

Reportaje

El lector digital lee el doble que el de papel

Redacción / Desiderata / Reportaje de elpais.com



Los lectores 'online' doblan en su número de lecturas a los de papel. Imagen extraída de elpais.com

Dicen que no les ha sorprendido el resultado. Pero al conformar el retrato robot del lector digital, este ha salido casi voraz. Quien se ha habituado a leer desde un dispositivo electrónico –teléfono inteligente, sobre todo– disfruta de 20 libros al año. Casi el doble que en papel: 11,6, según el último barómetro de hábitos y lectura de la Federación de Editores publicado el pasado enero. Un estudio conjunto de seis plataformas digitales –24Symbols, Kobo, Leemur, Lektu, Nubico y Storytel– ha compar-

tido ahora datos y ese, entre otros, ha sido el resultado en España.

Además, las lectoras superan a los lectores (57% frente a 43%). Son jóvenes, entre 25 y 45 años, y viven principalmente en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Málaga, Zaragoza y Bilbao. Las estaciones favoritas para disfrutar de las descargas son primavera y verano. Los fines de semana, sábado y domingo, suelen rastrear búsquedas y la lectura se produce de forma mayoritaria de lunes a jue-

ves. ¿Dónde? En los trayectos de ida y regreso desde casa al trabajo y a partir de las 22.00. Los géneros favoritos: novela romántica y erótica. Historias de serie negra, policiaca y thriller, literatura infantil y juvenil. En la no ficción, autoayuda y desarrollo personal.

“El mayor consumo de ebooks y audiolibros viene dado por el modelo de comercialización. Invitan a leer más allá del área de confort habitual. Al pagar por adelantado (entre 8,99 euros y

Reportaje

12,99 euros en España) estas plataformas fomentan que los lectores descubran otras posibles afinidades lectoras adentrándose en temáticas, autores y editoriales que nunca habrían seleccionado en una librería. En otras palabras: empujan a leer más”, asegura Javier Celaya, director de Dosdoce.com, donde se ha publicado el estudio y responsable de Storytel en España y América Latina.

David Fernández, consejero delegado de Lektu, refuerza esta teoría: “Es normal. Resulta muy común que la transición de papel a digital se realice por motivos económicos. Los precios son más reducidos, puedes acceder a infinitas novedades y evitas la falta de espacio físico y el almacenamiento. Además, es más sencillo acceder al producto con la descarga y su uso inmediato. No nos ha sorprendido. Son conclusiones totalmente coherentes y no reflejan sino el hecho de que la lectura digital está plenamente implantada en nuestra sociedad”.

Si desgranamos el estudio por áreas, algunos sí admiten sorpresas a la vez que destrozan suposiciones. Ángel María Herrera, de Lemur, hace hincapié en la preferencia de los jóvenes. “Lo que más me gusta del estudio es el alto grado de lectura entre esa generación que, suponíamos, no leía”.

Otra cosa es que despisten los hábitos y los géneros escogidos. “Simplemente lo hacen en distintos formatos y eligen otros contenidos. En nuestra plataforma hemos com-

probado que contamos con un gran porcentaje de lectores entre 14 y 21 años, rango en el que los informes de lectura suelen arrojar menores ratios. Debíamos encontrar lo que ellos buscaban y facilitárselo”.

Joan Chaler, de Nubico, puntualiza que los datos varían dentro del ámbito digital si se trata de tiendas online o suscripciones, como es su caso. En este campo, aporta algunas cifras esperanzadoras para el sector. “Durante 2018, se han consumido más de 4,5 millones de horas de lectura. Un 30% mayor respecto al ejercicio previo”. Incluso nos ofrece el día donde se alcanza el pico más alto de todo el año: 15 de agosto.

No cabe duda. El lector digital ejerce el llamado vicio sin castigo de manera aún más compulsiva. Silvia Clemares, de Rakuten Kobo, así lo cree: “La hacen con asiduidad y de manera apasionada”. Han encajado perfectamente en las comodidades del soporte. “Puede acceder a sus lecturas o empezarlas en cualquier momento y en cualquier lugar. Además, el entorno digital permite que cuando se termina un libro, se pueda acceder a la siguiente lectura de forma inmediata. Permiten ampliar el tamaño de letra, llevarlos de viaje (pesan desde 166 gramos), leer al aire libre porque son resistentes al agua y cuentan con protección contra el polvo y la arena... Y cuando no puedes leer porque estás relajada o haciendo otras cosas con tus manos, siempre cuentas con el audiolibro para que te lo narren”.

La accesibilidad, sobre todo para personas que tienen dificultades físicas, aumenta.

Es algo que también apunta Elisa Yuste, analista independiente y coordinadora del estudio para Dosdoce.com. Pero añade más: la transparencia que en el mundo editorial de nuevo cuño implica este estudio. “Esperamos que esta primera mirada no sea la última, sino que suponga un hito en la realización de informes así en un momento en que nadie puede negar que leemos en digital. Y que contribuya a que, en otros informes más generalistas, también se tenga presente esta realidad”. Yuste destaca que el hecho de compartir datos entre competidores sana la visión. “No es un secreto la opacidad del sector en nuestro país. Pero, poco a poco, vamos construyendo este tipo de prácticas provechosas”.

Más, en un marco donde resulta inútil negar el cambio de paradigmas, según David Sánchez, responsable de 24Symbols: “Si el negocio del libro quiere tener futuro debe utilizar lo digital como campo de trabajo para aumentar el número de lectores. Eso se logra construyendo servicios de calidad que compitan por su tiempo delante de los dispositivos que todos llevamos encima.

Lo que muchos están haciendo, idealizar hasta el absurdo el canal de distribución y el soporte tradicional del libro, no sirve apenas para nada”.

Fuente: elpais.com

