

Lector i segle XXI: revisió i tendències

Alicia Sellés Carot i Jorge Serrano-Cobos

MASmedios

<alicia@masmedios.com>

<jorge@masmedios.com>

Resum:

Les tendències mostren clarament un ascens de l'interès pel llibre electrònic entre els usuaris de tot el planeta, alhora que baixen les vendes de diaris i llibres en paper, o els usuaris a les biblioteques del Regne Unit. A l'article s'estudien els formats i dispositius que estan transformant el mercat editorial del llibre electrònic, com està reaccionant l'usuari mitjà a les noves ofertes disponibles tant pel que fa a llibres electrònics com a dispositius de lectura (*ereaders*), així com les implicacions actuals i futures possibles dels bibliotecaris i de les biblioteques davant el plausible ús massiu dels ebooks.

Paraules clau:

llibre electrònic, llibre digital, dispositiu de lectura, tinta electrònica, *e-book*, *e-reader*

Lector y siglo XXI: revisión y tendencias

Resumen:

Las tendencias muestran claramente un ascenso del interés por el *ebook* entre los usuarios de todo el planeta, a la vez que descienden las ventas de periódicos y libros en papel, o los usuarios en las bibliotecas del Reino Unido. En el artículo se estudian los formatos y dispositivos que están transformando el mercado editorial del libro electrónico, cómo está reaccionando el usuario medio a las nuevas ofertas disponibles tanto de libros electrónicos como de dispositivos de lectura (*ereaders*), así como las implicaciones actuales y futuras posibles de los bibliotecarios y de las bibliotecas ante el plausible uso masivo de los *ebooks*.

Palabras clave:

libro electrónico, libro digital, dispositivo de lectura, tinta electrónica, *e-book*, *e-reader*

The reader and the 21st century: overview and trends

Abstract:

Current trends show a clear increase in users' interest in e-books around the world whereas, at the same time, sales of newspapers and paper-based books are decreasing, as is the number of library users in the United Kingdom. This article discusses the formats and devices that are transforming the e-book publishing market and also examines how the average user is reacting to what e-books and e-readers are currently available. The text also covers current and future implications for librarians and libraries in the face of the likely massive use of e-books.

Keywords:

e-books, digital books, e-readers, electronic ink

{B·D

Els **millors professionals**
estan al Col·legi i poden utilitzar els
millors serveis professionals:

- o Servei d'orientació laboral
- o Assessoria jurídica i fiscal gratuïtes
- o Compte de correu professional
- o Espais gratuïts al centre de Barcelona
- o Cursos gratuïts i una extensa programació de cursos especialitzats
- o Els millors descomptes del mercat en telefonia fixa, mòbil i internet i altres serveis professionals
- o Publicacions professionals d'accés exclusiu a través de la Biblioteca electrònica: Item, eines i instruments, etc.

Descobreix tot el que podem fer per tu!

Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya
www.cobdc.org



©istockphoto

Introducció

Des de fa un parell d'anys ens hem anat trobant un bon nombre d'articles que reflexionen sobre la revolució o els canvis que està patint el món editorial i la lectura, no només des del punt de vista editorial o dels hàbits de consum, sinó també sobre el concepte de llibre o de l'objecte de lectura.

Com afirmen Alonso-Arévalo i Cordón García, l'aparició del llibre electrònic ha suposat un gran canvi en la cadena de valor de la publicació i del consum del llibre i de totes les baules que la formen. No només s'ha incrementat el nombre i la varietat de dispositius de lectura, també han aparegut noves plataformes de distribució, nous escenaris i noves eines que diversifiquen i amplien les possibilitats de l'hàbit lector.

En aquesta línia, la nostra aportació a la quantitat de bibliografia sobre el tema no pretén revisar o mostrar dades absolutes, sinó identificar els elements o els aspectes més importants relacionats amb la lectura i el llibre i que exemplifiquen aquest canvi o revolució, però també qüestionar i plantejar possibles escenaris per al futur.

Reflexionem, per tant, sobre els dispositius de lectura, que obren cada vegada més possibilitats en la producció de llibres electrònics; sobre els continguts d'aquests llibres, que cada vegada s'allunyen més del contingut d'un llibre tradicional; i sobre la varietat de formats i les possibilitats de canvi que es poden plantejar en el mercat editorial i en els serveis bibliotecaris.

D'altra banda, és la nostra intenció reflexionar i identificar tendències de futur, sobretot pel que fa als usuaris i al consum d'aquests nous llibres i de les oportunitats que ofereixen.

Dispositius i formats

Han passat quaranta anys des que el 1971 Michael S. Hart creés el primer *ebook* i comencés el projecte Gutenberg¹; quaranta anys des que s'augurava un futur sense llibres en paper. Han estat moltes les iniciatives que han intentat desenvolupar sense èxit el mercat de l'edició de llibres digitals, fins a l'arribada del dispositiu de lectura Kindle, d'Amazon, i posteriorment la tauleta iPad, d'Apple.

1. <<http://www.guardian.co.uk/books/2011/sep/08/michael-hart-inventor-ebook-dies>>

L'evolució tecnològica dels dispositius de lectura d'*ebooks* i els formats en què es codifiquen i llegeixen els llibres electrònics han seguit un camí que mostra una clàssica selecció natural, marcada per les lleis del mercat internacional en un món cada vegada més interconnectat, com podem veure:

- Es comença la digitalització del text escrit en paper, codificant-lo en forma d'imatges (fotografies dels fulls de paper). Encara avui, molts projectes de digitalització no aspiren a una altra cosa, ja sigui per qüestions de pressupost o per la protecció de drets d'autor.
- Es creen llibres electrònics de forma nativa, és a dir, s'editen en format electrònic.
- Prolifereixen els formats més diversos, des del txt a l'epub².
- Prolifereixen més d'una vintena de dispositius especialitzats que permeten la lectura³, més enllà dels PC, sobretot al voltant de dues direccions tecnològiques diferents, principalment els de tinta electrònica, que intenten generar una experiència d'ús molt propera a la del llibre en paper (els primers Kindle, Sony reader, Papyre...), i els que utilitzen pantalla LCD retroil·luminada (tauletes com la iPad, mòbils, l'últim Kindle Fire, etc.).
- Quan Kindle fa acte d'aparició, el mercat comença a arribar al seu *tipping point*, punt de no retorn, en què es multipliquen les vendes de llibres digitals. Amazon anuncia el 2010 que les vendes dels seus *ebooks* superen les dels llibres en paper per primera⁴.
- L'oferta se centra al voltant de dues opcions majoritàries, cadascuna amb els seus lectors defensors i detractors (Kindle, d'Amazon, per als amants de la tinta electrònica i la lectura pura, i la iPad, per als fans d'Apple i els que prefereixen una experiència molt interactiva⁵).
- Els formats que es van imposant en el mercat són el pdf i l'epub, al costat de l'html i el txt.

- L'èxit de la novel·la interactiva *Alice in New York*⁶, creada com una app o aplicació per al mercat de la iPad, i que ha aconseguit mig milió de descàrregues (generant uns ingressos d'uns quatre milions i mig de dòlars per als seus autors), reprèn la idea del CD-ROM interactiu i estén les possibilitats de la lectura al videojoc interactiu o la interconnexió multimèdia (text, àudio, vídeo). Neix així el format HPub⁷, basat en HTML 5.
- Com a reacció davant la demanda d'interactivitat que planteja l'èxit de la iPad, Amazon desenvolupa Kindle Fire, amb pantalla retroil·luminada, que admet, a més dels formats epub i pdf, l'HTML 5, que suposa la possibilitat de gaudir de llibres interactius al estil d'*Alice in New York* i que difereix enormement de l'estratègia duta a terme fins al moment per Amazon de centrar el dispositiu exclusivament en la lectura, generant així dues línies de negoci per a dos tipus d'usuaris: els que volen llegir i els que volen interactivitat.

Aquesta evolució corre paral·lela amb la d'altres tipus de mèdia:

- El consum de televisió canvia gràcies a Internet i a Youtube. No és que es consumeixi menys televisió, és que es consumeix de forma diferent. Es consumeix molt vídeo de forma asíncrona (mitjançant visionat en *streaming* o en arxius descarregats) i models de negoci com Netflix permeten el consum de sèries i pel·lícules de televisió via Internet. S'està trencant la cadena de valor clàssica (productora - canal de televisió - usuari) i la producció i el consum de vídeo s'ha hipersegmentat i socialitzat, amb la qual cosa estan apareixent tota mena d'iniciatives i models de negoci basats en la televisió interactiva (Google TV, Apple TV, etc.), mentre a Espanya la TDT ha resultat un fracàs.
- El món del diari en paper està patint la mateixa sort:

2. <http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_e-book_formats>

3. <http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_e-book_readers>

4. <<http://www.nytimes.com/2010/07/20/technology/20kindle.html>>

5. <http://manuals.info.apple.com/es_ES/ipad2_manual_del_usuario.pdf>

6. <<http://www.theatlantic.com/life/archive/2011/03/the-most-technologically-advanced-book-for-the-ipad/72610>>

7. <<https://github.com/Simbul/baker/wiki/hpub-specification>>

són diversos els diaris en paper que han tancat⁸, o mantenen només la seva versió online, la qual cosa no vol dir que es llegeixin menys notícies, sinó que es llegeixen en canals diferents (blocs i mitjans hiperespecialitzats, sobretot) mentre que els grans mitjans que sí que s'han adaptat al món *online* segueixen acaparant la majoria de l'atenció dels usuaris.

- La integració progressiva dels diferents mitjans de comunicació fa que les edicions d'Internet dels mitjans de comunicació s'assemblin els uns als altres: si observem la portada de RTVE.es, un mitjà televisiu per excel·lència, i les de diaris com El País o El Mundo, veurem que les diferències són gairebé inexistents, i comparteixen informació en text, àudio i vídeo.
- En el món del cinema, el videojoc o el còmic es consolida l'ús d'estratègies basades en el *crossmedia* o *transmedia*, enfront del concepte de multiplataforma. Aquests conceptes es fan extensibles o inclouen els llibres electrònics, i són, en paraules de Robert Figueras⁹:
 - Multiplataforma: s'explica la mateixa història en diversos formats. Per exemple, les pel·lícules de Harry Potter són multiplataforma, perquè hi ha una pel·lícula que és igual al videojoc i al llibre.
 - Crossmedia: que consisteix a estendre la història a altres formats, que no tenen sentit sols, i és necessari experimentar el conjunt per comprendre'ls.
 - Transmedia: que consisteix a estendre la història a altres formats, però en aquest cas sí que tenen sentit per separat i no cal experimentar el conjunt per comprendre'ls.

Ara el mercat dels *e-reader* està sent acaparat fonamentalment per dos dispositius, el Kindle i la iPad, tot i que hi ha molts altres dispositius que encara tenen certa quota de mercat, com el Nook, de Barnes & Noble, el Papyre, el Kobo o el Sony eReader PRS-650¹⁰.

Un dels problemes que els *ereaders* comparteixen és la dificultat de citar correctament una pàgina concreta equivalent a un llibre en paper, ja que si es canvia el format de lletra o s'usa en un dispositiu de mida diferent, el nombre de pàgines canvia. Les últimes versions de Kindle tracten de millorar aquest aspecte per permetre una correcta citació de paràgrafs i pàgines, facilitant compartir crítiques i comentaris.

Les diferències entre un dispositiu específic de lectura com el de Kindle i una tauleta com la iPad són múltiples, però la fonamental resideix en la pantalla. Una tauleta disposa d'una pantalla més ràpida, que refresca més ràpidament que la tinta electrònica, i la fa més interactiva. Mentrestant, la pantalla de la iPad pot donar problemes de lectura si s'utilitza durant moltes hores o en certs contextos lumínics (per exemple, amb excés de llum).

El nou Kindle Fire té una pantalla semblant a la iPad, que els fa virtualment competidors per a un mateix tipus d'usuari, encara que, certament, Kindle Fire està més pensat per a un client de productes d'Amazon¹¹, mentre que la iPad permet un ús més extens i variat del dispositiu.

Curiosament, la iPad tendeix a ser un dispositiu que es comparteix en família¹², i contrasta amb dispositius de naturalesa molt més personal i privada com els telèfons mòbils o els *e-readers* específics per a lectura.

A partir d'aquí, el següent escenari de batalla entre els dos dispositius és la cobertura de títols, de manera que com més llibres electrònics tingui disponibles un dispositiu, més possibilitats hi haurà que hi hagi un usuari interessat a utilitzar-lo.

En aquest escenari continua faltant unitat de formats, però s'hi arribarà a causa de la concentració d'oferta al voltant

8. <<http://newspaperdeathwatch.com>>

9. <<http://robertfigueras.com/2010/02/08/diferencia-entre-crossmedia-transmedia-y-multiplataforma>>

10. <http://www.quesabesde.com/noticias/sony-reader-touch-prs-650-analisis-video,6_6981>

11. <<http://www.xataka.com/tablets/amazon-kindle-fire>>

12. <http://www.nngroup.com/reports/mobile/ipad/ipad-usability_2nd-edition.pdf>

dels formats epub¹³ i pdf. El format epub és especialment interessant per al gremi bibliotecari, ja que permet descriure l'obra amb metadades Dublin Core.

Però amb l'aparició de llibres més interactius en HTML5 (hpub), tornem a entrar en un escenari de competició entre estàndards, i la demanda ja ha fet que el nou Kindle Fire hagi adoptat també aquest format hpub, de manera que s'ha de veure quin format centralitzarà en un futur l'edició d'*ebooks*, si és que ho fa alguna vegada.

La integració dels mèdia és el gran repte de les editorials que vulguin treballar en els nous mercats del llibre digital. Els autors poden passar de ser mers escriptors a participar en experiències multimèdia molt més complexes. Ja hi ha obres que augmenten l'experiència de la lectura amb vídeos intercalats en la lectura, com *War*, de Sebastian Junger; el que s'ha denominat com «llibre enriquit»¹⁴. Encara està per veure si aquest tipus d'obra seguirà atraient el públic, però els èxits actuals presagien tota una línia de negoci per a les editorials que vulguin adaptar-se a un món interactiu.

Continguts

Reflexionar sobre el concepte de llibre ens porta a reflexionar sobre el món dels continguts, ja que les comparacions entre el llibre físic i el llibre digital no s'han de centrar en qüestions en què no hi ha paral·lelismes, com el format, la superfície... S'han de centrar en les relacions i els usos que ofereixen els continguts: lector-autor, lector-lector, autor-editor, etc.).

Des d'aquesta perspectiva, el llibre, en el món digital, es transforma considerablement. Davant d'aquesta transformació existeixen i existiran diferents respostes. Podem par-

lar de la transformació del llibre tradicional en digital o de com els continguts digitals poden transformar-se en llibres.

La primera opció, la conversió en digital del llibre tradicional, està suposant la distribució digital de continguts textuals (independentment del format i del dispositiu que s'utilitzi per a la seva lectura), de versions; és a dir, el mateix llibre el podem trobar en paper o format tradicional i en format electrònic.

La segona opció, o creació digital de llibres, suposa la possibilitat de sumar o de barrejar tipus de continguts (textos, vídeos, fotografies, jocs...). I difícilment en trobarem versió o format tradicional perquè, precisament, es tracta d'abstracture la idea tradicional de llibre de les formes tradicionals de publicació i consum. Aquesta segona opció obre una gran quantitat de possibilitats als llibres il·lustrats, infantils, obres de referència, etc.

Lògicament, amb els llibre de contingut o de producció digital s'hi relacionen altres conceptes, que, tot i que no són objecte d'aquest article, no els podem deixar d'esmentar:

- Autoria i responsabilitat: d'un o diversos autors, o d'un autor principal i altres participants responsables de diferents parts o elements de la creació d'una obra...)
- Temps de narració / producció (d'una creació unidireccional a una creació «oberta, en directe»; o opcions intermèdies com, per exemple, llibres que s'han anat escrivint en blocs o eines similars i que després han acabat editats en format tradicional paper¹⁵).
- «Producte acabat», els continguts i el format digital amplien la concepció estàtica i clàssica de cosa acabada i reproducible per un concepte molt més ampli i participatiu com, per exemple, els llibres en Kindle, que incorporen o poden incorporar els comentaris i anotacions d'altres usuaris.

13. <<http://en.wikipedia.org/wiki/EPUB>>

14. <<http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/content-and-e-books/article/45178-twelve-launches-enhanced-e-book-edition-of-sebastian-junger-s-war.html>>

15. Existeixen molts exemples, com Signal vs. Noise (*37signals.com/svn* o *blog.frankchimero.com*), on l'autor va treballar el llibre i el projecte sobre un disseny previ. A Espanya també hi ha algun cas, com Hotel Postmoderno (*hotelpostmoderno.blogspot.com*).

Mercat de l'edició

Potser el mercat de l'edició digital (i tots els agents que hi estan implicats, com editorials, distribuïdores, llibreries, etc.) sigui un dels aspectes més comentat i sobre el que més s'hi ha reflexionat quan es parla del llibre digital.

Les xifres que ofereixen editors i distribuïdors parlen de xifres de vendes que creixen de forma exponencial, enfront de les vendes de llibres impresos, que comencen a experimentar petits descensos.

Però amb el concepte de mercat de l'edició volem fer referència no només a les xifres de vendes, també a qüestions com què és el que s'edita en format tradicional i què en format electrònic, qui ho ven i com es ven; i destacar algunes qüestions sobre les quals ens agradaria reflexionar, ja que els canvis que proposen ens semblen molt interessants pel que fa al futur del llibre.

En aquesta línia, per exemple, en el circuit editorial tradicional espanyol trobem alternatives als grans grups editorials i als catàlegs plens de best sellers. Es tracta de petites editorials (Impedimenta, Contrasenya, Blackie Books...)¹⁶ que han modificat sensiblement el model de negoci apostant per distingir, per la particularitat, per la recuperació d'obres, per textos i autors combatius, per un disseny modern i molt cuidat, per la qualitat de la impressió (sense augmentar el cost del producte final) i pel contacte directe i la interacció amb el lector a través de les xarxes socials.

També ens agradaria destacar nous models de distribució com Musa a les 9 o 24 Symbols¹⁷, que han canviat radicalment el concepte de distribució de llibres electrònics incloent serveis com l'*streaming* o la identificació d'usuari sense descàrrega, enfront d'altres iniciatives basades totalment en el model tradicional (preus, descàrregues i servei bàsic de botiga *online*) i que no han estat tan reeixides.

L'editor digital ha d'explorar i interioritzar constantment els canvis i els nous models de negoci digitals, treballar en aquest entorn i, malgrat que existeix una incertesa en el model de negoci de l'edició digital, oferir alternatives que combinin diversos models (continguts oberts, pay-per-view, descàrrega, micropagaments, subscripció...).

El que és clar és que l'estructura i els fonaments del mercat editorial tradicional no encaixen bé amb les possibilitats de consum del món digital i han de ser canviats (una qüestió àmpliament demanada i raonada en altres articles o fonts).

Usuaris

L'estudi de la percepció que els usuaris tenen dels llibres electrònics és complex, pel fet que aquesta percepció canvia conforme avancen les prestacions dels dispositius i augmenta l'oferta literària, generant un corrent que tendeix a ser cada vegada més positiu.

Segons una investigació de la Universitat de Miami, d'agost de 2011, s'identifiquen quatre tipus diferents de lectors: els amants del llibre, els tecnòfils, els pragmàtics i els del paper (o del llibre imprès)¹⁸. Els que no volen o no poden llegir un llibre en format electrònic són encara un 60 %.

No obstant això, un estudi de Marketing and Research Resources Inc. indica que els usuaris que compren llibres electrònics llegeixen molt sovint, i el 40 % més que abans de comprar-los¹⁹.

A més, la demanda de llibres electrònics certament està creixent el 2011, com a mínim als Estats Units, ja que a les biblioteques americanes que fan servir el sistema OverDrive²⁰ els préstecs s'han triplicat respecte al 2010, i han arribat a una xifra al voltant dels 16 milions de préstecs.

16. Impedimenta (impedimenta.es/portada.php), Contraseña (www.editorialcontrasena.es), Blackie books (www.blackiebooks.org).

17. Musa a las 9 (www.musaalas9.com), 24 Symbols (www.24symbols.com)

18. <<http://crl.acrl.org/content/early/2011/08/26/crl-288.full.pdf>>

19. <<http://libreros.posterous.com/los-libros-electronicos-renuevan-los-habitos>>

20. <<http://www.comunicacion-cultural.com/2011/10/20/16-millones-de-prestamos-de-ebooks-en-bibliotecas>>

El mateix pot dir-se de l'anàlisi de cerques d' *ebooks* a Google. Si fem servir l'eina Google Insights²¹, podrem veure l'evolució del volum de cerques d'ebooks, tot i que no ens un indicador clar del grau d'interès de l'usuari per aquest producte.

Si comparem les dades de diferents països com els Estats Units, Regne Unit, França, Alemanya i Espanya, veurem que l'evolució és paral·lela i els resultats no presenten cap dubte, l'interès per l' *ebook* augmenta enormement en els últims anys:

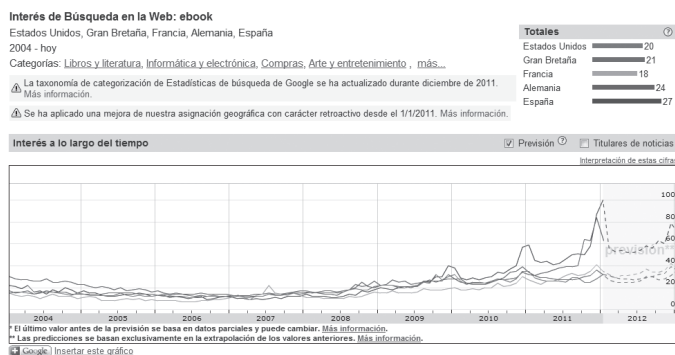


Figura 1. Font: Google Insights, 2011

Igualment, fent servir l'eina Google Keyword Tool²² podem esbrinar el grau d'interès de l'usuari mitjà, analitzant no només què es busca, sinó que podem agafar un concepte o una paraula clau i veure quants cops ha estat citada en les frases de cerca i quins són els conceptes relacionats; podem també conèixer la seva estacionalitat, és a dir, en quin període de l'any se sol buscar més.

En aquest cas, hem pres com a paraula clau «*ebook*», i hem limitat la nostra cerca a Espanya i a la llengua castellana. Com es pot apreciar a la imatge, en general, per a tota la família de cerques relacionades amb «*ebook*», els mesos més productius solen ser desembre i gener, de manera que podem deduir que el públic està interessat en l' *ebook* com a regal nadalenc.

21. <<http://www.google.com/insights/search>>

22. <<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>>

A més, podem observar com només 1.200.000 de cerques sobre «*ebook*» es fan en castellà i a Espanya (columna <cerques locals mensuals>), mentre que a tot el món es busca «*ebook*» uns 68 milions de vegades al mes.

Palabra clave	Búsquedas globales mensuales	Búsquedas locales mensuales	Tendencias de búsqueda locales
ebook e-book	83.100.000	5.000.000	
what is ebook	83.100.000	5.000.000	
ebooks	16.600.000	3.350.000	
what are ebooks	16.600.000	3.350.000	
ebooks ebooks	16.600.000	3.350.000	ene 2011
ebook book	68.000.000	2.740.000	
free books	5.000.000	1.830.000	
books online	3.350.000	1.830.000	
ebook books	55.600.000	1.830.000	
e books	5.000.000	1.220.000	
ebooks free	3.350.000	823.000	
ebooks for free	3.350.000	823.000	
free ebooks	3.350.000	823.000	
free ebook	4.090.000	823.000	
ebook for free	4.090.000	823.000	
ebook free	4.090.000	823.000	
e reader	2.240.000	673.000	
ereader	1.500.000	550.000	
ebook free books	1.500.000	450.000	
ebook directory	45.500.000	450.000	
book reader	1.500.000	450.000	
free online book	823.000	368.000	
free book online	823.000	368.000	
ebook download	3.350.000	368.000	
download ebook	3.350.000	368.000	

Figura 2. Font: Google Keyword Tool, 2011

Si fem la mateixa consulta però per al mercat nord-americà i en anglès, veurem que, curiosament, coincideixen en gran mesura els mateixos tipus d'interessos: en castellà, després del terme «*ebook*», la frase més buscada és «*qué és ebook*», i en anglès la frase més buscada, després d'«*ebook*», també és «*what is ebook*», o en plural, «*what are ebooks*». Les dates de major tendència de cerca també coincideixen:

Palabra clave	Búsquedas globales mensuales	Búsquedas locales mensuales	Tendencias de búsqueda locales
el ebook	83.100.000	1.220.000	
que es ebook	83.100.000	1.220.000	
ebook que es	83.100.000	1.220.000	
books	151.000.000	1.000.000	
ebooks	18.600.000	673.000	
book ebook	68.000.000	550.000	
kindle	13.600.000	301.000	
download libros	823.000	246.000	
e books	5.000.000	165.000	
itec ebook	6.120.000	135.000	
libros electrónicos	165.000	110.000	
libros ebook	165.000	90.500	
libros en ebook	165.000	90.500	
ebook libros	165.000	90.500	
ebooks gratis	450.000	90.500	
gratis ebook	550.000	90.500	
ebook gratis	550.000	90.500	
e reader	2.240.000	74.000	
libro electronico	110.000	60.500	
electronica libros	110.000	60.500	
descargar ebook	90.500	60.500	

Figura 3. Font: Google Keyword Tool, 2011

L'edat és un factor fonamental per determinar la lectura en format electrònic. Les franges d'edat amb més nombre de lectors són els joves entre 17 i 21 anys i els de 26 a 35 anys, segons un estudi d'hàbits de lectura en format electrònic de l'University College de Londres²³, que també conclou que els llibres més consumits són els de text i els de referència.

Aquests estudis, centrats en el públic universitari, donen uns resultats similars a les tendències de compra d'usuaris no universitaris. Al Regne Unit es constata una baixada en la venda de llibres en paper, mentre l'augment de vendes de llibres electrònics s'ha duplicat el 2011²⁴. També es constata que encara que la lectura en format digital és una mica més lenta, en general la conducta de lectura, pel que fa a llegibilitat i llocs de fixació de l'ull en la pàgina, és molt semblant a la que es fa amb un llibre en paper²⁵.

Finalment, la implantació de les xarxes socials ha ajudat a socialitzar més la lectura. Si ja existien clubs de lectura i de fans d'autors, com a Espanya la Sociedad Tolkien, al

voltant de la figura de l'escriptor J. R. R. Tolkien, els mitjans socials només han fet que augmentar la penetració d'aquest hàbit lector.

Així, doncs, s'observen quatre tendències bàsiques:

- Portals especialitzats en clubs de fans (com elfenomeno.com en el cas de Tolkien o mugglenet.com, en el de J. K. Rowling, per exemple), que ha donat lloc fins i tot a portals que augmenten l'experiència de la lectura en la línia dels llibres enriquits, però de forma social (com pottermore.com, portal social creat per la pròpia J. K. Rowling, que té ja un milió d'usuaris i encara estava en beta, el novembre de 2011).
- Portals o xarxes socials especialitzades en literatura però de temàtica genèrica, com libraything.com, openmargin.com, readmill.com.
- Seccions dins de portals més grans, com les «Pàgines» de Facebook.
- Xarxes socials personals, generades al voltant d'usuaris concrets, amb la família i/o amics.

Google + es basa en aquest darrer tipus de xarxa social, que pot canviar la forma com es comparteix i es recomana una lectura. La seva idea central sosté que aquestes xarxes socials personals, amb relacions molt properes, són les millors per compartir certes tipologies de llibres (per exemple, literatura infantil entre mares o llibres de receptes de cuina d'altres regions).

Aquests tipus de xarxes de llaços forts²⁶ estan generats dins de grans xarxes socials com Facebook o Google +, però encara que poden ser inconstants, suposen una forta influència per als seus membres (per exemple, pot ser que la teva germana et recomani només tres llibres en la seva vida, però és molt probable que aquests llibres els compris, ja sigui per obligació familiar, o bé per la fiabilitat de la persona que recomana).

23. <http://discovery.ucl.ac.uk/2608/1/superbook_survey_learned_publishing.pdf>

24. <http://www.lecturalab.org/story/Penguin-dispara-sus-ventas-de-eBooks-mientras-baja-la-de-libros-impresos-en-el-Reino-Unido_2659>

25. <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0141938211000497>>

26. <<http://www.slideshare.net/padday/the-real-life-social-network-v2>>

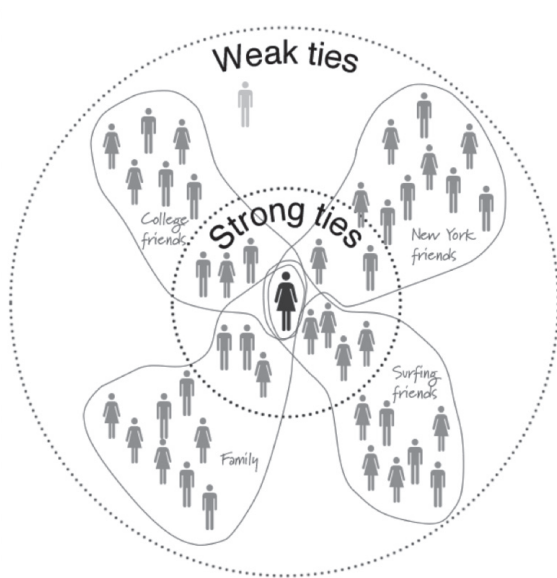


Figura 4. Font: Paul Adams, Google Inc.

Serveis a les biblioteques

Les biblioteques també han de participar d'aquesta evolució. La incorporació de serveis amb llibres electrònics a les biblioteques espanyoles està començant a ser una realitat a Espanya.

Les biblioteques, per tant, han d'oferir tant els continguts, els llibres electrònics (*e-books*), com els dispositius lectors (*e-reader*). El préstec dels dispositius és un servei que moltes biblioteques ja estan oferint amb ordinadors portàtils; el servei més nou s'ofereix a través dels OPAC (catàlegs en línia) de col·leccions de llibres en suport electrònic que es puguin descarregar des d'una gran varietat de varietat de dispositius de lectura (*iPads*, *tablets*, *smartphones*, *ereaders*, ordinadors, etc.).

27. <<http://www.overdrive.com/software/omc>>

28. <<http://www.nypl.org/ebooks>>

Aquest tipus de serveis exigeix una cura especial amb el servei i propietat intel·lectual, i per això han sorgit serveis i programes com OverDrive, dissenyats per controlar els préstecs de llibres electrònics.²⁷ A OverDrive, les biblioteques paguen una llicència i els préstecs es realitzen com si fossin físics. El sistema permet el préstec des de qual-sevol sistema amb connexió a Internet i controla el temps d'ús en el dispositiu, i passat el període de temps establert, el títol desapareix del dispositiu i torna a aparèixer disponible en els servidors de la biblioteca, que permet un nombre limitat d'usos. És el que es coneix com DRM (gestor de drets digitals).



Figura 5. OverDrive per al préstec d'*e-books*

Potser l'exemple més destacable és el de la New York Public Library²⁸, que ofereix a través del seu catàleg una gran col·lecció digital integrada per *ebooks*, audiollibres, jocs,



©istockphoto/franckreporter

música i altres suports, per a una gran varietat de dispositius i per a diferents aplicacions de descàrrega (com la esmentada OverDrive, per exemple).

A Espanya, aquest tipus de serveis ha tingut un gran impuls per part del Ministeri de Cultura, que ha posat en marxa el nou servei de préstec de llibres electrònics a les Biblioteques Públiques de l'Estat, encara que també és habitual aquest tipus de serveis a les universitats espanyoles, que van començar a controlar les seves col·leccions digitals amb les plataformes dels proveïdors i a controlar els accessos mitjançant la IP.

Conclusions

Com afecta aquesta tendència a la biblioteca del futur? Google Books està renegociant els termes del seu famós acord de col·laboració (el Google Book Statement²⁹), i, si

finalment s'arriba a un acord per ambdues parts, el panorama pot canviar enormement.

No són poques les institucions d'educació als Estats Units que es pregunten per què necessiten llibres³⁰ (i també les biblioteques i els bibliotecaris?). És per tant lícit investigar noves formes de donar un valor afegit a la figura del bibliotecari i la institució de la biblioteca. Entre d'altres possibilitats, apuntem les següents:

- Librarian Curator: entre l'allau d'oferta de llibres electrònics, la que ve d'editorials clàssiques, la que ve de l'autopublicació, amb la qual qualsevol usuari d'Internet pot publicar la seva obra, caldrà que el bibliotecari faci de «curator» com en un museu, un curador que cuidi la qualitat del que s'ofereix a l'usuari? O la comunitat o els algoritmes seran capaços realment de substituir-lo?
- Les noves professions que utilitzen els paradigmes bibliotecaris estan donant nova vida a una professió que s'adapta a públics diferents amb necessitats similars, com els *embedded librarians*, els bibliotecaris que s'integren en equips de treball per gestionar informació, ajudar en el màrqueting científic, servir com a consultors i assessors interns, avaluar la producció científica...
- Noves activitats s'obren pas en les institucions bibliotecàries per aprofitar les noves eines, en lloc de fugir-ne per por de ser substituïts per la tecnologia. Així, per exemple, la ludificació o gamification de les biblioteques és ja una realitat a Dinamarca³¹ o als Estats Units³².
- Centre cultural versus centre de lectura: són diverses les biblioteques que s'han aliat amb els centres de cultura per compartir espais i usuaris, generant sinergies per millorar una oferta conjunta que no només atregui, sinó que ajudi a fidelitzar l'usuari.

Les possibilitats són, per tant, múltiples. La voluntat dels professionals per adaptar-se està donant ja fruits. Falta incrementar el nombre i la varietat d'experiències i mesurar

29. <<http://www.ifrro.org/content/google-book-settlement-status-conference-15-september-2011>>

30. <<http://roomfordebate.blogs.nytimes.com/2010/02/10/do-school-libraries-need-books>>

31. <http://www.youtube.com/watch?v=TpFO_L_jA1c&feature=channel_video_title>

32. <http://www.youtube.com/watch?v=TpFO_L_jA1c&feature=channel_video_title>

els resultats per saber si l'auge dels *ebooks* suposarà una millora dels serveis i el valor afegit de biblioteques i bibliotecaris, o una *library killer*, un escenari en el qual la tecnologia desplaça no només el llibre en paper, sinó les entitats que els gestionen.

Més informació

ALONSO-ARÉVALO, JULIO; CORDÓN-GARCÍA, JOSE ANTONIO. G, "Usos de lectura digital: evolución o revolución" [en línia]. En: *Notas ThinkEPI* (2012). <<http://www.thinkepi.net/ usos-de-lectura-digital-evolucion-o-revolucion>> [Consulta: 05/11/2011].

GIBSON, CHRISTOPHER. "An Investigation of eBook lending in UK Public Libraries. Research and advanced technology for digital libraries." En: *Lecture Notes in Computer Science*. 2011, Vol. 6966/2011, p. 505-510.

GIBSON, CHRISTOPHER; GIBB, FORBES. "An evaluation of second-generation eBook readers." En: *The Electronic Library* (2011), Vol. 29 Iss: 3, p. 303-319.

GOLEMAN, DANIEL; NORRIS, GREGORY. "Battle of the Book: Is it 'greener' to read an e-book or an old-fashioned paper book?" [en línia]. En: *Conservation magazine* (2011). <<http://www.conservationmagazine.org/2011/06/battle-of-the-book>> [Consulta: 05/11/2011].

VICENTE, ALBERTO; GOZZER, SILVANO. "El precio de los *ebooks* en el mundo" [en línia]. En: *Anatomía de la edición*, 19/09/2011. <<http://www.anatomiadelaedicion.com/2011/09/el-precio-de-los-ebooks-en-el-mundo>> [Consulta: 05/11/2011].