**DOCUMENTACIÓN PARA PREPARAR EL DEBATE SOBRE EL LIBRO DIGITAL O EL LIBRO EN PAPEL**

<http://cultura.elpais.com/cultura/2016/10/07/actualidad/1475841443_203357.html>

# Quiero leer en papel

## El libro impreso sobrevive en plena era digital a pesar de los negros augurios que despertó en 2007 la irrupción del ‘e-book’

Peter Marlow Magnum Photos / Vídeo: EL PAÍS

[**JOSEBA ELOLA**](http://elpais.com/autor/joseba_elola/a/)

periodista

[9 OCT 2016 - 13:13 CEST](http://elpais.com/tag/fecha/20161009)

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

Por mucho que los medios y plataformas hablemos de lo nuevo, de lo que está por llegar, del último gadget tecnológico, luego está la tozudez de las estadísticas. Y son bien claras, tanto aquí, como en Estados Unidos. [Dos de cada tres personas siguen leyendo los libros](http://www.pewinternet.org/2016/09/01/book-reading-2016/#the-share-of-americans-who-have-read-a-book-in-the-last-year-is-largely-unchanged-since-2012-more-americans-read-print-books-than-either-read-e-books-or-listen-to-audio-books), sobre todo, en papel.

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

### MÁS INFORMACIÓN

* [La hoja que me ha dado raíces](http://cultura.elpais.com/cultura/2016/10/07/actualidad/1475839719_643905.html)
* [VIÑETA Un libro es un libro o el fin del papel que no llega](http://elpais.com/elpais/2016/10/07/album/1475841622_741915.html)

El entierro anticipado del libro impreso tomó forma con el nuevo siglo. “[El libro está muerto](http://buzzmachine.com/2006/05/19/the-book-is-dead-long-live-the-book/), larga vida al libro”, proclamaba, ufano, en mayo de 2006, el gurú Jeff Jarvis, apóstol de la revolución digital que [cargaba contra los libros](https://www.theguardian.com/commentisfree/2006/jun/05/bookscomment.mediaguardian1) por ser unidireccionales, por no abrir puertas, por no incorporar enlaces, por ser demasiado largos. Idénticas palabras utilizaba Jeff Gómez, voceador de la revolución dele-book, desde la portada del libro que publicó en 2007: El libro impreso está muerto: libros en nuestra era digital (Print Is Dead: Books in our Digital Age).



El entusiasmo digital ya embargaba por aquel entonces a altos ejecutivos de la industria como [Alberto Vitale](http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/former-random-house-ceo-alberto-vitale-paper-books-will-evolve-into-more-precious-products/), al frente de Random House a principios de siglo. En el año 2000, Vitale pregonaba el fin del papel en el 26º Congreso de la Unión Internacional de Editores, según recuerda un ilustre editor español. [El fantasma del libro electrónico](http://elpais.com/diario/2000/05/03/cultura/957304812_850215.html) ya sobrevolaba aquella cita. Aparecía la inquietud en el gremio.

El bienio 2007-2008 se vistió de Kindle y de Lehman Brothers, combinación letal (para el sector editorial tradicional) que precipitó las visiones apocalípticas, la sensación de funeral. Las ventas comenzaron a caer en picado, hasta el punto de llegar a esquilmar los ingresos que genera el papel en un 30% con respecto a los años previos a la crisis. El libro electrónico adquiría aspecto de verdugo.

**Las ventas de obras impresas vuelven a crecer después de años de caídas. Las de los libros electrónicos bajan en Estados Unidos. ¿Qué está pasando?**

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

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



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

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

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

**El bienio 2007-2008 se vistió de Kindle y de Lehman Brothers, combinación letal (para el sector editorial tradicional) que precipitó las visiones apocalípticas, la sensación de funeral**

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

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

Se retiene mejor cuando se lee un libro impreso, señalan algunos científicos (otros no son tan tajantes). [Why the Brain Prefers Paper](http://www.nature.com/scientificamerican/journal/v309/n5/full/scientificamerican1113-48.html) (por qué el cerebro prefiere el papel), publicado por [Scientific American](https://www.scientificamerican.com/article/reading-paper-screens/) en octubre de 2013, dice que las pantallas (tabletas, ordenadores, teléfonos) pueden inhibir la total comprensión del texto, que distraen al lector. La investigadora Maryanne Wolf, de la Universidad de Tufts, Massachusetts, sostiene que el papel presenta grandes ventajas y permite una mayor memoria visual.

[El 92% de los universitarios](https://newrepublic.com/article/120765/naomi-barons-words-onscreen-fate-reading-digital-world) se concentra mejor leyendo en papel. Es lo que concluía, tras consultar con 300 alumnos de universidades de Estados Unidos, Japón, Alemania y Eslovaquia, Naomi S. Baron, profesora de lenguaje en la American University que presentó sus conclusiones en el libro Words on Screen: The Fate of Reading in a Digital World (palabras en la pantalla: el destino de la lectura en el mundo digital), publicado por Oxford University Press en 2015. Álvaro Bilbao, neuropsicólogo, autor de Cuidar el cerebro, sostiene que poder tocar, oler, sentir el peso del libro, experimentar que uno avanza según pasa las páginas, puede resultar más placentero. “Aquellas cosas que despiertan nuestros sentidos hacen que se active el hemisferio derecho del cerebro, que está más relacionado con el mundo de las emociones”.

**“El ritmo de los cambios tecnológicos siempre es más lento de lo que la gente tiende a creer”, afirma Michael Bashkar, editor de la rama digital de Profile Books**

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

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



La televisión no mató a la radio. El papiro y el pergamino coexistieron durante siglos en el antiguo mundo mediterráneo. Al final, todo apunta a una coexistencia de formatos, a un ecosistema en el que ahora irrumpe con fuerza el audiolibro. El papel aloja mejor el universo cerrado que promete una gran novela; la tableta (que arrincona poco a poco al libro de bolsillo) es puerta de entrada cada vez más habitual para la literatura de género, romántica, erótica, para los autoeditados.

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

**La amenaza para el libro impreso no es el libro electrónico. Los competidores viajan en el teléfono móvil, el problema es el cambio de hábitos**

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

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

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

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

<http://cultura.elpais.com/cultura/2015/10/23/actualidad/1445623004_054856.html?rel=mas>

# El libro de papel resiste la avalancha digital

## Pese a las previsiones, los ‘e-books’ son todavía minoritarios en el mercado editorial, aunque su crecimiento es sostenido

[**GUILLERMO ALTARES**](http://elpais.com/autor/guillermo_altares/a/)

**Madrid**[3 NOV 2015 - 00:01 CET](http://elpais.com/tag/fecha/20151103)

El almacén en los alrededores de Barcelona del gigante editorial [Penguin Random House](http://elpais.com/tag/penguin_random_house_grupo_editorial/a/) mueve una media de 1,5 millones de libros de papel cada mes.[Amazon](http://elpais.com/tag/amazon/a/), el imperio de las compras por Internet, mantiene en stock cerca de Madrid 583.000 títulos de libros físicos y creciendo. Con estos datos queda claro que el Farenheit 451 que anunciaba la muerte del papel como formato de lectura no se ha producido. Sin embargo, lo contrario, que los e-books hayan pasado a ser irrelevantes y que los lectores de libros digitales vayan a correr la misma suerte, el olvido, que aparatos como los vídeo Beta, es una tesis que los datos tampoco sostienen.

El panorama que describen tanto los profesionales del sector como las cifras es híbrido, un mundo en el que conviven el formato clásico y el digital, con fenómenos importantes, todavía muy difíciles de captar por las estadísticas, como la autoedición y los servicios de suscripción a e-books con tarifa plana, y con un mercado digital inmenso que incluye América Latina y Estados Unidos.

"No da la impresión de que el libro digital vaya a acabar con el papel, que tiene un suelo", resume José Pascual Marco Martínez, director general del libro en el[Ministerio de Educación, Cultura y Deportes](http://elpais.com/tag/ministerio_cultura/a/). "Pero el libro digital sigue creciendo", prosigue. "La realidad es que yo no he hablado con nadie de e-booksen Fráncfort", explica por su parte Paula Canal, de [Anagrama](http://elpais.com/tag/anagrama/a/), una de las editoriales que más lectores fieles tiene en España. "He tenido cientos de conversaciones sobre lo bonitas que son las portadas de X y las ediciones de H. Los editores jóvenes y brillantes y prometedores hacen los libros más hermosos y no les preocupan los e-books". Javier Celaya, consultor, responsable del blog[Dosdoce](http://www.dosdoce.com/) y autor de numerosos estudios sobre el libro digital, se pronuncia en sentido contrario: "Estamos a mitad de camino. Como sector me preocuparía por no estar ampliando la demanda digital, que va a ser una forma de crecer. Son potenciales lectores que se están escapando por otras vías, como las apps para móviles, los contenidos en abierto de alta calidad y la autoedición".

Seguramente por la relación tan cercana que se establece con los libros, el debate entre digital y papel desata polémicas encendidas. The New York Timespublicó recientemente [un reportaje](http://www.nytimes.com/2015/09/23/business/media/the-plot-twist-e-book-sales-slip-and-print-is-far-from-dead.html) en el que hablaba del "declive" del libro digital, que fue contestado por [otra información](http://fortune.com/2015/09/24/ebook-sales/) en la revista Fortune, que decía más o menos lo contrario. El cierre de la plataforma de suscripción de libros Oyster en septiembre fue interpretado como otro signo de decadencia de lo que algún día se consideró el futuro. Sin embargo, tanto Kindle Unlimited de Amazon como 24Symbols, los otros dos Spotify de los libros, están experimentando crecimientos significativos.

Aunque faltan datos esenciales —Amazon no desvela el número de dispositivos Kindle que vende y tampoco el número de títulos autoeditados en su plataforma, que no generan ISBN y, por lo tanto, quedan fuera de las estadísticas— y es difícil medir el impacto de la piratería, la [Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de España 2014-2015](https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CCAQFjAAahUKEwiIy4bdldnIAhWDQiYKHZ3bA-4&url=http%3A%2F%2Fwww.mecd.gob.es%2Fmecd%2Fdms%2Fmecd%2Fservicios-al-ciudadano-mecd%2Festadisticas%2Fcultura%2Fmc%2Fehc%2F2014-2015%2FEncuesta_de_Habitos_y_Practicas_Culturales_2014-2015_Sintesis_de_resultados.pdf&usg=AFQjCNGQ7B4bVyn35Oo4qKn66Lcs-ftu4A&sig2=db6mMIu6xgnH52HYKRISYQ&bvm=bv.105841590,d.d2s), publicada en septiembre, revela que el 59,9% de los españoles lee en papel, el 17,7% en digital y el 5,7% en Internet. Con respecto a la anterior encuesta, de hace cinco años, el papel apenas ha variado (58,3%), pero el digital se ha multiplicado casi por tres desde el 6,5%.

Los datos del Ministerio de Cultura revelan que, en 2014, la edición de libros en papel creció por primera vez en cuatro años, un 3,7% con 68.378 títulos, pero acumula un descenso del 29,5% en ese mismo periodo. Ese año, bajó por primera vez la edición de libros digitales, el 1,9%, y pasó a representar el 22,3% del sector. En los últimos cuatro años ha aumentado un 13,9% frente a un descenso del 14,1% en facturación de las librerías en el mismo periodo. La facturación de libros electrónicos representó en 2014 110 millones de euros, un aumento del 37,1% con respecto al año anterior. La edición en otros soportes distintos al papel representa ya el 10,8% de la facturación total en España y en torno al 20% en EE UU.

Si se analizan estos datos y se comparan con viejas previsiones –una amplia encuesta en el mundo de la edición difundida en la Feria de Fráncfort en 2008 aseguraba que en 2018 el libro digital adelantaría al físico–, queda claro que la resistencia del papel es enorme, pese a la crisis, pero también demuestra que el crecimiento del libro electrónico es constante y sostenido. "Está funcionando menos de lo que esperábamos, pero estamos creciendo a un ritmo de doble dígito, principalmente por el mercado latino y de Estados Unidos", explica Iría Álvarez, responsable de desarrollo digital y ventas digitales en Penguin Random House.

### América Latina y EE UU

Preguntado sobre una posible ralentización del libro electrónico, Santos Palazzi, director de Digital en la editorial Planeta, el otro gigante de la edición en español, responde: "El e-book sigue creciendo de forma sostenida. Se observa una cierta ralentización en España, mientras que las tasas de crecimiento en nuevos modelos de negocio, como el préstamo digital bibliotecario o las plataformas de suscripción, superan el 50%. Además, esperamos que a medio plazo las ventas en América Latina y EE UU supongan hasta el 50% de la facturación total".

Sin embargo, las editoriales pequeñas siguen dependiendo del papel y algunas ni siquiera editan libros electrónicos. "El papel es la base de nuestro negocio", explica Luis Solano, de Libros del Asteroide, que edita todas sus novedades en los dos formatos. La tranquilidad que aporta la lectura en papel, la legibilidad de este soporte, la red de librerías protegidas por el precio fijo son alguna de las causas que cita para la supervivencia digital. Heloise Guerrier, de la editorial de tebeos Astiberri, también mantiene que sus lectores siguen prefiriendo de lejos el formato tradicional, aunque acaban de lanzar en su web la venta de cómics digitales a precios muy inferiores al papel. "La gente a la que le gustan y lee tebeos no creo que se lo compre digital. Pero, aunque de momento es algo marginal, no podemos ignorarlo", explica Guerrier.

El VHS murió a manos del DVD y es posible que este formato sea reemplazado por plataformas como [Netflix](http://elpais.com/tag/netflix/a/), iTunes o Yomvi (que está por ver si acabarán con la televisión tradicional). Pero el vídeo no mató a la estrella de la radio, ni el cine y la televisión al teatro. Todo indica que quedan libros de papel por mucho tiempo. Sin embargo, los libros digitales también tienen un futuro indudable, un lugar en las nuevas bibliotecas del mundo.

#### LOS 'SPOTIFY' DE LA LECTURA

"Es un mercado sano y sostenible y creemos que va a seguir siendo así", asegura Koro Castellano, directora de Kindle en español. Amazon no suele proporcionar muchos datos sobre su negocio y Castellano no revela cifras sobre la autoedición, que califica como "el cambio más profundo que ha producido el libro digital". De los 25 libros más vendidos en Kindle en 2014, un 48% (12 títulos) fueron autoeditados. Sobre la oferta de subscripción de su plataforma, [Kindle Unlimited](https://www.amazon.es/b/ref%3Dku_lp_rw_ku_lp_psu_rw?_encoding=UTF8&node=5357996031&viewState=thankyou" \t "_blank), no quiere revelar cifras, pero asegura que su crecimiento es muy importante.

Álex Fernández, de [24Symbols](https://www.24symbols.com/?locale=es) que ofrece lecturas ilimitadas por 8,99 euros al mes, señala por su parte: "El papel no está muriendo y, sobre todo, que el digital no es una amenaza, sino que veremos como aprenden a convivir. Se crearán dos tipos de lectores diferentes o existirán géneros que funcionarán mejor en un formato y otros en el otro". "Los modelos de suscripción forman ya parte del presente del negocio editorial, por el número de plataformas que operan en el mundo, porque es un tipo de servicio popular entre los consumidores de cultura (los hay de música, películas y series, videojuegos, noticias, audiolibros, cómics...) y porque representan una nuevo canal de venta para las editoriales y los autores. Una nueva oportunidad de negocio", prosigue.

<http://cultura.elpais.com/cultura/2015/05/01/actualidad/1430503405_494085.html?rel=mas>

# Markus Dohle: “El libro de papel seguirá vivo dentro de 100 años”

## El responsable de uno de los grupos editoriales más potentes del mundo es optimista con respecto al futuro del libro y la convivencia de los formatos analógico y digital

Otros

[36](http://cultura.elpais.com/cultura/2015/05/01/actualidad/1430503405_494085.html?rel=mas#comentarios)

[Conéctate](https://plus.elpais.com/conectar?backURL=http%3A%2F%2Fcultura.elpais.com%2Fcultura%2F2015%2F05%2F01%2Factualidad%2F1430503405_494085.html%3Frel%3Dmas)

[Conéctate](https://plus.elpais.com/conectar?backURL=http%3A%2F%2Fcultura.elpais.com%2Fcultura%2F2015%2F05%2F01%2Factualidad%2F1430503405_494085.html%3Frel%3Dmas)

Imprimir

[**JUAN CRUZ**](http://elpais.com/autor/juan_cruz/a/)

**Madrid**[2 MAY 2015 - 00:01 CEST](http://elpais.com/tag/fecha/20150502)

Markus Dohle, alemán, de 45 años, es uno de los editores más poderosos del mundo. Está desde 2013 al frente de [Penguin Random House,](http://penguinrandomhousegrupoeditorial.com/) el grupo editorial que hace un año compró Alfaguara y las restantes editoriales generales de Santillana (Grupo Prisa). Esa adquisición le dio una importante presencia en la lengua española, en América y en España. Su grupo es el primero en Latinoamérica (incluido Brasil) y el segundo en España, después de Planeta. Y es el primero en todo el mundo donde está representado.

#### PASIÓN POR LEER

Markus Dohle está al frente de un grupo con 250 sellos que publica 15.000 títulos al año, de ficción, no ficción y libros para niños, en inglés, alemán, portugués y español.

En 2014 adquirió las ediciones generales del Grupo Santillana; Alfaguara, parte de esta adquisición, le ha dado a Penguin Random House una extraordinaria penetración en América Latina.

En “la misión” declarada por Penguin Random House está la de excitar “una pasión universal por leer”.

En 2013 se fusionó con Penguin, un gigante clásico de la edición en inglés. Ahora es el grupo más importante del mundo allí donde opera.

Dohle pertenece a [Bertelsmann](http://www.bertelsmann.com/%22%20%5Cl%20%22st-1), la matriz de este imperio, desde 1994. A los 39 años ya era consejero delegado de Random House. Entre los datos de su experiencia está el de haber trabajado con el matrimonio Mohn, los fundadores de Bertelsmann, con quienes se pasó 14 años en Gütersloh (Alemania), la sede natural del grupo editorial. “Siempre dirigieron la empresa de una forma muy social, enfocada a las personas”. Le enseñaron que “si aciertas con tu gente aciertas con todo el mundo... Es un concepto humilde y modesto, pero tiene que ver con una cierta cultura del liderazgo”. El liderazgo es servicio: “las empresas están hechas para las personas y no las personas para las empresas”.

Habla tras largas pausas en las que se concentra como si escribiera en su mente las respuestas. Tiene un poder extraordinario en el mundo editorial, que viene de las sucesivas fusiones que ha desarrollado Bertelsmann: Random House, Mondadori, Penguin, Santillana Ediciones Generales, Objetiva, Companhia das Letras en Brasil....

**Pregunta. ¿Qué quiere hacer usted con ese poder?**

***Queremos mejorar la experiencia de leer en nuestra sociedad para generaciones venideras. Nos importan mucho los libros y la lectura de textos largos y su relevancia en nuestra sociedad"***

**Respuesta.** Tenemos un propósito claro y compartido. La idea que hay detrás es hacer, con éxito, la transición del negocio de la publicación de libros del siglo XXI y la era digital. Nuestro propósito se basa en nuestro compromiso con la preservación de voces que hay en nuestra sociedad, con darles la plataforma y la audiencia que merecen. Queremos mejorar la experiencia de leer en nuestra sociedad para generaciones venideras. Nos importan mucho los libros y la lectura de textos largos y su relevancia en nuestra sociedad. Esa es la idea que hay detrás de Penguin Random House. Creemos que dedicándonos juntos a la consecución de este propósito compartido, como logro lateral y consecuencia lógica, tendremos éxito. Los editores siempre han gestionado la creatividad y maximizado la audiencia de sus autores. Y eso no ha cambiado, sigue siendo el servicio fundamental que proporcionamos a nuestra industria. Siempre estamos mejorando nuestra oferta de servicios para crear un futuro vital y viable para los libros y la lectura.

**P. ¿Y no existe el peligro de que se diluyan las sensibilidades literarias de tantos sellos en un conglomerado tan amplio?**

**R.** Lo que hicimos en el mundo de habla inglesa, con Penguin y Random House, y en el mundo de habla hispana, con Random House Mondadori y Alfaguara Santillana, fue unir dos comunidades de pequeñas editoriales y convertirlas en una sola comunidad de editoriales pequeñas. Esa es la esencia de lo que hemos conseguido y la razón por la que siempre he dicho que en realidad no ha pasado gran cosa, que tal vez sea la fusión más aburrida de la historia de los medios y de la creatividad. El corazón y el alma de nuestra compañía es nuestra comunidad de 250 sellos. Son los hogares creativos de los autores y de los editores. En estos hogares descubrimos y alimentamos el talento. Complementamos esos 250 hogares de autores, creativa y empresarialmente independientes, con el poderío, el tamaño, las posibilidades, la innovación y las capacidades de inversión de un actor global. Nuestro objetivo es encontrar esa síntesis entre ser pequeños y estar orientados a la creatividad con ser grandes y estar orientados al mercado en este mundo globalizado.

**P. ¿Y cree que los autores han recibido ese mensaje? ¿En una empresa tan grande serán tratados como individuos?**

**R.** Los informes que recibimos de nuestra comunidad de autores y de agentes han sido abrumadoramente positivos. Los dos han entendido este mensaje desde los primeros días de la fusión y saben que serán tratados tan individualmente como lo han sido en el pasado. Se dan cuenta de que ahora tienen una oportunidad aún mayor de llegar a audiencias locales y globales como parte de Penguin Random House.

**P. Usted es un alto ejecutivo pero habla como si tuviera una misión espiritual...**

**R.** Bueno, es la combinación de tener un propósito compartido que encuentra eco en nuestros empleados y en las comunidades de autores y agentes y en las de libreros, junto con la excelencia en la ejecución. Hemos seguido publicando nuestros libros, incluso durante el proceso de fusión, con excelencia y creatividad. Y por eso tenemos el apoyo de nuestrtos colegas y de nuestros aliados externos. Al final se trata de que confían en nosotros, porque saben que queremos acertar con los libros y con la lectura para generaciones futuras.

**P**. **¿Y ya está completado el tamaño de la empresa? ¿No van a crecer más?**

***Creo que con todos nuestros sellos podemos hacer una labor aún mejor preservando la diversidad de voces y haciendo la transición del negocio de la publicación de libros hacia el siglo XXI y la era digital".***

**R.** Para nosotros nunca ha sido una cuestión de tamaño, y es que además la edición no es una cuestión de tamaño, porque en Penguin Random House Grupo Editorial [así se llama en España] seguimos teniendo una sensación de empresa pequeña, nuestro impulso viene de los sellos editoriales; ese es el corazón y el alma de nuestra empresa. Creo que como Penguin y Random House juntos, y como Random House Mondadori y Alfaguara-Santillana juntos, somos más fuertes y podemos hacer una labor aún mejor preservando la diversidad de voces y haciendo la transición del negocio de la publicación de libros hacia el siglo XXI y la era digital.

**P. ¿Cómo se combina su optimismo con el hecho de que la palabra crisis esté asociada al mundo editorial?**

**R.** Creo que en España hemos atravesado una fase muy particular. La mayor parte de los mercados del libro europeos son relativamente estables. El mercado estadounidense ha permanecido muy estable a lo largo de los últimos años. En muchos de nuestros territorios hemos encontrado ya una buena coexistencia entre el libro impreso y el libro digital. En España, con la crisis económica y financiera, las cosas han estado difíciles. El mercado del libro ha menguado en los últimos años. Siempre hemos creído en que al final España se recuperaría económicamente. Creemos que ya hemos tocado fondo y empezamos a ver señales otra vez de crecimiento en el mercado del libro. Nuestra creencia en que este mercado se recuperaría es lo que nos motivó a invertir en la publicación de libros tanto en España como en América Latina.

**P. ¿Así que la crisis del libro, impreso o digital, es por la crisis económica y no porque haya dejado de ser un activo cultural?**

**R.** Comparado con otras categorías mediáticas, el negocio del libro ha demostrado ser bastante estable a lo largo de esta transformación digital. También nos motiva el hecho de que muchos de los fenómenos editoriales de las últimas dos décadas son libros para niños o para adolescentes. Es importante hacer una distinción entre mercados maduros y mercados emergentes. Si hacemos un balance entre los dos, vivimos en un entorno bastante estable en general.

**P.** **¿Esa recuperación que ve en la recuperación del libro en España no es más esperanza que realidad?**

***Vemos muchos indicadores económicos de que España va en la buena dirección. La publicidad aumenta. Los libros van un poquito por detrás en ese ciclo, pero por primera vez hemos visto crecimiento"***

**R.** En justicia hay que decir que la reducción y el deterioro de los últimos años ha resultado sorprendente para la industria y para aquellos a quienes nos importan de verdad los libros... Vemos muchos indicadores económicos de que España va en la buena dirección. La publicidad aumenta. Los libros van un poquito por detrás en ese ciclo, pero por primera vez hemos visto crecimiento, trimestre a trimestre, y también lo estamos viendo desde el punto de vista de los encargos y de la excitación en las comunidades de libreros por los títulos de nuestros catálogos de novedades.

**P. La discusión hace ocho años era que desaparecería el libro de papel. ¿Coexistirá con el electrónico?**

**R.** Siempre hemos creído que el libro impreso será siempre un segmento grande e importante de nuestro negocio, aunque el digital lo sea cada vez más. Y la relación entre el impreso y el digital es una suma, son los dos, no es una cuestión de uno u otro. Nunca creímos que el libro impreso fuera a morir, ni que el digital coparía el mercado. Pero nos subimos al carro del digital desde el principio y durante el auge del libro electrónico, cuando el libro impreso estaba bajo presión, seguimos invirtiendo en él, porque siempre hemos creído que incluso dentro de cien años una gran parte de nuestro negocio será físico. Y ahora estamos viendo que las tasas de crecimiento del libro digital están moderándose un poco en el mundo de habla inglesa, de forma que nuestra previsión de invertir en mejorar ambos formatos nos ha colocado en una posición muy buena. En los mercados donde operamos habrá una coexistencia entre el libro impreso y el libro digital.

**P. En España hay un grave problema de piratería, que ha detenido el crecimiento del libro digital...**

**R.** Para nosotros es extremadamente importante hacer crecer este mercado de contenido de alta calidad y crear un mercado de pago y luchar contra la piratería. Necesitamos el apoyo de los reguladores y del Gobierno para hacer esto. Es importante hacer que sea fácil, cómodo y razonable desde el punto de vista del precio comprar libros electrónicos. Y tenemos que hacer que sea muy difícil e incómodo robar contenidos de libros.

**P. Ya que son protagonistas del libro en español, ¿por qué no añaden alguna palabra española a Penguin Random House?**

R. (Risas). Es interesante. ¡Veremos!