformas mundiales de medios digitales. Las grandes tecnológicas se caracterizan por sus efectos de red, lo que ha dado lugar a una fuerte concentración de poder. Las actividades de los grupos de presión y los intereses comerciales de estos gigantes hacen que la sociedad sea vulnerable a la pérdida de control social, político y económico. A continuación, nos centraremos en cómo afectan estos cambios la naturaleza (y la calidad) de nuestras prácticas lectoras.

En el entorno digital pueden identificarse los siguientes retos específicos para las prácticas de lectura de nivel superior:

1. Competencia a la lectura

Además de permitir diferentes formas de lectura, la creciente infraestructura basada en pantallas también expone al usuario a alternativas a la lectura como audiolibros, películas, televisión o series en *streaming*. Hay un sinfín de plataformas empeñadas en captar y mantener la atención de los usuarios el mayor tiempo posible mediante el uso de «estímulos mentales hiperpalatables» (Crawford, 2015), que ofrecen muchas tentaciones para no leer en absoluto. Incluso muchas personas alfabetizadas optan cada vez más por no leer un texto largo y, en su lugar, utilizan la pantalla y otros formatos (Rose, 2013; Schleicher, 2019; Poletti et al., 2016). Aunque estos otros formatos pueden compartir algunos efectos con la lectura, como la inmersión, apenas promueven ninguna de las otras prácticas que hemos caracterizado anteriormente como prácticas de lectura de nivel superior.

2. Multimodalidad

Tanto los editores como los profesores se centran cada vez más en los medios multimodales. Aunque la lectura impresa también puede ser multimodal hasta cierto punto, el entorno digital ha potenciado enormemente las posibilidades de integrar otras

“

El uso del término «alfabetización digital» no debe ocultar que su fundamento sigue siendo la competencia lectora convencional.

modalidades en los soportes de lectura. Este entorno de medios mixtos tiene mucho que ofrecer, pero también tiende a ocultar las diferencias funcionales entre los medios, sus ventajas e inconvenientes específicos para el fin que se persigue, así como los usos persistentes de la lectura monomodal. Se desconocen las implicaciones a corto y largo plazo del creciente uso de textos multimodales y a menudo hipervinculados. La relación de los medios de lectura multimodales con las prácticas de lectura de nivel superior sigue estando poco estudiada.

3. Solucionismo digital

Equiparar la digitalización con progreso conduce al solucionismo digital en la educación. La digitalización lleva a menudo a poner el acento en la distribución de recursos y el acceso técnico a la información, en vez de en las propias prácticas de lectura y competencias lectoras de alto nivel. Los medios digitales no son, por definición, la respuesta a todos los problemas pedagógicos, incluidos los relacionados con la lectura o el aprendizaje de la lectura. No hay atajos para aprender a leer. El solucionismo digital a menudo pasa por alto la multiplicidad y las enormes diferencias en la idoneidad de los distintos medios digitales para diferentes fines educativos (la comprensión lectora, por ejemplo, se ve afectada de manera diferente en los distintos medios digitales; (Freund et al., 2016)). Además, ignora el potencial educativo de los medios impresos, que son tan diversos y tan útiles como los medios digitales.

4. Alfabetización digital

Muchas concepciones de la «alfabetización digital» o de las «nuevas alfabetizaciones» (Coiro et al., 2008) hacen hincapié erróneamente en el manejo técnico de medios digitales en sus diversas formas, en lugar de centrarse en las prácticas y hábitos de lectura necesarios. La propia noción de «alfabetización lectora digital» (OCDE, 2019) es una simplificación excesiva. Aunque es útil reconocer la complejidad y los retos de los procesos de lectura en el entorno digital, no existe una única alfabetización lectora digital. De acuerdo con Coiro y otros, necesitamos «adoptar y desentrañar sistemáticamente una definición más compleja» (2008, p. 18) de los procesos de lectura en los que intervienen los medios digitales. El uso del término «alfabetización digital» no debe ocultar que su fundamento sigue siendo la competencia lectora convencional.

5. Inferioridad de la pantalla

La promoción de los medios digitales suele estar motivada por nociones de progreso técnico y económico, así como por la promesa de ganancias financieras. Estos motivos políticos y comerciales dificultan un análisis equilibrado y detallado de las ventajas y desventajas de los distintos medios para diferentes propósitos, a pesar de la gran cantidad de datos científicos que respaldan dicho análisis. En las dos últimas décadas se ha investigado mucho sobre el efecto de los medios digitales en los procesos de lectura y aprendizaje. En repetidas ocasiones se ha constatado que la lectura en pantalla sigue sufriendo de una «desventaja de pantalla» en varios aspectos (Singer y Alexander, 2017; Delgado et al., 2018; Kong et al., 2018; Clinton, 2019; Haddock et al., 2020).

Las investigaciones demuestran, por ejemplo, que los textos leídos en pantalla suelen tomarse menos en serio que los mismos textos leídos en papel. La práctica continua de la lectura de barrido en los medios digitales atempera la inclinación del lector —e incluso puede comprometer su capacidad— para participar en al menos algunas prácticas de lectura de nivel superior. Por el contrario, la falta de competencias de alto nivel compromete la eficacia de la lectura de barrido en la pantalla. Es probable que la desventaja de la pantalla afecte la memoria y la retención (también debido a la cuestión del pensar con el cuerpo / mente extendida; Newen et al., 2018).

Además, la desventaja de la pantalla no es una condición temporal. Ha aumentado —quizás de forma contraintuitiva— en lugar de disminuir en los últimos veinte años (Delgado et al., 2018). Hasta qué punto los efectos percibidos son permanentes, debido a características inherentes del medio, o simplemente reflejan reacciones contemporáneas a los medios digitales actualmente disponibles, y si los resultados se aplican a cada medio digital en cada situación sigue sin estar claro. Sumado a esto, hay que distinguir entre (1) los efectos inmediatos y a corto plazo (cognitivos y emocionales) de las diferencias entre los sustratos de lectura —pantalla y papel— sobre el individuo, y (2) los efectos indirectos y a más largo plazo de la infraestructura digital en general (especialmente la Web 2.0) sobre los hábitos de lectura individuales y las actitudes individuales y sociales hacia la lectura. Entre los efectos indirectos están la experiencia del texto digital como algo efímero, la distracción causada por otras actividades que pasan por la pantalla y la necesidad de una evaluación crítica constante de todo el texto en línea.

6. El entorno en línea

Desde hace tiempo se reconoce que la incierta calidad y la creciente cantidad de información plantean grandes retos a la sociedad. La mera abundancia de información no creará por sí misma una ciudadanía más informada sin un conjunto complementario de capacidades necesarias para utilizar la información con eficacia (ACRL, 2000, p. 2). Que los consumidores son vulnerables debido a su bajo nivel de alfabetización es ampliamente reconocido como una preocupación mayúscula (Castles et al., 2018; Rea, 2020; Stewart y Yap, 2020); pero la vulnerabilidad de la democracia debido a la falta de habilidades y prácticas de lectura de nivel superior es de igual importancia. Los medios

digitales han promovido un alejamiento de las fuentes centrales fiables de noticias y han facilitado la difusión de afirmaciones sin control (Dirección General de Redes de Comunicación, Contenido y Tecnologías, Comisión Europea, 2018, p. 5).

“

La competencia lectora apenas aparece en las descripciones de la alfabetización informacional y mediática, a pesar de que ambos campos están inextricablemente relacionados. PISA lo ha reconocido al incluir en su evaluación la alfabetización en múltiples documentos y la búsqueda de fuentes.

Las simplificaciones populistas, las noticias falsas, las teorías de la conspiración y la desinformación sistemática se propagan a través de las redes sociales y otras fuentes que los motores de búsqueda encuentran tan fácilmente como las fuentes de noticias más fiables, poniendo en peligro las democracias modernas (Dirección General de Redes de Comunicación, Contenidos y Tecnología, Comisión Europea, 2018; Comisión Europea (CE), 2018, 2017; Singer y Brookings, 2018; Salovich y Rapp, 2021; Rapp, 2016).

En respuesta, se ha propuesto un nuevo concepto de alfabetización informacional, que incluye habilidades como «el descubrimiento reflexivo de la información, la comprensión de cómo se produce y valora la información, y el uso de información para crear nuevos conocimientos y participar éticamente en comunidades de aprendizaje» (ACRL, 2015, p. 8). Sin embargo, la competencia lectora apenas aparece en las descripciones de la alfabetización informacional y mediática, a pesar de que ambos campos están inextricablemente relacionados. PISA lo ha reconocido al incluir en su evaluación la alfabetización en múltiples documentos y la búsqueda de fuentes (OCDE, 2019). De igual importancia que la alfabetización informacional en la lucha contra las noticias falsas son la profundidad y amplitud de vocabulario y la capacidad de pensamiento estratégico, analítico y complejo. Ninguna de ellas puede adquirirse sin una lectura de nivel superior.

B. Audiolibros

Los audiolibros son un caso especial de competencia a la lectura. Dado que comparten la palabra libro y la dependencia de las palabras, los medios textuales y los auditivos parecen estar estrechamente relacionados para mucha gente, lo que a su vez parece sugerir (al igual que para muchos responsables políticos) que uno puede ser sustituido por el otro. En muchos aspectos, escuchar y leer pueden considerarse formas distintas

pero equivalentes de acceder a contenidos verbales. Sin embargo, también hay muchas diferencias entre estas. Mientras que muchos elementos de la información verbal auditiva y visual se procesan de forma similar, la alfabetización suscita una red de actividades neuronales que no están conectadas de forma natural en el cerebro humano (Wolf, 2018).

Los estudios psicológicos que parecen demostrar que la «representación» de la «información semántica» es la misma en la escucha y la lectura, por ejemplo, (Deniz et al., 2019) se basan en un modelo simplificado de la información semántica que, a su vez, se basa en un modelo de decodificación en lugar de una visión más compleja de la interacción y el compromiso con los enunciados lingüísticos. Una visión más compleja muestra que escuchar y leer son actividades cognitivamente diferentes, con diferentes *affordances* mentales (McClelland, 2020). Se ha publicado mucha menos investigación sobre las diferencias entre leer y escuchar que sobre las diferencias entre leer en papel y leer en pantallas. Algunas diferencias significativas sobre las que queda por investigar son las siguientes:

1. Quizá la diferencia más evidente entre leer y escuchar sea que, al no intervenir ningún proceso de decodificación de los símbolos textuales, escuchar no requiere —y, por tanto, no entrena— el aprendizaje de la lectura. Los audiolibros representan una vuelta a la oralidad, que tiene características muy diferentes que la alfabetización (Ong, 1982).
2. Otra diferencia es que la escucha cede parte de la interpretación del texto al narrador. Esto deja menos espacio para las diferentes interpretaciones y la creación de significados. La locución está predeterminada, por lo que el duro trabajo de la lectura (el proceso activo de poner énfasis, imponer ritmo, entonar, etc.) se sustituye por un producto ya hecho. El lector, por el contrario, tiene que hacerse trabajo por sí mismo, ya que el código alfabético no indica la entonación ni el tono. Representar una multitud de voces activa otras redes en el cerebro.
3. El contenido sonoro carece de los marcadores de estructura tipográfica de la letra impresa, como la paginación, las variaciones de fuente, las notas a pie de página y los capítulos. Debido a esto y a la naturaleza continua del audio, la audición dificulta la navegación hacia adelante y hacia atrás en un texto y hace más difícil comparar textos, así como controlar la comprensión volviendo atrás para comprobarla. Esta falta de seguimiento puede mermar la atención, la comprensión y la memoria. Lo transitorio no se recuerda tan bien como cuando nos detenemos a reflexionar. La reducción de la reflexión, a su vez, implica una menor actividad cognitiva por parte del oyente, es decir, una menor activación de la red. La notación en la página impresa proporciona una pausa para la reflexión y una mayor oportunidad de consolidación en la memoria.
4. Escuchar impone una velocidad fija, ignorando la complejidad temporal de la lectura como proceso de creación de significado y dificultando así el compromiso crítico. El lenguaje escrito, por el contrario, «permite a los lectores

controlar el ritmo de procesamiento y minimiza las demandas sobre la memoria de trabajo al permitir a los lectores releer las partes de la frase que resultaron problemáticas» (Michael et al., 2001, p. 240). El compromiso con lo material permite al lector controlar el ritmo y, por tanto, modular la atención de diversas maneras (deteniéndose, pensando, saltando, etc.).

5. La falta de compromiso con lo material y de posibilidades físicas (tacto, olor, peso, movimiento, manejo) compromete la memoria y la atención.
6. Al ser más pasiva y prediseñada que la lectura, la escucha ofrece más oportunidades de distracción (Varao-Sousa et al., 2013).
7. Por último, y lo que es más importante, escuchar no parece entrenar ninguna de las capacidades cognitivas críticas de alto nivel que hemos descrito. Tampoco es probable que fomente la paciencia cognitiva, que identificamos anteriormente como un efecto no intencionado pero muy apreciado de la lectura (especialmente la de larga duración).

Todo esto no significa en absoluto que la comprensión oral sea inferior a la lectura. Uno de los puntos fuertes de la comprensión oral es su uso correctivo en situaciones de baja alfabetización (Bastemeijer, 2021). Por ejemplo, puede ser muy eficaz para aumentar la motivación de los lectores menos hábiles. La combinación de texto y audio puede tener un gran valor educativo, sobre todo para algunos alumnos—incluidos los adultos—(Baron, 2021, pp. 175 y ss.), tal como leer mientras se escucha (Conklin et al., 2020) o la lectura asistida en parejas: los audiolibros pueden ser parte integral de un programa de alfabetización.

Los audiolibros pueden dar un gran impulso a la adquisición de conocimientos conceptuales, sobre todo en el caso de las personas que padecen diversas deficiencias lectoras, como la dislexia. Además, los audiolibros son una gran fuente de entretenimiento. Aun así, está suficientemente claro que la escucha no debe adoptarse acríticamente en la política educativa como sustituto de la lectura, sobre todo porque la escucha no entrena las capacidades de nivel superior antes mencionadas. El impacto potencial en nuestra sociedad alfabetizada de un uso cada vez mayor de los medios de audio (o combinaciones de audio y video) y la correspondiente disminución de la lectura puede ser mayor de lo que podríamos suponer.

“

Tanto los esfuerzos políticos como los estudios académicos deben centrarse en las ventajas y desventajas del uso de medios específicos en procesos cognitivos concretos para grupos específicos.

Dicho esto, los debates binarios entre escucha y lectura son tan poco útiles como los debates binarios entre pantalla y papel. Las prácticas de lectura de alto nivel mantienen su importancia independientemente del entorno de lectura y de los retos que plantean la lectura en pantalla y los audiolibros. Centrarse excesivamente en el medio de lectura conlleva el peligro de desviarnos del lector y del propósito de la lectura. Cada medio o modalidad tiene su propio conjunto de posibilidades, con sus peculiares puntos fuertes y débiles. En consecuencia, su valor solo puede juzgarse en relación con su uso para un fin determinado, no de forma absoluta. Tanto los esfuerzos políticos como los estudios académicos deben centrarse en las ventajas y desventajas del uso de medios específicos en procesos cognitivos concretos para grupos específicos. Los retos antes mencionados exigen una visión clara y analítica, ajena a consideraciones económicas, presiones de intereses comerciales o modas académicas.

C. Simplificación del texto

Frente a la competencia de otras modalidades que ofrecen un acceso más rápido y sencillo a la información, la complejidad de la lectura se considera a menudo un problema que hay que resolver y no una consecuencia natural y deseable de la riqueza expresiva del lenguaje humano. Así, la propensión imperante a la eficacia y la funcionalidad, estimulada por el desarrollo económico y tecnológico, ha producido una notable tendencia a la simplificación del texto en muchos contextos. La Web como entorno privilegia textos breves y sencillos. Las visiones de la traducibilidad automática, la «alfabetización en traducción automática» (Bowker y Ciro, 2019, p. 88) y «la escritura de fácil traducción» igualmente fomenta una simplificación y estandarización del vocabulario y la estructura (Bowker y Ciro, 2019, pp. 55 y ss., 90-91). En consecuencia, la simplificación de textos se ha convertido en un amplio campo de investigación (Sikka y Mago, 2020; Štajnertajner y Saggion, 2018; Elguendouze, 2020; van den Bercken et al., 2019; Xu et al., 2015). Los textos simplificados también están abriendo nuevos mercados para las editoriales. En educación, los textos largos y complejos se sustituyen a menudo por textos más breves y sencillos, así como por material audiovisual como videos y podcasts (Common Core State Standards Initiative, s. f.; Baron, 2021), inclusive en disciplinas tradicionalmente intensivas en lectura en la educación superior, como la historia y los estudios literarios (Baron y Mangen, 2021).

El lenguaje simplificado puede ser ciertamente útil y necesario para fines específicos, por ejemplo, en el ámbito médico (Daraz et al., 2018; Simas da Rocha et al., 2021; Tegethoff, 2019; Hillyer et al., 2020); como herramienta didáctica (por ejemplo, para la alfabetización temprana de niños), o en el caso de audiencias con bajo nivel de alfabetización. La simplificación puede gravar menos a los lectores, pero también limita seriamente el potencial de los textos para expresar la complejidad de la interacción humana basada en textos; inhabilita una comunicación matizada y respetuosa con los detalles y los diferentes puntos de vista, y limita la percepción del hecho de que los signos de cualquier tipo pueden interpretarse de forma diversa, lo cual es fundamental

“

Así, la propensión imperante a la eficacia y la funcionalidad, estimulada por el desarrollo económico y tecnológico, ha producido una notable tendencia a la simplificación del texto en muchos contextos. La Web como entorno privilegia textos breves y sencillos.

para el entendimiento intercultural. La simplificación conlleva el peligro de fomentar el populismo y las visiones simplificadas de situaciones e identidades complejas. Aumenta el peligro de la desinformación, tanto en el ámbito político como en el médico (Scharrer et al., 2019, 2017). Por último, aunque los textos simplificados pueden ser útiles para traducir la información para un consumo más amplio, no entrenan suficientemente las habilidades de nivel superior que fomentan el pensamiento crítico, el cual es esencial para interpretar cualquier tipo de información compleja.

D. La enseñanza de la lectura se centra en las competencias básicas: la lectura estratégica y la lectura informativa

El Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA) de la OCDE es un logro notable que ha establecido un estándar internacional de evaluación de la alfabetización. Ha actualizado periódicamente sus métodos de evaluación de la lectura, adaptándose al entorno digital y añadiendo dimensiones importantes como la alfabetización de múltiples documentos y fuentes, la gestión de tareas y la autorregulación (OCDE, 2018), la lectura multimodal y fragmentada, así como aspectos de la lectura crítica, la evaluación de textos y la metacognición. Ha ampliado su definición de alfabetización lectora para incluir «la comprensión, el uso, la evaluación, la reflexión y el compromiso con los textos con el fin de alcanzar los propios objetivos, desarrollar los conocimientos y el potencial propios y participar en la sociedad» (OCDE, 2019, p. 8.). De importancia similar es el Programa para la Evaluación Internacional de Competencias de Adultos (PIAAC por sus siglas en inglés) de la OCDE, que también ha establecido un estándar internacional de evaluación de la alfabetización y lo ha puesto en práctica habitualmente, adaptando de igual modo su enfoque a las situaciones de lectura digital.

PISA y PIAAC han tenido un éxito notable al ser aceptados como base para la elaboración y el seguimiento de las políticas educativas. Sin embargo, a pesar de estar en constante desarrollo, no abordan una serie de aspectos cruciales relacionados con la lectura de nivel superior, una limitación de alcance que comparten con otras evaluaciones y estudios actuales:

1. Competencias básicas

PISA se centra en los adolescentes y en la lectura como una destreza puramente funcional que forma parte de la educación básica. No tiene en cuenta la importancia social crucial de las destrezas y prácticas de lectura superiores en etapas posteriores de la vida. No aborda el aprendizaje permanente ni la lectura para el desarrollo personal o profesional. Conceptualiza partes de la lectura crítica y la lectura consciente, pero no incluye la mayoría de las habilidades y prácticas caracterizadas anteriormente como prácticas de lectura de nivel superior. Los estudios sobre alfabetización de adultos comparten ampliamente esta laguna centrándose la mayoría de las veces en el bajo nivel de alfabetización (Buddeberg et al., 2020; Grotlüschen et al., 2019; Perin, 2019) y en situaciones prácticas de lectura que implican información factual (PIAAC comparte gran parte de la metodología de PISA; OCDE, 2019; OCDE, s. f. b).

2. Lectura instrumental

Si bien la reciente atención prestada a las estrategias de lectura como un importante apoyo a la lectura (Philipp, 2015; Serravallo, 2015) arroja luz sobre aspectos centrales de la lectura consciente, ha llevado también al predominio de una visión exclusivamente instrumental y orientada a objetivos de la lectura que se refleja tanto en la investigación (Coiro et al., 2008, p. 10) como en la evaluación. Como afirma PISA, «La lectura es un acto intencionado que se produce en el contexto de objetivos particulares del lector» (OCDE, 2019, p. 21), y PIAAC, «la alfabetización se concibe como una destreza que implica construir significados y evaluar y utilizar textos para alcanzar una serie de objetivos posibles en una variedad de contextos» (OCDE, 2019, p. 19). Una lectura competente, según PISA, por tanto, «requiere que los estudiantes conozcan y empleen estrategias para hacer el mejor uso del texto dados sus propósitos y objetivos» (OCDE, 2019, pp. 32, 9). La lectura «como destreza cognitiva», se afirma, implica «un conjunto de procesos específicos de lectura que los lectores competentes utilizan cuando se relacionan con los textos para alcanzar sus objetivos. El establecimiento y la consecución de objetivos no solo impulsan las decisiones de los lectores a la hora de enfrentarse a los textos, su selección de textos y pasajes, sino también sus decisiones de abandonar un texto concreto, volver a leer un texto diferente, comparar e integrar información en varios textos» (OCDE, 2019, p. 13). Enfoques como este, que promueven una visión puramente funcional y estratégica de la lectura y se centran en la lectura como herramienta (Reiss et al., 2019, p. 23) para la resolución de problemas (Britt et al., 2017; OCDE, s. f., p. 91) y el éxito en la vida económica y sociopolítica (OCDE, 2019, p. 3) son demasiado limitadas. Fallan al no abordar prácticas de lectura cruciales de alto nivel, como la lectura lenta, la lectura no estratégica, la lectura literaria y la lectura de larga duración como un fin en sí mismas.

Además, la perspectiva instrumental de PIAAC y PISA, con sus métodos de evaluación basados en tareas, no consigue captar las prácticas habituales de lectura. Si bien PISA incluye algunos datos rudimentarios sobre el comportamiento, la motivación y el

disfrute de la lectura (Reiss et al., 2019, pp. 84 y ss.), sus resultados no incluyen suficiente información sobre el uso de los textos y, especialmente, sobre los hábitos y prácticas de lectura de alto nivel que contribuyen al pensamiento sofisticado, la capacidad de concentración y la salud mental. Los escasos resultados en esta dimensión apuntan a un claro declive en la práctica de la lectura como reto o incluso como pasatiempo.

3. Lectura informativa

Aunque PISA reconoce el hecho de que la lectura va más allá de la extracción de información (Schleicher, 2019, p. 14), sigue centrándose principalmente en el uso de información procedente de textos factuales: «El marco de evaluación de PISA de la competencia lectora de los alumnos hacia el final de la educación obligatoria [...] debe centrarse en las destrezas de lectura que incluyen encontrar, seleccionar, interpretar, integrar y evaluar información de toda la gama de textos» (OCDE, 2019, p. 3). Su nivel más alto de competencia lectora —nivel 6— indica que los lectores son capaces de «establecer planes elaborados para alcanzar un objetivo concreto con el texto o los textos. Los lectores de nivel 6 pueden comprender textos extensos y abstractos en los que la información de interés está profundamente inmersa y apenas relacionada con la tarea. Pueden comparar, contrastar e integrar información que representa perspectivas múltiples y potencialmente conflictivas, utilizando múltiples criterios y generando inferencias a través de piezas de información distantes para determinar cómo se puede utilizar la información» (OCDE, s. f., p. 93). Este énfasis en las «competencias clave para el procesamiento de la información» (OCDE, 2019, p. 16) es compartida por PIAAC, a pesar de una definición potencialmente más amplia de alfabetización (OCDE, 2019, p. 18) y una definición ligeramente más exigente del nivel más alto de competencias lectoras (OCDE, 2019, p. 74).

En un entorno digital que favorece la desinformación y las noticias falsas en un grado sin precedentes (Schleicher, 2019, p. 14), tanto la alfabetización multidocumental como la concienciación sobre la calidad de la información son muy importantes. Sin embargo, el enfoque casi exclusivo de en la lectura informativa (OCDE, 2019, p. 4) deja fuera de consideración muchas otras destrezas y prácticas importantes de lectura de alto nivel, como la lectura lenta, la lectura no estratégica, la lectura literaria y la lectura de textos largos.

Por supuesto, no todas las destrezas y prácticas de lectura de alto nivel se prestan fácilmente a la realización de pruebas estandarizadas. No obstante, la política educativa no debería basarse exclusivamente en lo que actualmente puede medirse mediante estas. Al centrarnos predominantemente en los aspectos funcionales e informativos de la lectura, perdemos de vista la importancia de la lectura de alto nivel para el pensamiento crítico, complejo y estratégico.

4 • ¿Qué medidas proponemos?

Como cuestión de bienestar humano social e individual, la lectura requiere de una política gubernamental eficaz. Para ello necesitamos un diagnóstico diferenciado del estado de la lectura en la sociedad contemporánea. Este diagnóstico debería abarcar algo más que la evaluación estandarizada de adolescentes (como PISA; OCDE, 2019) que ha constituido la base de muchos juicios sobre la lectura en la última década. Una evaluación exhaustiva debe abarcar también las alfabetizaciones y las prácticas de lectura de los adultos.

La formulación de políticas públicas se debe basar no solo en la conciencia del valor intrínseco de la lectura como capacidad fundamental para la vida y la sociedad, sino también, en la medida de lo posible, en un conocimiento empírico sólido y amplio sobre la lectura. Como hemos visto, la lectura abarca un amplio conjunto de prácticas textuales. Es necesario trazar y analizar el desarrollo de las habilidades lectoras en todo este conjunto de prácticas —incluyendo a los países desarrollados— (Sen, 1999, p. 6). Para sentar las bases para una buena formulación de políticas, todas las investigaciones y evaluaciones deben ser transdisciplinarias y transnacionales. En esta ambición nos enfrentamos a tres retos:

- En primer lugar, seguimos careciendo de perspectivas teóricas y herramientas empíricas que nos permitan identificar y evaluar los logros de lectura en toda su amplitud, por no hablar de comprender sus implicaciones políticas.
- En segundo lugar, carecemos de datos empíricos. Mientras que la evaluación de las competencias básicas y la baja alfabetización se ha desarrollado en las dos últimas décadas, no hay suficiente información sobre las prácticas de lectura de nivel superior y su papel en la sociedad.
- En tercer lugar, carecemos de una estrategia de educación lectora a largo plazo, que no se centre únicamente en las competencias lectoras básicas, sino que reconozca también la necesidad de inculcar competencias lectoras de nivel superior para fomentar una democracia sana.

Proponemos hacer frente a estos tres retos a través de los siguientes tres conjuntos de recomendaciones concretas hacia una política global de lectura.

A. Investigación sobre la lectura

Para obtener nuevas perspectivas teóricas y herramientas empíricas debemos recurrir a la investigación sobre la lectura. Estaríamos buscando:

1. Una visión interdisciplinar más amplia

El análisis de la lectura como parte de un amplio conjunto de prácticas textuales requiere un diálogo interdisciplinar entre investigadores de la lectura, profesores y profesionales de distintos campos. Una visión más completa depende de la combinación e integración de las perspectivas de campos tan diversos como la investigación del comportamiento informativo (Fisher et al., 2005; Wilson, 2010; Greifeneder, 2014; Nahl y Bilal, 2007; Schüller- Zwielerlein, 2017b), la investigación del mercado del libro, la enseñanza de la alfabetización informacional (ACRL, 2015), la enseñanza de la alfabetización de datos, la enseñanza de la lectoescritura, la investigación sobre concentración y atención, el diseño de libros, la investigación sobre usabilidad, la psicología, la neurociencia, la sociología y el diseño de servicios bibliotecarios.

2. Mejor integración de la investigación

Con demasiada frecuencia, los investigadores que abordan un mismo tema producen resultados que no pueden compararse de forma fructífera con los de otros investigadores. Incluso dentro de un mismo campo o subcampo, la investigación actual sobre la lectura adolece de fragmentación y heterogeneidad. Esto puede solucionarse armonizando la terminología y los conceptos, así como sistematizando los métodos, los contextos empíricos y los objetivos de la investigación, y estableciendo un programa de investigación concertado y coherente con el correspondiente espectro de metodologías. Además, sería útil realizar revisiones periódicas o incluso repases sistemáticos, así como síntesis evaluativas de los resultados de la investigación cualitativa y cuantitativa.

3. Dar prioridad a los objetivos de lectura sobre los medios de lectura

La postura binaria en la investigación sobre la lectura (pantalla frente a papel o lectura frente a escucha) debe sustituirse por una visión más equilibrada y analítica de las distintas prácticas y posibilidades de los medios. El análisis y la evaluación del uso de los medios debe centrarse en contextos bien definidos (es decir, propósitos y audiencias específicos) (Mizrachi y Salaz, 2020, Mizrachi et al., 2018; véase también Coiro et al., 2008).

4. Ampliar el enfoque de la investigación sobre lectura

La investigación sobre lectura debe ir más allá de las destrezas básicas de lectura funcional e informativa y ocuparse de las prácticas lectoras en general, incluidas las de alto nivel. Esto incluye tener en cuenta «indicadores más allá de las formas de acceso al texto que probablemente influyan en los procesos de comprensión» (Coiro et al., 2008, p. 10.), como los procesos afectivos o estéticos (Jacobs, 2015, p. 14), y basarse en el análisis de PISA de la motivación y el disfrute.

5. Establecer estructuras para estudios longitudinales

Para examinar los efectos a más largo plazo, se necesitan estudios longitudinales. Además de los estudios que abarcan poblaciones enteras, es necesario el estudio longitudinal del desarrollo de individuos, de grupos sociales más grandes y más pequeños a lo largo de la vida.

6. Estudiar los efectos previstos e imprevistos de las destrezas de lectura de alto nivel

Esto incluye efectos sobre el individuo y efectos sociales a más largo plazo. Más allá de las evaluaciones generales sobre las prácticas de lectura de alto nivel, los esfuerzos de investigación futuros deberían centrarse, por ejemplo, en estrategias para propiciar procesos de lectura de nivel superior en el diseño de medios digitales e impresos (E-READ, 2018). Algunas habilidades de lectura de nivel superior pueden ser específicas a contextos impresos digitales (McLean, 2020). Si bien los efectos individuales y sociales de la baja alfabetización están bien estudiados, no se puede decir lo mismo de los efectos de la falta de habilidades de lectura de nivel superior. Esto es especialmente relevante para comprender la relación entre las competencias lectoras y el populismo, la discriminación, la desinformación y las noticias falsas, así como de la armonía social.

B. Evaluación y datos sobre la lectura

Para obtener mejores datos en los que basar las políticas de lectura necesitamos:

1. Evaluar el estado de la lectura en las sociedades contemporáneas, tanto prácticas y hábitos como competencias:

La importancia social de la lectura va más allá de su papel funcional. Por lo tanto, un diagnóstico completo del estado de la lectura en las sociedades actuales no puede limitarse a la decodificación práctica y a las destrezas basadas en la información que pueden medirse en las pruebas. Si bien la capacidad de captar información válida de (múltiples) textos es valiosa, para evaluar el estado de la lectura en las sociedades actuales, necesitamos conocer en profundidad todo el espectro de prácticas y hábitos de lectura. Esto incluye el tiempo dedicado a la lectura lenta, inmersiva, literaria y de larga duración, así como a la lectura ininterrumpida y no estratégica. Los parámetros relacionados con el tiempo son importantes aquí, porque la lectura de alto nivel necesita tiempo y porque dichos parámetros reflejan claramente las prácticas cronopolíticas en las sociedades actuales y sus consecuencias cognitivas y sociales (Rosa, 2005).

2. Evaluar las habilidades y prácticas de lectura de nivel superior en la población adulta, así como en las escuelas

Dicha evaluación puede basarse en los esfuerzos de PIAAC y PISA en el campo de las competencias de lectura de alto nivel, como el enfoque recientemente desarrollado sobre la alfabetización en múltiples documentos y la búsqueda de fuentes. Además de los ya mencionados parámetros basados en el tiempo, que incluyen las prácticas de lectura lenta como es la relectura, también deberían examinarse las prácticas de lectura no estratégica y la lectura como reto. Esto podría lograrse inicialmente ampliando y perfeccionando el concepto existente de «implicación con los textos» utilizado por PISA y PIAAC (OCDE, 2019, pp. 8-1). Las pruebas estandarizadas deben complementarse con datos cualitativos y descriptivos.

3. Integrar las estadísticas sobre lectura procedentes de diversas fuentes

La fragmentación actual de los datos impide hacerse a una idea clara del papel cambiante de la lectura en las sociedades europeas. En su lugar, necesitamos una única agregación o tablero de datos. Además de los datos de alfabetización existentes provenientes de diversas fuentes, tendría que incluir datos estadísticos de, por ejemplo, la edición y venta de libros y las bibliotecas (Kovač et al., 2019; Kovač y van der Weel, 2018; Gerčar y van der Weel, de próxima publicación), así como datos de la investigación sobre comportamiento de la información, la investigación del mercado del libro, la enseñanza de la alfabetización informacional y la investigación sobre la concentración y la atención. Proponemos adoptar el concepto de salud lectora y un Índice de Salud Lectora que lo acompañe (Gerčar y van der Weel, de próxima publicación) como instrumento útil para supervisar habilidades lectoras y hábitos de lectura en las sociedades europeas y para comprender adecuadamente los cambios en el panorama de la lectura. El Índice de Salud Lectora está diseñado para complementar la recopilación de datos existentes mediante encuestas nacionales e internacionales adicionales sobre hábitos y prácticas de lectura. El tablero de datos también debería incluir información adicional sobre la evaluación de la lectura, como resúmenes de lo último en investigación sobre la lectura o información sobre nuevas herramientas y tecnologías de evaluación (Coiro et al., 2018, p. 17). Para alcanzar este objetivo, proponemos la creación de un observatorio europeo de la lectura.

C. Enseñanza de la lectura

Una estrategia a largo plazo de educación lectora debe tener en cuenta:

1. Complejidad

El primer objetivo de la enseñanza futura de la lectura debería ser una sólida comprensión de la complejidad de la lectura, como una multitud de procesos diferentes en diferentes medios y situaciones, con diferentes objetivos y efectos, que tratan con material cognitiva y lingüísticamente complejo, a menudo multimodal, que requiere no solo la asimilación de la información, sino también la comprensión de la complejidad humana, la toma de perspectiva y la empatía.

2. Todos los modos de lectura

En consecuencia, partiendo de la adquisición de las habilidades básicas de decodificación práctica, deben enseñarse todos los modos y variedades de lectura (incluidas todas las destrezas y prácticas de lectura de alto nivel enumeradas anteriormente), junto con la conciencia de que siempre hay muchos modos de lectura entre los que elegir (OCDE, 2019, p. 6).

3. Diferenciar el uso de los medios

Los distintos medios tienen distintas posibilidades, distintas ventajas y desventajas para distintos fines. Los alumnos deben tener un buen conocimiento práctico de qué medio de lectura utilizar y con qué fin. Esto incluye los usos persistentes de la letra impresa, ya que algunas formas de lectura de alto nivel pueden enseñarse mejor en papel (Rosebrock, 2020, p. 12). No cabe esperar un conocimiento diferenciado previo de las posibilidades, los mecanismos y las ventajas de los diferentes medios (ni siquiera por los llamados «nativos digitales»).

4. Alfabetización mediática e informacional

Para ayudarles a combatir los efectos del populismo, las noticias falsas y la desinformación y reducir su vulnerabilidad a la desinformación y las teorías conspirativas, los estudiantes deben ser conscientes de la necesidad constante de evaluar todos los textos aprendiendo a reconocer las «pistas de credibilidad de la fuente» (Scharrer y Salmerón, 2016, p. 1541) y las pistas paratextuales. Las habilidades de lectura de alto nivel deben incluirse urgentemente en el Plan de Acción de Educación Digital de la UE y su Marco de Competencia Digital para los Ciudadanos (Carretero Gómez et al., 2017).

5. Prácticas

La educación lectora debe tener como objetivo establecer rutinas y prácticas de lectura. Una mejor rutina de lectura mejora la inclinación a leer y aumenta la autoconfianza del lector y el disfrute de la lectura, y por lo tanto la capacidad para participar en prácticas

de lectura de alto nivel. Dado que se ha comprobado que la cantidad de lectura de textos digitales breves, en particular en las redes sociales, se correlaciona negativamente con la comprensión lectora (Duncan et al., 2015; Pfof et al., 2013) y, en términos más generales, con el rendimiento académico, las prácticas de enseñanza también deberían incluir la gestión del tiempo y la autorregulación, en particular de la multitarea. La enseñanza de la lectura también debería vincularse con prácticas relacionadas, como la escritura (académica) (Graham, 2020).

6. Lectura de alto nivel

Más allá de la lectura estratégica, las habilidades y prácticas de lectura de alto nivel deben ser una parte importante del plan de estudios, incluida una comprensión más profunda de que la lectura es un esfuerzo, que las tecnologías digitales no harán que lo sea menos y que las prácticas de lectura de nivel superior tienen efectos beneficiosos en el cerebro y en la sociedad. Esto debería incluir la enseñanza de técnicas de lectura de alto nivel en un entorno digital (Wild y Glondys, 2020; E-READ, 2018). La enseñanza de la lectura no debería limitarse a lo que se mide actualmente en las pruebas estandarizadas.

7. Diálogo entre investigadores y educadores

La creciente complejidad de los procesos de lectura exige intensificar el diálogo entre educadores e investigadores de distintas disciplinas.

8. Alfabetización a lo largo de toda la vida

No basta con entender la lectura como una herramienta para el aprendizaje a lo largo de toda la vida (OCDE, 2019, p. 8); profundizar y ampliar las competencias lectoras es un proceso que dura toda la vida y un objetivo en sí mismo. La educación lectora debe continuar incluso a nivel universitario (por ejemplo, Henry-Huthmacher y Hoffmann, 2016; Minguela et al., 2015). En otras palabras, debe dirigirse a personas de todas las edades, también en contextos informales, a través de la promoción sistemática de la lectura.

9. Espacios de lectura

Los espacios públicos de lectura son necesarios para apoyar la enseñanza formal e informal de la lectura más allá del ámbito escolar y para hacer visible la lectura como práctica social. Las bibliotecas siguen siendo los mejores espacios para este fin. Como únicos centros de lectura de la sociedad actual (Schüller-Zwierlein, 2017a) son espacios únicos reservados para la lectura concentrada, el aprendizaje permanente y los procesos de lectura social. En todo caso, la necesidad de espacios públicos de lectura es cada vez mayor en un entorno cada vez más digital.

Las instituciones de enseñanza superior, así como las escuelas de enseñanza en todos los niveles, deberían integrar en sus planes de estudios las destrezas lectoras de alto nivel: una sociedad sana necesita múltiples puntos de contacto para adquirir y desarrollar las destrezas lectoras a lo largo de la vida del individuo.

5 • El futuro de la lectura

La lectura es fundamental para la cultura humana. No es una habilidad periférica que deba delegarse en los departamentos de educación y las escuelas primarias. La práctica de la lectura es una forma de cultura profundamente transformadora, que configura la manera de pensar e interactuar de los individuos y, en consecuencia, el modo en que se ordena la sociedad. Afecta a individuos de todas las edades. Como capacidad fundamental, las habilidades lectoras forman parte del bienestar humano y son necesarias para el desarrollo humano y el entendimiento mutuo.

Las destrezas y prácticas lectoras son «la base de la plena participación en la vida económica, política, comunitaria y cultural de la sociedad contemporánea», lo que incluye «el compromiso social, cultural y político» tanto como «la liberación personal, la emancipación y el empoderamiento» (OCDE, 2019, p. 10). Una sociedad democrática saludable que se centre en el consenso informado de una sociedad multicultural y con múltiples partes interesadas requiere lectores resilientes (Douglas et al., 2016), bien versados en las prácticas de la lectura de alto nivel. Necesita apreciar que la lectura es la técnica central de entrenamiento de nuestra cultura para el comportamiento cognitivo y social y una condición previa para una democracia que funcione correctamente.

“

En reconocimiento de este papel crucial en la sociedad, no podemos dejar el futuro de la lectura en manos de intereses comerciales y de las vicisitudes del avance tecnológico. Lo que necesitamos, en cambio, son políticas concertadas que garanticen que la futura educación lectora permita que los hábitos y las prácticas de lectura estén a la altura del papel fundamental de la lectura.

En reconocimiento de este papel crucial en la sociedad, no podemos dejar el futuro de la lectura en manos de intereses comerciales y de las vicisitudes del avance tecnológico. Lo que necesitamos, en cambio, son políticas concertadas que garanticen que la futura educación lectora permita que los hábitos y las prácticas de lectura estén a la altura del papel fundamental de la lectura. Todas las políticas relacionadas con la lectura deben basarse en la conciencia de su valor intrínseco, pero también en conocimientos empíricos sólidos y de amplio alcance sobre la lectura. Para comprender su papel y su impacto en las sociedades contemporáneas, es importante trazar y analizar el desarrollo de las competencias lectoras e invertir en nuevas investigaciones sobre la lectura, especialmente sobre la lectura de alto nivel y sobre cómo enseñarla. Porque «la guerra es lo que ocurre cuando falla el lenguaje» (Atwood, 1993, p. 43).

Referencias

- ACKERMAN, R., & GOLDSMITH, M.** (2011). Metacognitive regulation of text learning: On screen versus on paper. *Journal of Experimental Psychology*, 17(1), 18–32. <https://doi.org/10.1037/a0022086>
- ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES.** (ACRL). (2000). *Information literacy competency standards for higher education*. <http://hdl.handle.net/11213/7668>
- ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES.** (ACRL). (2015, febrero 2). *Framework for information literacy for higher education*. <http://www.ala.org/acrl/standards/ilframework>
- ATTRIDGE, D.** (2004). *The singularity of literature*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203420447>
- ATWOOD, M.** (1993). *The robber bride*. Bloomsbury.
- BARON, N. S.** (2021). *How we read now: Effective strategies for print, screen, and audio*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190084097.001.0001>
- BARZILAI, S., & KA'ADAN, I.** (2017). Learning to integrate divergent information sources: The interplay of epistemic cognition and epistemic metacognition. *Metacognition Learning*, 12(2), 193–232. <https://doi.org/10.1007/s11409-016-9165-7>
- BASTEMEIJER, L.** (2021). *Required listening: The effects of using audio- and karaokebooks in fiction education at Dutch vmbo schools* (Tesis de maestría Leiden University). <https://studenttheses.universiteitleiden.nl/handle/1887/3204761>
- BAVISHI, A., SLADE, M. D., & LEVY, B. R.** (2016). A chapter a day: Association of book reading with longevity. *Social Science and Medicine*, 164, 44–48. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2016.07.014>

- BILLINGTON, J.** (ed.). (2019). *Reading and mental health*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-21762-4>
- BOWKER, L., & BUITRAGO CIRO, J.** (2019). Machine translation and global research: Towards improved machine translation literacy in the scholarly community. Emerald. <https://doi.org/10.1108/9781787567214>
- BOYES, M. E., LEITAO, S., CLAESSEN, M., BADCOCK, N. A., & NAYTON, M.** (2016). Why are reading difficulties associated with mental health problems? *Dyslexia*, 22(3), 263–266. <https://doi.org/10.1002/dys.1531>
- BRITT, M. A., ROUET, J.-F., & DURIK, A. M.** (2017). *Literacy beyond text comprehension: A theory of purposeful reading*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315682860>
- BROSCH, R.** (2018). What we ‘see’ when we read: Visualization and vividness in reading fictional narratives. *Cortex*, 105, 135–143. <https://doi.org/10.1016/j.cortex.2017.08.020>
- BUDDEBERG, K., DUTZ, G., GROTLÜSCHEN, A., HEILMANN, L., & STAMMER, C.** (2020). Low literacy in Germany: Results from the second German literacy survey. *European Journal for Research on the Education and Learning of Adults*, 11(1), 127–143. <https://rela.ep.liu.se/article/view/3869>
- CASTANO, E., MARTINGANO, A. J., & PERCONTI, P.** (2020). The effect of exposure to fiction on attributional complexity, egocentric bias, and accuracy in social perception. *PLoS One*, 15(5), e0233378. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0233378>
- CASTLES, A., RASTLE, K., & NATION, K.** (2018). Ending the reading wars: Reading acquisition from novice to expert. *Psychological Science in the Public Interest*, 19(1), 5–51. <https://doi.org/10.1177/1529100618772271>
- COIRO, J., KNOBEL, M., LANKSHEAR, C., & LEU, D. J.** (ed.). (2008). *Handbook of research on new literacies*. Lawrence Erlbaum Associates/Taylor and Francis Group.
- COMMON CORE STATE STANDARDS INITIATIVE.** (s. f.). Common core standards for English language arts, Appendix A: Research supporting key elements of the standards.
- CONKLIN, K., ALOTAIBI, S., PELLICER-SÁNCHEZ, A., & VILKAITĖ-LOZDIENĖ, L.** (2020). What eye-tracking tells us about reading-only and reading-while-listening in a first and second language. *Second Language Research*, 36(3), 257–276. <https://doi.org/10.1177/0267658320921496>
- CRAWFORD, M. B.** (2015). *The world beyond your head: On becoming an individual in an age of distraction*. Viking.
- DARAZ, L., MORROW, A. S., PONCE, O. J., FARAH, W., KATABI, A., MAJZOUB, A., SEISA, M. O., BENKHADRA, R., ALSAWAS, M., & PROKOP, L.** (2018). Readability of online health information: A meta-narrative systematic review. *American Journal of Medical Quality*, 33(5), 487–492. <https://doi.org/10.1177/1062860617751639>

- DELGADO, P., VARGAS, C., ACKERMAN, R., & SALMERÓN, L.** (2018). Don't throw away your printed books: A meta-analysis on the effects of reading media on reading comprehension. *Educational Research Review*, 25, 23–38. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2018.09.003>
- DENIZ, F., NUNEZ-ELIZALDE, A. O., HUTH, A. G., & GALLANT, J. L.** (2019). The representation of semantic information across human cerebral cortex during listening versus reading is invariant to stimulus modality. *Journal of Neuroscience*, 39(39), 7722–7736. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.0675-19.2019>
- DIRECTORATE-GENERAL FOR COMMUNICATIONS NETWORKS, CONTENT AND TECHNOLOGY, EUROPEAN COMMISSION.** (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the Independent High-Level Group on Fake News and Disinformation*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2759/739290>
- DODELL-FEDER, D., & TAMIR, D. I.** (2018). Fiction reading has a small positive impact on social cognition: A meta-analysis. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147(11), 1713–1727. <https://doi.org/10.1037/xge0000395>
- DOUGLAS, K., BARNETT, T., POLETTI, A., SEABOYER, J., & KENNEDY, R.** (2016). Building reading resilience: Re-thinking reading for the literary studies classroom. *Higher Education Research and Development*, 35(2), 254–266. <https://doi.org/10.1080/07294360.2015.1087475>
- DUNCAN, L. G., MCGEOWN, S. P., GRIFFITHS, Y. M., STOTHARD, S. E., & DOBAI, A.** (2015). Adolescent reading skill and engagement with digital and traditional literacies as predictors of reading comprehension. *British Journal of Psychology*, 107(2), 209–238. <https://doi.org/10.1111/bjop.12134>
- E-READ.** (2018). Stavanger Declaration.
- E-READ.** (s. f.). *What is E-READ?*
- ELGUENDOUZE, S.** (2020). *Simplification de textes: un état de l'art*. Actes de la 6e conférence conjointe Journées d'Études sur la Parole. <https://www.aclweb.org/anthology/2020.jeptalnrecital-recital.8/>
- CARRETERO GÓMEZ, S., VUORIKARI, R., & PUNIE, Y.** (2017). *DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use*. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC106281>
- COMISIÓN EUROPEA.** (2018, abril 26). *Tackling online disinformation: A European approach*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=EN>
- FISHER, K. E., ERDELEZ, S., & MCKECHNIE, L. E. F.** (ed.). (2005). *Theories of information behavior*. Information Today.

- FREUND, L., KOPAK, R., & O'BRIEN, H.** (2016). The effects of textual environment on reading comprehension: Implications for searching as learning. *Journal of Information Science*, 42(1), 79–93. <https://doi.org/10.1177/0165551515614472>
- GELLES-WATNICK, R., & PERRIN, A.** (2021, septiembre 21). *Who doesn't read books in America?* Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/09/21/who-doesnt-read-books-in-america/>
- GERČAR, J., & VAN DER WEEL, A.** (2023). Reading Health and the Reading health Index. *Societies*, 13(4), 86. <https://doi.org/10.3390/soc13040086>
- GRAHAM, S.** (2020). The sciences of reading and writing must become more fully integrated. *Reading Research Quarterly*, 55(S1), S35–S44. <https://doi.org/10.1002/rrq.332>
- GREIFENEDER, E.** (septiembre, 2014). Trends in information behaviour research. *Proceedings of ISIC, the Information Behaviour Conference, Part 1, 19(4), 2-5 (paper isic13)*. <http://InformationR.net/ir/19-4/isic/isic13.html>
- GROTLÜSCHEN, A., BUDDERBERG, K., DUTZ, G., HEILMANN, L., & STAMMER, C.** (2020). Hauptergebnisse und Einordnung zur LEO-Studie 2018 In A. Grotlüschen, & K. Buddeberg. *Leben mit geringer Literalität LEO 2018* (págs. 13-64). WBV. <https://www.die-bonn.de/doks/pag/LEO-2018-01.pdf>
- HADDOCK, G., FOAD, C., SAUL, V., BROWN, W., & THOMPSON, R.** (2020). The medium can influence the message: Print-based versus digital reading influences how people process different types of written information. *British Journal of Psychology*, 111(3), 443–459. <https://doi.org/10.1111/bjop.12415>
- HANDLEY, L.** (2019, septiembre 19). *Physical books still outsell e-books — and here's why*. CNBC. <https://www.cnbc.com/2019/09/19/physical-books-still-outsell-e-books-and-heres-why.html>
- HARTUNG, F., & WILLEMS, R. M.** (2020). Amount of fiction reading correlates with higher connectivity between cortical areas for language and mentalizing. bioRxiv. <https://doi.org/10.1101/2020.06.08.139923>
- HAYLES, N. K.** (2007). Hyper and deep attention: The generational divide in cognitive modes. *Profession*, 1, 187–199. t.ly/fPrOY
- HENRY-HUTHMACHER, C., & HOFFMANN, E. (ED.).** (2016). *Ausbildungsreife & Studierfähigkeit*. Konrad-Adenauer-Stiftung. http://www.kas.de/wf/doc/kas_44796-544-1-30.pdf
- HILLYER, G. C., BEAUCHEMIN, M., GARCÍA, P., KELSEN, M., BROGAN, F. L., SCHWARTZ, G. K., & BASCH, C. H.** (2020, enero 24). Readability of cancer clinical trials Websites. *Cancer Control*, 27(1). doi:10.1177/1073274819901125
- JACOBS, A. M.** (2015). Neurocognitive poetics: Methods and models for investigating the neuronal and cognitive-affective bases of literature reception. *Frontiers in Human Neuroscience*, 9(186), 1–22. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2015.00186>

- JERRIM, J., & MOSS, G.** (2019). The link between fiction and teenagers' reading skills: International evidence from the OCDE PISA study. *British Educational Research Journal*, 45(1), 181–200. <https://doi.org/10.1002/berj.3498>
- KEEN, S.** (2007). *Empathy and the novel*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195175769.001.0001>
- KONG, Y., SEO, Y. S., & ZHAI, L.** (2018). Comparison of reading performance on screen and on paper: A meta-analysis. *Computers and Education*, 123, 138–149. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.05.005>
- KOVAČ, M., & VAN DER WEEL, A.** (2018). Reading in a post-textual era. *First Monday*, 23(10). <https://doi.org/10.5210/fm.v23i10.9416>
- KOVAČ, M., PHILLIPS, A., VAN DER WEEL, A., & WISCHENBART, R.** (2019). What is a book? *Publishing Research Quarterly*, 35, 313–326. <https://doi.org/10.1007/s12109-019-09665-5>
- LACY, M.** (ed.). (2014). *The slow book revolution: Creating a new culture of reading on college campuses and beyond*. Libraries Unlimited.
- LAVIE, N., BECK, D. M., & KONSTANTINOVA, N.** (2014). Blinded by the load: Attention, awareness, and the role of perceptual load. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 369(1641), 1–10. <http://dx.doi.org/10.1098/rstb.2013.0205>
- LAW, N., WOO, D., DE LA TORRE, J., & WONG, G.** (2018). *A global framework of reference on digital literacy skills for Indicator 4.4.2*. UNESCO Institute for Statistics, Information Paper, 51. <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/ip51-global-framework-reference-digital-literacy-skills-2018-en.pdf>
- LEVERAGE, P., MANCING, H., MARSTON WILLIAM, J., & SCHWEICKERT, R.** (ed.). (2011). *Theory of mind and literature*. Purdue University Press.
- MANGEN, A.** (2008). Hypertext fiction reading: Haptics and immersion. *Journal of Research in Reading*, 31(4), 404–419. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9817.2008.00380.x>
- MASLOW, A. H.** (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- MCCLELLAND, T.** (2020). The mental affordance hypothesis. *Mind*, 129(514), 401–427. <https://doi.org/10.1093/mind/fzz036>
- MCLEAN, C. A.** (2020). The shallows? The nature and properties of digital/screen reading. *Reading Teacher*, 73(4), 535–542. <https://doi.org/10.1002/trtr.1876>
- MICHAEL, E. B., KELLER, T. A., CARPENTER, P. A., & JUST, M. A.** (2001). fMRI investigation of sentence comprehension by eye and by ear: Modality fingerprints on cognitive processes. *Human Brain Mapping*, 13, 239–252. <https://doi.org/10.1002/hbm.1036>
- MIEDEMA, J.** (2009). *Slow reading*. Litwin Books.

- MIKICS, D.** (2013). *Slow reading in a hurried age*. Belknap Press of Harvard University Press.
- MINGUELA, M., SOLÉ, I., & PIESCHL, S.** (2015). Flexible self-regulated reading as a cue for deep comprehension: Evidence from online and offline measures. *Reading and Writing*, 28(5), 721–744. <http://dx.doi.org/10.1007/s11145-015-9547-2>
- MIZRACHI, D., & SALAZ, A. M.** (2020). Beyond the surveys: Qualitative analysis from the Academic Reading Format International Study (ARFIS). *College and Research Libraries*, 81(5), 808–821. <https://doi.org/10.5860/crl.81.5.808>
- MIZRACHI, D., SALAZ, A. M., KURBANOGU, S., & BOUSTANY, J.** (2018, mayo 30). Academic reading format preferences and behaviors among university students worldwide: A comparative survey analysis. *PLoS One*, 13(5), e0197444. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0197444>
- MOHRHARD, J. J.** (2018). *Slow Reading: Der neue Lesetrend*. Mainzer Institut für Buchwissenschaft.
- MUMPER, M. L., & GERRIG, R. J.** (2017). Leisure reading and social cognition: A meta-analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 11(1), 109–120. <https://doi.org/10.1037/aca0000089>
- NAHL, D., & BILAL, D.** (eds.) (2007). Information and emotion: The emergent affective paradigm in information behavior research and theory. *Information Retrieval Journal*, 12, 605–608. DOI:10.1007/s10791-009-9095-y
- NATIONAL LITERACY TRUST.** (s. f.). *Adult literacy*. <https://literacytrust.org.uk/parents-and-families/adult-literacy/>
- NEWEN, A., DE BRUIN, L., & GALLAGHER, S.** (eds.) (2018). *Oxford handbook of 4E cognition*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198735410.001.0001>
- ONG, W. J.** (1982). *Orality and literacy: The technologizing of the word*. Methuen.
- OCDE.** (2021). **21st-century readers: Developing literacy skills in a digital world*. <https://doi.org/10.1787/a83d84cb-en>
- OCDE.** (2019, abril 26). *PISA 2018 Reading Literacy Framework*. https://www.oecd-ilibrary.org/education/pisa-2018-assessment-and-analytical-framework_5c07e4f1-en
- OCDE.** (s. f.). *PISA 2018 results. Volume I: What students know and can do*. <https://www.oecd.org/pisa/publications/pisa-2018-results-volume-i-5f07c754-en.htm>
- OCDE.** (s. f.). *PIAAC design*. <https://www.oecd.org/skills/piaac/piaacdesign/>
- PANGRAZIO, L., GODHE, A. L., & GONZÁLEZ LÓPEZ LEDESMA, A.** (2020). What is digital literacy? A comparative review of publications across three language contexts. *E-Learning and Digital Media*, 17(6), 442–459. <https://doi.org/10.1177/2042753020946291>
- PERIN, D.** (ed.). (2019). *Wiley handbook of adult literacy*. Wiley-Blackwell.

- PFOST, M., DÖRFLER, T., & ARTELT, C.** (2013). Students' extracurricular reading behavior and the development of vocabulary and reading comprehension. *Learning and Individual Differences*, 26, 89–102. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2013.04.008>
- POLETTI, A., SEABOYER, J., KENNEDY, R., BARNETT, T., & DOUGLAS, K.** (2016). The affects of not reading: Hating characters, being bored, feeling stupid. *Arts and Humanities in Higher Education*, 15(2), 231–247. <https://doi.org/10.1177/1474022214556898>
- RAPP, D. N.** (2016). The consequences of reading inaccurate information. *Current Directions in Psychological Science*, 25 (4), 281–285. <https://doi.org/10.1177/0963721416649347>
- REA, A.** (2020, abril 29). *How serious is America's literacy problem?* Library Journal. <https://www.libraryjournal.com/?detailStory=How-Serious-Is-Americas-Literacy-Problem>
- REISS, K., WEIS, M., KLIEME, E., & KÖLLER, O.** (ed.). (2019). *PISA 2018: Grundbildung im internationalen Vergleich*. Waxmann. <https://doi.org/10.25656/01:18315>
- ROSA, H.** (2005). *Beschleunigung: Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*. Suhrkamp.
- ROSE, E.** (2013). *On reflection: An essay on technology, education, and the status of thought in the 21st century*. Canadian Scholars Press.
- ROSEBROCK, C.** (2020). *Netzlektüre und Deep Reading: Entmischungen der Lesekultur*. leseforum.ch. https://www.leseforum.ch/sysModules/obxLeseforum/Artikel/694/2020_2_de_rosebrock.pdf
- SALOVICH, N. A., & RAPP, D. N.** (2021). Misinformed and unaware? Metacognition and the influence of inaccurate information. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 47(4), 608–624. <https://doi.org/10.1037/xlm0000977>
- SCHARRER, L., & SALMERÓN, L.** (2016). Sourcing in the reading process: Introduction to the special issue. *Reading and Writing*, 29(8), 1,539–1,548. <https://doi.org/10.1007/s11145-016-9676-2>
- SCHARRER, L., STADTLER, M., & BROMME, R.** (2019). Judging scientific information: Does source evaluation prevent the seductive effect of text easiness? *Learning and Instruction*, 63, 101215. <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2019.101215>
- SCHARRER, L., RUIPEPER, Y., STADTLER, M., & BROMME, R.** (2017). When science becomes too easy: Science popularization inclines laypeople to underrate their dependence on experts. *Public Understanding of Science*, 26(8), 1,003–1,018. <https://doi.org/10.1177/0963662516680311>
- SCHLEICHER, A.** (2019). *PISA 2018: Insights and interpretations*. OCDE. <https://www.oecd.org/pisa/PISA%202018%20Insights%20and%20Interpretations%20FINAL%20PDF.pdf>
- SCHÜLLER-ZWIERLEIN, A.** (2017a). Die Bibliothek als Lesezentrum. *o-bib*, 4(2). <https://doi.org/10.5282/o-bib/2017H2S14-34>

- SCHÜLLER-ZWIERLEIN, A.** (ed.). (2017b). *Informationskompetenz, Informationsverhalten, Informationsverarbeitung*. Universitätsbibliothek. <https://doi.org/10.5283/epub.36337>
- SEN, A.** (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.
- SIMAS DA ROCHA, B., GARCÍA MORAES, C., MIYAKE OKUMURA, L., DA CRUZ, F., SIRTORI, L., & DA SILVA PONS, E.** (2021). Interventions to reduce problems related to the readability and comprehensibility of drug packages and labels: A systematic review. *Journal of Patient Safety*, 17(8), e1494–e1506. <https://doi.org/10.1097/pts.0000000000000619>
- SINGER, L. M., & ALEXANDER, P. A.** (2017). Reading on paper and digitally: What the past decades of empirical research reveal. *Review of Educational Research*, 87(6), 1,007–1,041. <https://doi.org/10.3102/0034654317722961>
- SIKKA, P., & MAGO, V.** (2020, August 19). *A survey on text simplification*. arXiv:2008.08612. <https://arxiv.org/abs/2008.08612>
- SINGER, P. W., & BROOKING, E. T.** (2018). *LikeWar: The weaponization of social media*. Houghton Mifflin Harcourt.
- SPANTE, M., SOFKOVA HASHEMI, S., LUNDIN, M., & ALGERS, A.** (2018). Digital competence and digital literacy in higher education research: Systematic review of concept use. *Cogent Education*, 5(1), Article 1519143. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2018.1519143>
- ŠTAJNER, S., & SAGGION, H.** (2018). Data-driven text simplification. Proceedings of the 27th International Conference on Computational Linguistics: *Tutorial Abstracts*, 19–23. <https://aclanthology.org/C18-3005.pdf>
- STATISTA.** (2022). *Anzahl der Personen in Deutschland, die Bücher lesen, nach Häufigkeit von 2017 bis 2021*. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171231/umfrage/haeufigkeit-des-lesens-von-einem-buch/>
- STEWART, C. R., & YAP, S.-F.** (2020). Low literacy, policy, and consumer vulnerability: Are we really doing enough? *International Journal of Consumer Studies*, 44(4), 343–352. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12569>
- TEGETHOFF, D.** (2019). Readability of information material in obstetrics. *Zeitschrift für Geburtshilfe und Neonatologie*, 224(4), 208–216. <https://doi.org/10.1055/a-1014-3619>
- VAN DEN BERCKEN, L., SIPS, R.-J., & LOFI, C.** (2019). Evaluating neural text simplification in the medical domain. The World Wide Web Conference. <https://doi.org/10.1145/3308558.3313630>
- VAN DER WEEL, A.** (2018). Where will the digital turn in reading take us? G. Proot, D. McKitterick, A. Nuovo, & P. F. Gehl (ed.), *Lux librorum: Essays on books and history for Chris Coppens*.

- VARAO-SOUSA, T. L., CARRIERE, J. S. A., & SMILEK, D.** (2013). The way we encounter reading material influences how frequently we mind wander. *Frontiers in Psychology*, 4, Article 892. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2013.00892>
- WALKER, M. B.** (2017). *Slow philosophy: Reading against the institution*. Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781474279949>
- WICHT, A., DURDA, T., KREJCIK, L., ARTELT, C., GROTLÜSCHEN, A., RAMMSTEDT, B., & LECHNER, C. M.** (2021). Low literacy is not set in stone: Longitudinal evidence on the development of low literacy during adulthood. *Zeitschrift für Pädagogik*, 67(1), 109–132. <https://doi.org/10.3262/ZPB2101109>
- WILD, J., & GLONDYS, M.** (2020). Vom Papyrus zum Laptop: Digitale Leseprozesse fördern. *Erziehung und Unterricht*, 7–8, 641–650.
- WILSON, T. D.** (2010). Fifty years of information behavior research. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 36(3), 27–34. <https://doi.org/10.1002/bult.2010.1720360308>
- WOLF, M.** (2018). *Reader, come home: The reading brain in a digital world*. HarperCollins.
- WOLF, M., & BARZILLAI, M.** (2009). The importance of deep reading. *Educational Leadership*, 66(6), 32–37.
- WORTH, S. E.** (2017). *In defense of reading*. Rowman and Littlefield International.
- XU, W., CALLISON-BURCH, C., & NAPOLES, C.** (2015). Problems in current text simplification research: New data can help. *Transactions of the Association for Computational Linguistics (TACL)*, 3, 283–297. https://doi.org/10.1162/tacl_a_00139
- ZUNSHINE, L.** (2006). *Why we read fiction: Theory of mind and the novel*. Ohio State University Press.

Adriaan van der Weel

Catedrático emérito de Estudios del Libro en la Universidad de Leiden. Sus investigaciones se centran en la revolución digital y sus consecuencias para la lectura. Van der Weel fue vicepresidente de E-READ. Su libro más reciente, en coautoría con Ruud Hisgen, es *El ser humano lector (De lezende mens; Amsterdam: Atlas Contact, 2022)*.

André Schüller-Zwierlein

Director de la Biblioteca Universitaria de Ratisbona. Ha publicado numerosos trabajos sobre lectura, patrimonio cultural, justicia informativa y filosofía y práctica bibliotecarias. Su más reciente libro es *Die Fragilität des Zugangs* (Berlín: de Gruyter 2021), una crítica filosófica de la sociedad de la información.

Anne Mangen

Catedrática de Alfabetización en el Centro Noruego de Lectura de la Universidad de Stavanger (Noruega). Su investigación se centra en el papel de la materialidad del soporte en la comprensión y el compromiso con la lectura. Mangen fue presidenta de E-READ: Evolución de la lectura en la era de la digitalización (2014-2018).

Miha Kovač

Catedrático de Estudios Editoriales en la Universidad de Liubliana. Sus principales intereses de investigación son las estadísticas del libro y la lectura. En su carrera editorial trabajó como director editorial en las dos mayores editoriales eslovenas y como director editorial de la edición eslovena de la revista *National Geographic*.

Tirar el dinero

Oportunidades perdidas en el suministro de libros electrónicos*

Michael Tamblyn

Traducción de Íñigo García Ureta

En un escenario de altísima competencia o en el que, para usar las palabras de Tamblyn, el libro compite contra todo lo demás, una adecuada gestión de los metadatos bibliográficos puede hacer la diferencia entre un título que vende y otro que no.

En primer lugar, me gustaría agradecerles que me hayáis invitado hoy aquí. Quiero también dar las gracias a Brian O’Leary y a su equipo, tanto por este evento como por todo lo que hacen en BISG. Asimismo, me gustaría enviar un saludo a Alyson Groves y a Wendy Reid, que son nuestras representantes y defensoras de los estándares y metadatos en Kobo; a Dave Anderson, nuestro miembro saliente de la Junta Directiva de BISG, y a Patricia Simoes, nuestra nuevo miembro de la misma junta . Creo que va a ser una charla muy apropiada para este público. Hablaré sobre metadatos y sobre por qué los necesitamos más que nunca, pero también sobre cómo está cambiando el rol del librero y cómo ese cambio amplifica aún más la necesidad de esos metadatos. Así que empecemos con un resumen rápido...

En 2009 iniciamos un proyecto de laboratorio dentro de Indigo, la cadena de librerías canadiense, para averiguar cómo una tienda de libros físicos podría competir en el ámbito de la lectura digital. Vendimos libros electrónicos, ganamos dinero, construimos dispositivos y creamos asociaciones. Nos compró Rakuten para expandirnos por todo el

* Esta conferencia se publicó por primera vez en español en el 39º número de la revista *Texturas* (2019). Se incluye en este dossier por cortesía de Trama Editorial.

mundo y en poco tiempo había pasado ya una década. En esta ciudad a menudo se nos conoce como «Kobo, esa empresa que nos gustaría que fuera mayor en Estados Unidos», lo que está bien. De hecho, es mejor que se hable de nosotros a que no se hable nada en absoluto. Pero tengo que decir que el comentario no nos molesta porque la mayoría de las miradas estaban puestas en Estados Unidos (y en la mayor parte de la cobertura del sector, así sigue sucediendo). El caso es que salimos al extranjero y amasamos una base de clientes de más de 35 millones de usuarios, con un catálogo de más de 6 millones de libros que se venden en 190 países, además de contar con librerías localizadas en 12 idiomas y 25 países, y obtener ingresos de forma bastante equilibrada entre Asia, América y Europa. Esto nos ha permitido evitar los altibajos de los mercados individuales, distribuir las inversiones en múltiples territorios y captar nuevas oleadas de crecimiento digital allá donde se desarrollan otros mercados. Hemos adquirido negocios, como la plataforma Tolino en Alemania, para crecer a escala; hemos rescatado usuarios de plataformas que no supieron sobrevivir y hemos trabajado con nuestra empresa matriz en la adquisición de negocios adyacentes como OverDrive, para hacer que las ventas al consumidor se vean también acompañadas con otras a instituciones y bibliotecas.

Quienes estamos hoy en esta sala hemos vivido las distintas etapas de esta transformación: el primer ciclo de incredulidad digital seguido por otro de un cauto interés por lo digital; el gran frenesí de conversión de ePub de 2009 y el auge de las conferencias de publicación digital de 2010, y aquella época en 2011 en la que entre todos los compramos segundas residencias a los abogados antimonopolio para el *agency model* en todas sus variantes: la variante *light*, la variante clásica y la variante sin gluten con frutos secos de la selva amazónica.

Y aquí estamos hoy. Una década después, lo digital puede traducirse en una cantidad concreta. Durante los últimos dos años, hemos escuchado a editores y libreros decir cosas como «Creo que todo va a salir bien...». Los editores nos informan de que las ventas de libro electrónico se han estancado en Estados Unidos y Reino Unido, y que la adopción se está desarrollando de forma más gradual y constante en toda Europa, sin aquel pánico repentino que se produjo en los mercados de habla inglesa.

Y lo que es más importante, parece que las defensas diseñadas para proteger a las industrias de la edición y la venta de libros han aguantado. Y si echamos un vistazo a las estadísticas de la Asociación Americana de Editores, la AAP, hace un par de años que el libro electrónico tocó techo y ahora ya podemos dejar de preocuparnos por los *ebooks* y centrarnos en encontrar al narrador adecuado para nuestra versión en audiolibro de *1080 recetas de cocina*.

Por lo tanto, sería fácil pensar que, llegados a este punto, las grandes peleas han terminado. Que podemos volver a publicar y vender libros sin tener que preocuparnos de que la industria se rehaga a sí misma como sucedió en el caso de la música y el vídeo.

Vamos, que nadie desconoce el significado de la expresión «calma antes de la tormenta». Dicho esto, me gustaría argumentar que casi sin saberlo hemos entrado en lo que consideramos la quinta ola de la venta de libros. Las primeras cuatro son por todos conocidas, así que podemos pasarlas a toda velocidad. Si la primera fue la librería independiente y la segunda fue la aparición de grandes cadenas de venta de libros, algo

“

Cada ola ha ido acompañada de un aumento de los metadatos, un elemento cada vez más crítico para garantizar el éxito de la misión hasta el punto de que, a medida que llegamos a los *ebooks*, nos enfrentamos únicamente a activos digitales con una distribución y disponibilidad global determinada por los archivos ONIX que acompañan a los ePub y a las imágenes de portada.

que estaba directamente relacionado con la gestión de inventarios y el almacenamiento y la logística avanzados...

...lo que a su vez proporcionó toda la infraestructura necesaria para la tercera ola, en la que gracias al uso de Internet y de abundantes metadatos estandarizados aplicados a la venta al por mayor se crearon librerías *online*...

...que ahora podía servir como plataforma de ventas en el momento en que la tinta electrónica, las tabletas y los teléfonos inteligentes empezaron a pedir libros electrónicos y audiolibros.

Eso nos lleva a la ola número cuatro. Cada ola ha ido acompañada de un aumento de los metadatos, un elemento cada vez más crítico para garantizar el éxito de la misión hasta el punto de que, a medida que llegamos a los *ebooks*, nos enfrentamos únicamente a activos digitales con una distribución y disponibilidad global determinada por los archivos ONIX que acompañan a los ePub y a las imágenes de portada.

Con el *agency model*, algunos editores tomaron el control directo de la fijación de precios y descubrieron que podían controlar de forma parcial el crecimiento del libro electrónico, gestionando la diferencia de precio entre el libro impreso y el digital al ralentizar o, al menos, influir en el ritmo de adopción.

Esto a su vez originó una diferencia de precios que permitía a autores y editores independientes apresurarse a ocupar el espacio que media entre el «Gratis» y el «4,99 DÓLARES», reduciendo la cuota de libros electrónicos entre los editores tradicionales y transformando la autopublicación que ahora pasaba de ser una tendencia a convertirse en un negocio. Hasta aquí, cada ola ha hecho hincapié en la distribución: qué se vende, quién lo vende y por cuánto lo vende, la selección y el formato, en un nuevo panorama competitivo.

La quinta ola de venta de libros no implica un cambio de formato. Ni supone un cambio en el lugar donde se venden o distribuyen los libros. No se trata de una suscripción frente a una venta de un solo título, porque no se trata de por cuánto se vende un libro. Esta revolución en la venta de libros se trata de «LIBROS vs. TODO LO DEMÁS».

Porque ahora nos encontramos en plena Economía de la Atención. Se trata de la mercantilización y comercialización de la atención. De la lucha por el tiempo.

“

Esta revolución en la venta de libros se trata de «LIBROS vs. TODO LO DEMÁS». Porque ahora nos encontramos en plena Economía de la Atención. Se trata de la mercantilización y comercialización de la atención. De la lucha por el tiempo.

Sería fácil argüir que los libros siempre han luchado por el tiempo contra otros medios; que la televisión, las películas, las revistas y los periódicos siempre han peleado por copar las distintas partes del día de un individuo. Y sí, eso es cierto. Pero aquéllas eran pugnas a menor escala y se medían en décadas, pudiendo ser explicadas en términos de alfabetización, de número de personas que leen vs. el número de personas que no leen o no pueden leer.

Esto ya no es así. En la era de la Economía de la Atención, miles de compañías con altos niveles de sofisticación, la mayoría de las cuales no tienen nada que ver con los libros, ni siquiera con los medios de comunicación, han descubierto cómo ganar un montón de dinero empaquetando nuestro tiempo. Tienen una idea muy clara de lo que vale el tiempo de la gente, lo que les gustaría hacer con él, y —lo que es más importante— cuentan con una increíble variedad de herramientas y tácticas para conseguirlo y capturarlo. Así que por mucho que miremos a Amazon o Apple como competidores, también deberíamos centrarnos en Netflix, Facebook, Instagram y YouTube.

No solo porque son populares y la gente las usa, sino porque observan el mundo a través de una lente que es esencia distinta de la de un editor de libros, un librero o una revista. Están interesados, sobre todo, en la participación del usuario. En su consumo del tiempo. En realidad, están interesados en mostrarte anuncios, pero saben que cuanto más tiempo les des más anuncios venderán. Y eso significa que se han convertido en expertos en la psicología de crear bucles de retroalimentación compulsiva que sostengan dicha participación. Y para lograr que eso suceda están dispuestos a invertir cantidades de talento y capital similares a las del Proyecto Manhattan: tienen a las mejores mentes de la generación en pos del objetivo de captar nuestra atención con el propósito de vender publicidad *online*.

Nunca hemos tenido competidores como estos. Nadie lo ha hecho.

El desafío para Kobo es simple: ¿cómo podemos conseguir que alguien lea y siga leyendo a pesar de todas las demás opciones a su disposición, opciones dirigidas por minería de datos e impulsadas por algoritmos? No solo se trata de vender un libro, ésa fue la pelea de la década pasada. Ahora se trata de cómo suscitar esa pulsión por leer, de prenderla y de, una vez que haya comenzado a arder, mantenerla encendida el mayor tiempo posible mientras las empresas multimillonarias hacen todo lo que pueden hacer por apagarla.

En Kobo estamos poniendo nuestro granito de arena. Hemos estado preparándonos para esta lucha por la atención del lector sirviéndonos de combinaciones cada vez más sofisticadas de experiencia humana y aprendizaje automático, creando algoritmos para predecir, con mayor margen de acierto, lo que una persona que ahora está leyendo podría querer seguir leyendo más tarde o leer a continuación o para colarnos en sus días más ajetreados y recordarles algo que ya están leyendo y así atraerlos de nuevo. Para, acto seguido y del mejor modo que podamos, llevarlos al siguiente libro o al siguiente autor, haciendo malabarismos con ese amor por las historias o por la información, sin dejar jamás de mantener encendida la llama.

Pero necesitamos que nos echéis una mano. Esta lucha por la atención requiere una ayuda que solo los editores pueden ofrecer. Y al ayudarnos a mantener a la gente ocupada con los libros, los editores también se ayudan a sí mismos, a sus autores y a sus títulos.

Aquí hay seis cosas que podrían hacernos la vida más fácil. Seis lugares donde los editores desperdiciáis el dinero. Seis ejemplos de cosas que algunos editores están haciendo de cuando en cuando, pero casi ningún editor hace de continuo. Y cada una de ellas, bien llevada, implica directamente más ventas y una mayor visibilidad de los títulos de los editores.

Y todo ello bajo el paraguas de la Gran Cuestión. Esta: mejores metadatos.

¡Lo que no debería ser nada difícil de conseguir para este grupo! A todos en esta sala nos encantan los metadatos. La razón por la que estáis aquí en lugar de empujando el codo con un autor es porque os encantan los metadatos. Sabéis de qué va la cosa y la usáis, y no dejáis de enviar con regularidad *feeds* a librerías como nosotros.

Pero estamos tirando el dinero —dinero realmente fácil de ganar— al no saber enfocarnos en lo que los metadatos pueden hacer por nosotros en el contexto del libro electrónico y el audiolibro, en especial cuando los metadatos son exactamente nuestra única herramienta para averiguar dónde y cómo va cada libro. Y eso a veces supone que alguien decide ahora comprar otro libro. O implica, cada vez con mayor frecuencia, que ahora vamos a perderle de vista durante toda una semana, porque se ha puesto a ver *Juego de Tronos*. No solo hablamos de ventas. También de atención.

Así que aquí hay seis ejemplos, algunos grandes, otros pequeños, de dónde se pierden las ventas y la atención.

1 • Hora local para ventas locales

Esta primera es fácil. Es increíble cuántos editores fijan sus lanzamientos para la medianoche, hora de Nueva York, sin importar dónde se vende el libro. Y esto a pesar de que los pedidos anticipados son enormes en todas partes: Estados Unidos, Reino Unido y Australia. Por lo tanto, fijemos los lanzamientos en horarios razonables para las distintas zonas horarias, de modo que los australianos puedan recibir sus pedidos anticipados,

dependientes de los derechos británicos o estadounidenses, antes de llegar al trabajo. Un título caliente puede perder un día de ventas simplemente porque no está disponible para la compra allá donde debería estarlo.

“

Los libros electrónicos van a todas partes, allá donde sus metadatos lo permiten. Pero los editores a menudo se olvidan de comprobar los precios en los distintos mercados, no se plantean qué precios resultan competitivos en cada país.

Puede que ésta sea la menor cuestión de todas las que planteo, pero es muy importante para nosotros. Si uno vive en Australia querrá comprar el último Dan Brown tan pronto como le sea posible y lo mejor será que compre un ejemplar en papel, porque al abrir sus puertas una librería tendrá las cajas abiertas y los libros en una mesa. Mientras que una librería digital no tendrá ese libro disponible hasta el día siguiente y en ese tiempo la atención de nuestro posible lector puede haberse desviado hacia otra cosa, sin la menor garantía de que lo que le interese ahora sea un libro.

Así que, en aras del servicio público, nuestro distribuidor en Australia desea que os haga saber que, a juzgar por los datos con los que contamos, libros como éstos, el último Jack Reacher escrito por Lee Child, el último James Patterson y las nuevas novelas de Nora Roberts o Maya Banks, van a perder sus primeras ventas del día.

Pero no pasa nada. Patterson, Child, Banks o Roberts son pequeños autores desconocidos de los que nadie ha oído hablar. Estoy seguro de que las ventas del día de lanzamiento tampoco iban a ser gran cosa.

2 • Precios sensibles al mercado

Una de las cosas que nos vuelven locos es cuando los editores o incluso los librereros nos dicen, «Nos hemos vuelto agnósticos en lo relativo al formato: nos encanta tratar al libro electrónico como un formato más». Oye, suena muy tolerante. Ahora estáis en una relación abierta con todos los formatos. Pero mientras los libros impresos son como esa media naranja que nunca se saca el pasaporte y siempre se queda cerca de casa, el libro electrónico es como ese flechazo del instituto que viaja constantemente a países exóticos porque sus padres trabajan para una aerolínea y con el que

esperas algún día poder ir a Marruecos a haceros tatuajes a juego. O tal vez solo sea yo. Pero lo que quiero decir es que los libros electrónicos van a todas partes, allá donde sus metadatos lo permiten. Pero los editores a menudo se olvidan de comprobar los precios en los distintos mercados, no se plantean qué precios resultan competitivos en cada país. La conversión de divisas casi nunca es del todo fiable. Siempre termina apuntando demasiado alto o demasiado bajo. Conviene establecer un proceso para revisar los precios internacionales en lugar de simplemente convertir las monedas y dar por terminado el proceso. Revisad los precios internacionales y aseguraos de ser competitivos a nivel local. Con demasiada frecuencia, en lugares como la India, Brasil y México el producto se vende a un precio demasiado alto. No temáis que cambiar esto vaya a suponer una sangría. Somos buenos vendiendo al precio adecuado en el lugar adecuado. Pero ahora estáis perdiendo oportunidades por culpa de alguna que otra sorpresa a nivel internacional.

Esto es aún peor cuando los precios se introducen de forma errónea, lo que ocurre más a menudo de lo que nos gustaría. En una ocasión, el precio de un título se fijó en 7,00 yenes, o unos 6,5 centavos, en lugar de en 700 yenes, lo que habría supuesto un precio de unos 6,50 dólares. La buena noticia es que se convirtió en un *bestseller*. La mala noticia fue que en los pocos días que nos llevó darnos cuenta de lo que había sucedido se vendieron casi 15.000 ejemplares por un total de 900 dólares en ingresos. Por favor, tened cuidado.

3 • Aprovechad vuestros derechos

Gracias a que los libros electrónicos son tan fantásticamente fáciles de vender a través de las fronteras, os animo a que uséis vuestros derechos para vender allá donde os sea posible. Arregladlo para que esos libros estén disponibles en todos los países a los que tenéis acceso y no solo aquí, en casa. Los lectores están por todas partes, e incluso si vosotros no gastáis un centavo en traducciones, hay lectores de habla inglesa en mil sitios diferentes. Optimizad vuestros derechos territoriales, pues nosotros, como dije al principio, vendemos en 190 países, y el inglés se lee en todas partes. Así que si un libro aparece en *The Economist* o en CNN International podrá tener una sólida recepción en Taiwán, Singapur o los Emiratos Árabes Unidos, todos ellos mercados sorprendentemente fuertes para los libros de habla inglesa.

Sin proponérselo, el año pasado vendimos 600.000 títulos distintos en inglés en países de habla no inglesa. Y podríamos haber vendido muchos más si libros de los que sabemos que tienen derechos internacionales hubieran estado disponibles. Haced una auditoría. Averiguad qué falta. Porque podemos venderlos.

4 • Comprobar la elasticidad del precio

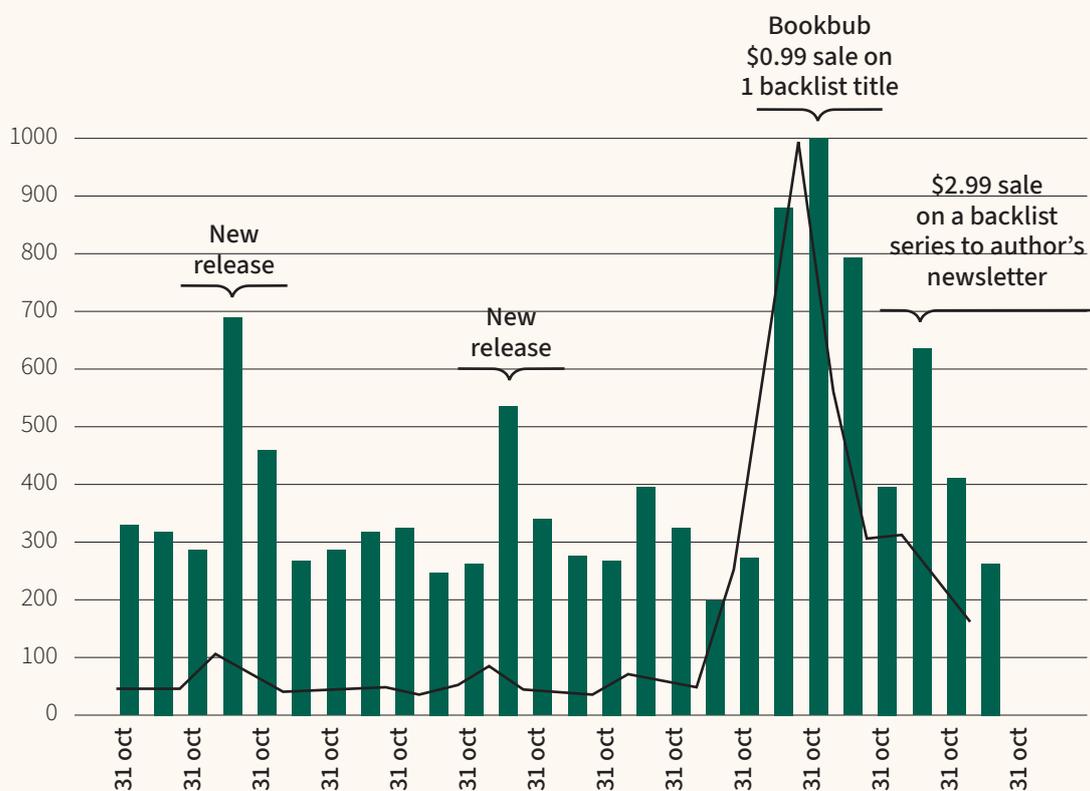
Cuando se trata del precio, no os olvidéis de él tras fijarlo (o, solo un poquito mejor, no fijéis uno solo para la edición en cartoné para luego rebajarlo si lo sacáis en rústica). Los autores independientes le están comiendo la tostada a las grandes editoriales ajustando regularmente los precios, porque están testando la elasticidad de los precios. El precio es un gran incentivo para los lectores y los independientes lo usan para llamar la atención sobre sus títulos: jugar con el precio les permite activar las ventas lo bastante como para hacer adquirir presencia en listas de bestsellers y aparecer en las listas automatizadas de «Esto está de moda ahora». De forma automática, nosotros volvemos a promocionar títulos que han experimentado alguna rebaja en el precio, lo que les brinda un codiciado espacio en las páginas de inicio, las listas recomendadas y el correo electrónico CRM.

He aquí un ejemplo de uno de nuestros autores independientes, que juega con los precios de manera consistente.

Gráfica 1



Indies use price as a weapon



Los autores independientes llenan los huecos en sus calendarios de publicación con descuentos por tiempo limitado, ofertas que a menudo generan mayores ventas netas que las experimentadas durante los lanzamientos. Cosas a tener en cuenta: la elasticidad de precios y la necesidad de mantener la lista de favoritos siempre a punto.

Y claro, se podría objetar que eso está bien para un autor independiente que solo tiene un par de series de las que ocuparse. Pero colectivamente esos autores les están comiendo la tostada digital a las editoriales más grandes, por lo que vale la pena pensar en cómo aumentar el nivel general de la actividad de precios.

Y ahora, si os vais a ir de aquí con un solo mensaje, si solo vais a sacar en claro una cosa de toda esta presentación, de todo este día, por favor que sea esto:

5 • Agregar los datos sobre cada serie. Hacedlo cada puñetera vez.

Esto nos duele de verdad. También os afecta a vosotros. Los datos sobre las series son un problema particular para nosotros, porque suponen un gran motor de ventas. Lo sorprendente es que los editores animan a los autores a escribir series porque saben que las series venden bien, pero luego, casi de forma deliberada, eligen no contarle a nadie que se trata de una serie... cuando debería ser algo tan simple, tan natural, tan fácil de añadir a la «descubribilidad». Y, sin embargo, es uno de los campos más maltratados de los metadatos. A los editores se les llena la boca con esa palabra: *discoverability*, «descubribilidad». ¿Queréis saber la verdad? Éste es el mejor tipo de descubrimiento que existe.

Y permitidme dejar perfectamente claro por qué es importante para nosotros.

Las series representan un 52 por ciento de las ventas.

Nuestros lectores de alto valor en todo el mundo gastan entre 100 y 1000 dólares al mes en libros. La mitad de sus bibliotecas están dedicadas a las series. El 42 por ciento de nuestros principales clientes tienen al menos dos libros del mismo autor. Se trata de gente leal, que encuentra algo que le gusta y luego quiere seguir leyendo el siguiente y luego el siguiente, y sin embargo los datos de la serie están claramente mutilados.

“

Nuestros lectores de alto valor en todo el mundo gastan entre 100 y 1000 dólares al mes en libros. La mitad de sus bibliotecas están dedicadas a las series. El 42 por ciento de nuestros principales clientes tienen al menos dos libros del mismo autor.

Para dar rienda suelta a esta bestia de las ventas, todo lo que tenéis que hacer es rellenar los metadatos de la serie de una manera que sea consistente «y» legible por una máquina, lo que significa utilizar el mismo formato a lo largo de toda la serie.

Piensa un poco. Si publicarais a James Patterson, ¿te referirías a él llamándolo Jake? ¿Jimmy P.? No, por supuesto que no. Eso resultaría confuso. Pero a diario vemos errores como éste y a menudo recibimos quejas de clientes que pueden encontrar los libros 1, 2 y 4, sin lograr dar con el 3 y el 5, que están vinculados a la misma serie, pero ahora escrita con otro nombre.

Muchos editores todavía no ven por qué proporcionar metadatos de series que sean regulares y precisos. En Kobo y en las webs de algunos de nuestros competidores más inteligentes, el campo de series se utiliza para agrupar y secuenciar automáticamente títulos relacionados, porque la capacidad de mostrar a los clientes una serie completa en orden, ya sea en la página de un artículo o en una búsqueda, impulsa las ventas. Todavía más, nos permite generar para vosotros uno de nuestros más altos mensajes de conversión de clientes, aquel que se origina justo cuando un lector está llegando al final de un libro y entonces, nosotros le pedimos que compre el siguiente de la serie, para seguir leyendo y no perder su atención. Pero si no sabemos cuál es el siguiente de la serie, o ni siquiera sabemos que se trata de una serie, nuestro Mensaje *Push* le sugerirá otra cosa y entonces todo el mundo estará descontento y esa persona se meterá entre pecho y espalda cuatro horas de videos de YouTube y se convertirá en un troll ultraderechista que campa por Internet. Y todo porque vosotros la habéis ca-ga-do.

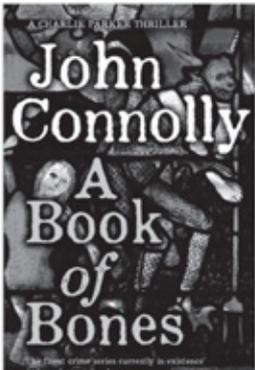
Dejadme mostraros algunos ejemplos que vemos regularmente (Figura 1).

Figura 1 ↗

eBOOKS ▾ AUDIOBOOKS ▾ APPS & eREADERS ▾ ♥ 🛒 ▾

Sign up today and get 5 € off your first purchase X

[Home](#) / [eBooks](#) / [Mystery & Suspense](#) / [A Book of Bones](#)



A Book of Bones
A Charlie Parker Thriller: 17. From the No. 1 Bestselling Author of THE WOMAN IN THE WOODS

by John Connolly
series Charlie Parker Thriller #1

Synopsis

The new thrilling instalment of John Connolly's popular **Charlie Parker** series.
He is our best hope.
He is our last hope.

On a lonely moor in the northeast of England, the body of a young woman is discovered near the site of a vanished church. In the south, a girl lies buried beneath a

Buy the eBook

Price: **11,99 €**

Get 5 € off
(Save on your first purchase worth 5,01 € or more)

You are in the Ireland store

■■■

Not in Ireland? Choose your country's store to see books available for purchase.

¿Veis de qué hablo? Aquí dice que es el libro número 17 de la serie. O tal vez no, tal vez sea el libro 1.

Conocemos la serie y el número de serie del audiolibro. Pero en el *ebook* solo tenemos la serie. Esto es un mal metadato o un experimento audaz por parte del editor, que busca que los audiolibros se escuchen en un orden particular, celebrando la linealidad de la narración de historias, mientras opina por otro lado que los libros electrónicos pueden ser abordados como una aventura independiente, susceptible de combinarse en el orden que uno elija (Figura 2).

Figura 2 ↗

The screenshot shows the Rakuten Kobo website interface. At the top, there is a search bar with the text "Search by title, author, series or ISBN" and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are buttons for "Create free account" and "Sign in". Below the search bar is a navigation menu with categories: "eBOOKS", "AUDIOBOOKS", "APPS & eREADERS", and "SUPER POINTS". To the right of the menu are icons for a heart and a shopping cart. A dark banner below the menu reads "Sign up today and get \$5 off your first purchase" with a close button (X). The main content area shows the product page for "The Pale Criminal" by Philip Kerr. On the left is the book cover, which features the text "PHILIP KERR", "A BERNIE GUNTHER THRILLER", and "THE PALE CRIMINAL". To the right of the cover, the title "The Pale Criminal" is displayed, followed by "Bernie Gunther Thriller 2" and "by Philip Kerr". Below this is a "Synopsis" section with a quote from Lee Child: "'One of the greatest anti-heroes ever written' LEE CHILD". The synopsis text reads: "A series of horrific ritual murders leads Bernie Gunther to an occult conspiracy at the very heart of the Nazi Party - hard-boiled noir thriller for fans of Raymond Chandler and John le Carré". On the right side of the product page is a purchase section titled "Buy the eBook". It shows "Your price \$7.99 CAD" and a "Get \$5 off" discount (Save on your first purchase worth \$5.01 or more). Below the price are buttons for "Add to cart" and "Buy Now".

Alguien se la tiene jurada a Philip Kerr. ¡Y no somos nosotros! Estas próximas diapositivas mostrarán varias formas de tortura de metadatos infligidas al pobre Philip Kerr a través de la serie Bernie Gunther. En este caso, la información de la serie está en el subtítulo (Figura 3).

Salvo aquí, donde la información de la serie está en el título y no hay ni subtítulos ni ninguna referencia a la serie en la lista. Aquí, donde pone que el título del audiolibro es «El otro lado del silencio: Bernie Gunther, Libro 11» debería decir que el título del libro es *El otro lado del silencio*, que la serie es «Bernie Gunther», y que se trata de la undécima entrega. Eso es exigirle al título mucho más trabajo del que está capacitado para llevar a cabo (Figura 4).

Excepto por el audiolibro 8, que se burla de todas las tendencias. El título es correcto, el autor y el narrador son correctos, y la información de la serie es correcta.

Figura 3

Rakuten kobo Search by title, author, series or ISBN Create free account Sign in

eBOOKS ▾ AUDIOBOOKS ▾ APPS & eREADERS ▾

Sign up today and get 5 € off your first purchase

Home / Audiobooks / Fiction & Literature / The Other Side of Silence: Bernie Gunther, Book 11

The Other Side of Silence: Bernie Gunther, Book 11
by Philip Kerr
Narrated by Jeff Harding

Synopsis

It is 1956 on the French Riviera. A world-weary Bernie Gunther is working as concierge at the Grand Hotel, living under a false name. Then his past walks through the door in the shape of Harold Hennig, a former captain in the Nazi security service.

Buy the Audiobook
Price: 24,20 €

You are in the Ireland store
Not in Ireland? Choose your country's store to see books available for purchase.

Figura 4

Rakuten kobo Search by title, author, series or ISBN Create free account Sign in

eBOOKS ▾ AUDIOBOOKS ▾ APPS & eREADERS ▾

Sign up today and get 5 € off your first purchase

Home / Audiobooks / Mystery & Suspense / Prague Fatale

Prague Fatale
by Philip Kerr
Narrated by Paul Hecht
series Bernie Gunther #8

Synopsis

Philip Kerr's thrilling mystery series starring private detective Bernie Gunther has been hailed as "one of the great historical crime series" by Bookmarks Magazine. Set in 1941, Prague Fatale follows Gunther as he investigates a murder at the country estate of his old boss, SD member Reinhard Heydrich. Heydrich was throwing a

Buy the Audiobook
Price: 26,29 €

You are in the Ireland store
Not in Ireland? Choose your country's store to see books available for purchase.

Así que, para recapitular, basándonos en estos datos, que probablemente acabaremos arreglando a mano, dejaríamos caer la bola cuatro veces recomendando libros que un fan de Philip Kerr seguramente leería si pudiéramos ponerlos en orden. Así que, por favor, haced algo y salvad a Philip Kerr (Figura 5).

Ni siquiera los éxitos de taquilla son inmunes. Os sorprenderá saber que este libro forma parte de una trilogía. Pero el editor dice que no es así. Este sinsajo vuela solo (Figura 6).

Figura 5

The screenshot shows the Amazon audiobook page for 'The Hunger Games'. At the top, there are navigation links for eBOOKS, AUDIOBOOKS, APPS & eREADERS, and SUPER POINTS. A promotional banner offers '\$5 off your first purchase'. The breadcrumb trail is 'Home / Audiobooks / Fiction - YA / The Hunger Games'. The main content area features the book cover, the title 'The Hunger Games', the author 'Suzanne Collins', and the narrator 'Carolyn McCormick'. A synopsis is provided, followed by a 'Play sample' button and an 'Also available as: eBook' link. On the right, a 'Start listening for FREE' box offers a free trial and a monthly subscription for \$9.99. The price is listed as '\$27.99 USD'.

Figura 6

The screenshot shows two side-by-side views of the Rakuten Kobo website. Both pages are for the audiobook 'Chasing Hope' by Kathryn Cushman, narrated by Suzy Jackson. The left page shows the book cover and a synopsis. The right page shows the same book but with the title 'Chasing Hope (Tomorrow's Promise Collection Book #6)'. Both pages feature a search bar, navigation links, and a 'Preview Now' button. The synopsis on the right page is partially visible, mentioning 'A Personal Drama of Shattered Dreams and Second Chances'.

Y, por otro lado, aquí tenemos más combinaciones de cinturón con tirantes, por si acaso. Creedme, cuando no pueden encontrar el tercer libro de la serie o esa versión de hace unos años de uno de sus prolíficos autores, los clientes nos lo hacen saber. Contamos con un equipo de personas que se pasan el día entero asegurándose de que la información es correcta y rellenando los espacios en blanco. Pero solo podemos corregir aquello cuya existencia conocemos.

En un mes recibimos entre 500 y 600 solicitudes de clientes sobre libros que esperaban encontrar sin conseguirlo. En este momento en nuestro sistema hay más de 5.000 títulos con una deficitaria información de series, información que debería estar y que no está. Y, gracias a la intervención manual de nuestro equipo de operaciones editoriales, este número es la mitad de lo que era hace un año. Esto significa que nuestro equipo encuentra vacíos, contacta a editores, hace un seguimiento, agrega metadatos a mano, y así sucesivamente, para asegurarnos de que el lector pueda ubicar el siguiente libro de su serie. Además de los metadatos, se construyen Recomendaciones, Experiencias de lectura, Listas temáticas, Recargas de series, etc. Eso nos ayuda a tender un puente entre los clientes y su siguiente lectura.

Y si vuestra estrategia es subcontratar los metadatos de vuestras series a los editores voluntarios de GoodReads, recordad que estáis beneficiando exactamente a una sola librería. Ya sabéis cuál. Así que nos gustaría que no lo hicierais.

6 • Potenciar las sinopsis

Hay una cosa que no nos dice nada: las llamadas *keywords*. Se ha abusado tanto de ellas sin castigo que nos hemos vuelto muy escépticos con respecto a las palabras clave. Porque hay muchas otras maneras de optimizar nuestra propia funcionalidad de búsqueda sin ellas. Una sinopsis orientada a la SEO, que tiene en cuenta la SEO, puede ser tan útil como cualquier palabra clave compuesta. Después de todo, si no vale la pena incluir palabras clave en una sinopsis, no serán claves de nada, ¿no?

Si vais a invertir vuestro esfuerzo en alguna parte, es una buena idea escribir sinopsis que cumplan con el doble deber de auxiliar en la toma de decisiones del cliente que ha llegado hasta la página del artículo y que, al mismo tiempo, están redactadas en un lenguaje diferenciador que puede ser utilizado para ayudar a otros clientes a lo largo del mismo viaje.

Los autores independientes se preocupan tanto por optimizar sus sinopsis que los más grandes *best-sellers* llegan a pagar 300 dólares por anuncio a una empresa —también gestionada por autores independientes— que se centra exclusivamente en la redacción de textos publicitarios totalmente optimizados para generar más ventas. Parece que cuando tu sinopsis es todo lo que tienes para causar una primera impresión en un lector, te preocupas mucho por ella.



Mark Dawson

“I get Bryan to write my descriptions because the process is so simple. And also because his blurbs have been on books, box sets, and ads that have earned me six-figures, shot me into the USA Today Bestseller list, and gotten me thousands of pre-orders. Enough said.”

Podéis estar seguros de que cualquier cosa que este tipo escriba no va a incluir en un *blurb* sobre el *ebook* la expresión: «Ahora por primera vez en rústica».

Os instamos a hacer bien lo más básico. Eso es todo. Sólo entonces nuestras ingentes inversiones en *discoverability*, los datos de los clientes, el *big data* y otras formas de alquimia tendrán una oportunidad real de crear conexiones entre vuestros libros y las ideas o historias con las que los clientes están participando de forma activa. Juntos tendremos posibilidades de ganarnos una buena parte de la atención en esta economía tan acalorada.

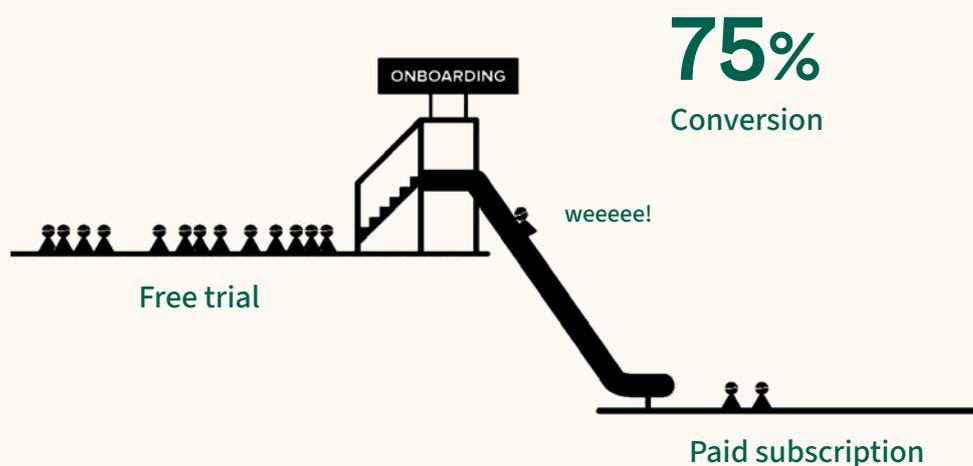
Hasta aquí hemos estado tratando el modo de apoyar productos existentes: audiolibros, *ebooks* a la carta, etcétera. Hablemos ahora de lo que vendrá después.

7 • Una bombilla

En 2017, a pesar de los temores de los editores y la inquietud de nuestro socio —la librería *online* bol.com—, lanzamos nuestro servicio de suscripción Kobo Plus en Países Bajos. La razón por la que empezamos allí es porque, en comparación con el resto de Europa, en Países Bajos existe o existía un alto índice de piratería del libro electrónico. Aquello nos permitió mantener con los editores el tipo de conversaciones que Spotify tenía con los editores de música: si trabajábamos con los editores y con nuestro socio bol.com para crear un modelo de negocio en el que todo el mundo obtuviera una parte del pastel de la suscripción, y creábamos una interfaz fácil de usar y con una gran experiencia de lectura, brindando una oferta asequible de unos libros estupendos, tal vez podríamos recuperar a algunos consumidores del mercado negro, convertir a los amantes del gratis total en clientes que pagan, por así decirlo, para lograr de este modo pagar nosotros a los creadores y a los editores el contenido lo que les correspondía por derecho.

Los resultados han sido sorprendentes y alentadores. No solo vimos una rápida adopción de nuestro modelo de suscripción, sino que también nos alegró lo que no vimos.

Figura 7



Nos preocupaba que hubiera canibalismo, que nadie comprase a la carta si teníamos en la suscripción muchos libros importantes y muchos *best-sellers*. Esto no sucedió.

Las ventas de libros individuales se estabilizaron y las suscripciones ahora representan alrededor del 30 por ciento de nuestras ventas totales en Países Bajos.

El 75 por ciento de los que prueban las suscripciones con un mes gratis se convierten al modelo de suscripción pagada.

Lo que aquí llama la atención es que apenas cerca del 30 por ciento de aquellos que se suscribieron a nuestro servicio en el primer año no habían comprado antes ningún libro en ningún formato y el 60 por ciento no habían comprado antes ningún libro electrónico.

De los clientes a la carta que «perdimos» solo el 8 por ciento se había gastado anteriormente más de cien euros en libros en cualquier formato. Así que convertimos a los clientes de bajo valor en clientes de alto valor.

Pensemos a largo plazo. Dado que la gente se siente cada vez más cómoda pagando una cuota mensual para disfrutar de una u otra forma de entretenimiento, necesitamos buscar el modo de luchar mejor, juntos, en la batalla por la atención.

A los editores les preocupa mucho la posibilidad de que las suscripciones disminuyan el valor de los libros individuales. El riesgo solía ser «Los librerías van a tomar nuestro producto de 25 dólares y devaluarlo en productos de 10 dólares». Y eso desembocó en el *Agency Model*.

Ahora, el riesgo es que contamos con toda una generación de consumidores que pagan 10 dólares al mes por un suministro infinito de música o video. Y cuando ven un libro en papel de 20 dólares o un libro electrónico de 15 dólares, dicen: «Gracias, pero paso».

“

Ahora el riesgo es que contamos con toda una generación de consumidores que pagan 10 dólares al mes por un suministro infinito de música o video. Y cuando ven un libro en papel de 20 dólares o un libro electrónico de 15 dólares, dicen: «Gracias, pero paso».

Podremos seguir aislados por un tiempo y fiarnos de las estadísticas de hábitos de compra de libros, donde los adultos están acostumbrados a pagar esos precios y tienen un fuerte apego emocional por los libros, pero tal vez ya no vaya a suceder lo mismo con las generaciones más jóvenes. Además, ahora los octogenarios están entrando en servicios de *streaming* para meterse entre pecho y espalda horas y horas de dramas detectivescos británicos, exactamente igual que mi hijo de 16 años devora *Stranger Things*, lo que apunta a que las diferencias de comportamiento entre generaciones se están difuminando.

Y eso ha hecho que nos interesen muchísimo los servicios de suscripción de libros.

¿Y qué tiene que ver todo esto con los metadatos? Como sabemos, siempre se trata de metadatos. Sin excepción.

Como ya hemos comprobado al lanzar servicios de suscripción en otros lugares, si lanzáramos un servicio de suscripción en Norteamérica tendríamos dos opciones.

La primera sería montarlo de forma que sea compatible con ONIX (más aún, ¡las suscripciones se pueden hacer con ONIX!), pero eso implicará el uso de ONIX 3.0. Todavía me sorprende cuántos de los principales proveedores de Norteamérica no pueden enviar datos en ONIX 3.0, aunque ésta es, con mucho, la mejor opción a medida que nos adentramos en un mundo en el que los editores quieren incorporar y eliminar rápidamente títulos de los servicios de suscripción.

La segunda sería montarlo con una solución patentada y manida que no dependa de ONIX, sino que contribuya a ese problema de la industria que es que los proveedores necesitan enviar datos en múltiples formatos a múltiples librerías.

Hasta ahora se creía deseable contar con nuevos modelos de negocio compatibles, como las suscripciones que utilizan ONIX 3.0. E incluso yo lo veo como algo deseable, porque sigo queriendo cosas básicas como datos de series y buenas fechas de venta. Pero, la verdad sea dicha, además de deseable también está empezando a ser necesario.

Cuando busquemos lanzar nuevos modelos, los editores más ágiles vendrán a llenar nuestro catálogo y a servir a esos clientes. Y así, mientras muchos editores tradicionales se limitan a «experimentar» y colocan un pequeño puñado de títulos de su catálogo en servicios de suscripción, las pequeñas editoriales que utilizan nuestra plataforma Kobo Writing Life están haciéndose con un lugar muy valioso desde donde atraen la

atención de los clientes y cuota de mercado y, aprovechando una ventaja que editores más grandes siguen fingiendo que no existe, es mucho más fácil que las pequeñas participen y, cuando lo hacen, dominan el mercado.

La pregunta natural sería: «¿Por qué se debería hacer para el libro electrónico una inversión mayor en metadatos?». Las ventas de *ebooks* se han estancado. La AAP me dice que las ventas de libro electrónico han decrecido. Los libros electrónicos son solo otro formato y, como ya he dicho más arriba, yo mantengo una relación abierta y consensuada con todos los formatos.

Vale, dejadme contaros un secreto, porque aquí todos somos amigos y amantes de los metadatos. Tomar decisiones estratégicas basadas en las ventas de libro electrónico que nos proporciona la AAP es como pedirle al emperador Nerón consejos para apagar un incendio.

Las cifras de ventas de libro electrónico que nos da la AAP se obtienen realizando un seguimiento de las ventas de libro electrónico que declaran los editores tradicionales. Pero el verdadero crecimiento de libros electrónicos está ocurriendo, por decirlo de algún modo, a pesar de los editores tradicionales, y nada de esto está bajo el radar de la AAP. Permitidme dejarlo tan claro como me sea posible.

“

El verdadero crecimiento de libros electrónicos está ocurriendo, por decirlo de algún modo, a pesar de los editores tradicionales y nada de esto está bajo el radar de la AAP.

Uno de cada cuatro libros electrónicos que vendemos en Norteamérica son autopublicaciones de autores independientes, originales o exclusivos. Eso supone el 25 por ciento de todas las ventas de libros electrónicos: es como tener otro Penguin Random House en el mercado que nadie conoce. Y están creciendo a dos dígitos por año mientras que todos los demás se vuelven un poco más pequeños.

¿Por qué están creciendo? En primer lugar, y quizás lo más importante, porque colonizaron, como la horda mongola más amistosa del mundo, el espacio que el *agency model* abrió a cinco dólares o menos. A partir de ese momento la participación de los editores tradicionales comenzó a menguar y los independientes empezaron a expandirse. En segundo lugar, son fanáticos de la variación de precios para aprovechar todas las oportunidades de promoción. Saben que la venta de libros *online* es un mundo de algoritmos y están más que dispuestos a sacarles todo el partido posible. Se preocupan menos por la marca de autor que por ser la mejor opción para un lector

en ese momento crucial en que éste decide si prueba o no un libro determinado. En tercer lugar, no tienen miedo de los nuevos modelos de negocio ni de las nuevas tácticas promocionales, y si eso significa ponerse a tiro ante nuevos lectores intentarán lo que sea que haga falta para lograrlo. Y, en cuarto lugar, son escrupulosos con los metadatos y muy especialmente con los datos de las series, lo que nos facilita la tarea de lograr que un lector pase de un libro a otro.

Se me podría decir que sí, pero que aquí hablamos de una de cada cuatro ventas unitarias y no de uno de cada cuatro dólares de ingresos. Y eso es absolutamente cierto. Pero un libro de 4,99 dólares se lee en el mismo tiempo en que se lee otro de 12,99 dólares y recordad, lo que aquí se libra es la batalla por el tiempo.

Aunque también podría verse de este modo: mis ventas de libro físico son por lo general estables y mis ventas de libro electrónico son solo un poco más bajas, por lo que es evidente que esto no me afecta a mí.

Tal vez hoy no. Yo, en el mejor de los casos, apostaría por poder seguir así durante otra generación. Solo una más.

¿Alguien en esta sala cree a pies juntillas que, con la combinación de ubicuidad digital, presiones medioambientales y de recursos, con las plataformas de distribución en continua evolución y con la creciente demanda de los consumidores, dentro de 50 años seguiremos imprimiendo nuestras historias con tinta en árboles muertos? Y si me dices medio siglo, ¿qué opinas de un cuarto de siglo? Y si te digo un cuarto de siglo, ¿qué me dices de quince años? Hace 15 años no existían ni el iPhone, ni Facebook, ni YouTube ni Twitter.

Ashleigh Gardner y Wattpad están entrenando a toda una generación para que sea totalmente feliz leyendo en pantalla. Lo sabemos porque los estamos captando a medida que salen de la adolescencia y comienzan a buscar otras cosas para leer.

No creo que sea una exageración aventurar que en las próximas décadas cada innovación en el modo en que se gana dinero con los libros se hará operativa por medio de metadatos. Éste es ahora el paradigma. Y es muy poco probable que el próximo paradigma sea menos intensivo en el ámbito tecnológico. Eso es lo que hace que lo que sucede aquí en BISG sea tan importante.

Estar al frente del cambio, trabajar codo con codo para descifrar tendencias y construir sistemas y estándares para poder manejarlas es mucho mejor que tener a alguien de arriba diciéndote lo que tienes que hacer. Es un entorno donde vale la pena

“

No creo que sea una exageración aventurar que en las próximas décadas cada innovación en el modo en que se gana dinero con los libros se hará operativa por medio de metadatos. Éste es ahora el paradigma.

invertir para crear una industria a prueba de futuro, para mantener discusiones valiosas sobre cómo queremos que sea ese cambio.

2019 marca el décimo aniversario de Kobo. Diez años después de su fundación en 1997, tras entregar su dvd físico número mil millones, Netflix anunció que a partir de entonces iba a empezar a hacer *streaming* de video, lo que fue visto por sus accionistas como una distracción que solo podría funcionar para una pequeña fracción de la gente, porque, oye, quién ve una película en el ordenador.

Creo que esta historia es alentadora. El cambio es siempre más lento de lo esperado y también más rápido de lo esperado. Estamos a lo sumo a una década de experimentar una transformación lectora de 25 años y todavía quedan muchas sorpresas por venir. En tanto que como socios digitales queremos trabajar con vosotros para que podáis centraros en lograr creaciones sorprendentes y proveernos con esas historias e ideas que nos han cosechado lectores. Pero también quiero brindarles a vuestros títulos la mejor oportunidad posible para encontrar su público y ganarse su tiempo.

Os pido que consideréis a qué os enfrentáis realmente en la lucha por el tiempo.

Lo que va en esos archivos ONIX acaba convertido en la tienda que presentamos al mundo. Y queremos que sea una bien grande. De modo que usad lo que esté en vuestra mano para conseguir la atención que merecéis.

Gracias.

