

**La lectura en España.
Informe 2017**

La lectura en España. Informe 2017

José Antonio Millán
(coordinador)



FEDERACION DE GREMIOS
DE EDITORES DE ESPAÑA



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Resumen: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>
Licencia: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode>

Usted es libre de:

- Compartir: copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato.
- Adaptar: mezclar, transformar, y generar una obra derivada de este material.

El licenciante no puede revocar estas libertades si usted sigue los términos de la licencia.

Bajo las condiciones siguientes:

- **Atribución.** Debe citar los créditos de la obra, proporcionar un enlace a su licencia e indicar si se han realizado cambios. Debe hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de modo que sugiera que usted, o el uso que hace de la obra, tienen el apoyo del licenciante.
- **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Compartir bajo la misma licencia.** Si mezcla o transforma esta obra, o genera una obra derivada, sólo puede distribuir la obra generada bajo la misma licencia que el original.

Sin restricciones adicionales. No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que impidan legalmente que otros hagan algo que la licencia permite.

Preparación del original, corrección de pruebas y elaboración de los índices, Celia Villar

© Del texto, los autores, 2016

© De la edición, Federación de Gremios de Editores de España, 2016

© De las fotografías del volumen (de la serie «Lecturas cercanas»): José Antonio Millán, 2016

ISBN: 978-84-86141-61-5

Depósito legal: 38.902-2016

Impreso en España. Printed in Spain

Impreso en NUEVA IMPRENTA, S. L.



Índice

Federación de Gremios de Editores de España, «Presentación»	9
José Antonio Millán, «Introducción»	11

PÓRTICO

Alberto Manguel, «La lectura como acto fundador»	17
Darío Villanueva, «Leer literatura, hoy y siempre»	27

PARTE I. LA SITUACIÓN ACTUAL

Antonio María Ávila, «La oferta editorial de libros»	37
José Manuel Anta, «Los puntos de venta de libros y publicaciones periódicas»	49
José A. Gómez-Hernández, «Las bibliotecas».....	67
Luis González, «Hábitos lectores y políticas habituales de lectura»	81

PARTE II. LA VOZ DE LOS EXPERTOS

Fernando Trujillo Sáez, «El sistema educativo»	97
Jorge Carrión, «Librerías. Desapariciones, permanencias, metamorfosis».	113
Inés Miret y Mònica Baró, «Bibliotecas escolares a pie de página»	127
Jesús Arana Palacios, «Clubes de lectura»	141
Julieta Lionetti, «La próxima lectura. Modelos de recomendación de libros en línea»	157

ÍNDICE

Carlos A. Scolari , «El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación»	175
José Antonio Millán , «Diario ilustrado de un lector contemporáneo» ...	189

Sobre los autores

Notas sobre los autores	207
--------------------------------------	-----

Índice

Índice de materias y selecto de nombres propios	217
--	-----

Presentación

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA

En el año 2002, la Federación de Gremios de Editores de España impulsó la elaboración de un Informe sobre la lectura en nuestro país que tuvo una nueva versión en 2008, también coordinada por José Antonio Millán. Ahora, y con el mismo coordinador, presentamos un tercer informe que es, en parte, el paisaje tras la batalla de la durísima crisis económica y social que hemos sufrido en estos últimos años. Una crisis que, en el caso del libro, ha implicado que los hábitos lectores de los españoles no hayan experimentado el fortalecimiento que desearíamos.

Ya en aquel primer informe se echaba de ver el convencimiento implícito de que una sociedad lectora es una sociedad que prospera, material y hasta, si me permiten la expresión, espiritualmente. Y así parecen seguir indicándolo la mayoría de las estadísticas internacionales, pues la capacidad de comprensión lectora es constitucional al desarrollo humano y la llave que abre la puerta de la información y el conocimiento.

El libro es una extensión de nuestra imaginación y nuestra inteligencia, el mayor instrumento de civilización y un eficaz aliado para el ocio y el estudio. Leer, sencillamente, nos ayuda a vivir y nos permite llevar más lejos y trascender nuestras vidas. Sin embargo, la lectura no es, digámoslo claro, una pasión española. Y por más que hayamos mejorado en tantas y tantas cosas, también en los índices de alfabetización, sigue existiendo un importante número de compatriotas que no leen libros ni tienen interés en ellos. Es más, una parte significativa de nuestra población no pisó jamás una librería, como tampoco entra en un museo.

Evidentemente, no será este modesto informe el que cambie las cosas, pero sí puede servir de estímulo para las necesarias iniciativas públicas y privadas.

Hace ya un año que la Cámara del Libro de España presentó el *Plan integral para el fomento del libro y de la lectura* que pretendía sistematizar las posibles iniciativas públicas y privadas para que fueran, al menos, tenidas en cuenta. Y ello se hizo con la participación de editores, distribuidores, libreros y hasta la industria gráfica y contando, por supuesto, con la opinión de autores de referencia. Probablemente todos somos conscientes de que el interés por la lectura se despierta en las familias y en la escuela, por lo que un pacto nacional por la educación es un primer paso imprescindible, que debería volver a situar las horas de lectura y el desarrollo de las bibliotecas de aula y el propio deseo de cada alumno de poseer una biblioteca personal, en el centro del tablero educativo, que es donde, al fin y al cabo, nos jugamos nuestro futuro como sociedad.

PRESENTACIÓN

El argentino canadiense (o viceversa) Alberto Manguel inaugura, junto con Darío Villanueva, el director de nuestra Real Academia Española, este volumen, en el que se mantienen, siguiendo el esquema de los informes anteriores, diversos estudios y trabajos monográficos sobre las bibliotecas, la oferta editorial, las librerías o los hábitos lectores de los españoles. Por supuesto, el lugar o no lugar que ocupa la lectura en el sistema educativo sigue siendo un momento destacable del informe. Y dada la situación actual y el cierre de librerías —aunque hayan nacido otras— o la irrupción en nuestras vidas de las pantallas de los teléfonos con conexión a la Red, se ha prestado atención a los clubes de lectura, a los sistemas de recomendación de lecturas y libros en la Web y la interrelación entre las distintas formas de ocio con las que convivimos: juegos, películas, series, entre otros fenómenos.

El informe ha pretendido ser lo más amplio posible, pese a las limitaciones de todo tipo del momento actual, a fin de intentar entender mejor una realidad en la que ya somos todos lectores digitales y en papel, aunque tal vez eso mismo sea una exageración, porque en los transportes públicos casi todo viajero anda inmerso en su pantallita y no todos están, desde luego, leyendo.

Habrá que recordar, en ese sentido, que ya en la edición del año 2008 este informe estuvo en la Red y a disposición de cualquier curioso, porque hace ya tiempo que los editores sabemos que seguimos siendo editores en cualquier soporte. Y los agoreros, que pronosticaban el fin inmediato de la edición en papel hace ya una década, a estas alturas han quedado como aquellos predicadores del fin del mundo a los que se les va pasando una fecha y otra y otra.

El mundo no se acabaría, nos dicen algunos, si no hubiera libros. Y ahí debemos discrepar, porque sin libros, sin su lectura, el mundo sería otro y es de temer que no mejor. Leer nos ayuda a ser y mejora nuestro estar. Leer nos permite decir, con Borges, «que otros se enorgullezcan por lo que han escrito, yo me enorgullezco por lo que he leído». Nuestras lecturas son, al final, las vidas que hemos vivido en esta vida nuestra, tan corta o tan larga según las horas que hayamos sabido pasar con un buen libro.

Permítanme terminar con el inexcusable capítulo de agradecimientos. Gracias al Ministerio de Educación, Cultura y Deporte por haber ayudado a hacer posible este Informe dando prueba de un compromiso con la lectura que se agradece especialmente en tiempos de tribulación. De forma pareja, agradecemos los datos que han proporcionado la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, Kiosko y +, *El País* y 24symbols. Tras inicios prometedores, Amazon declinó su participación.

¡Felices lecturas a todos ellos y a todos nosotros! Y también feliz lectura de este informe a cualquiera que desee acercarse a él.

Barcelona, noviembre del 2016

DANIEL FERNÁNDEZ
Presidente
Federación de Gremios de Editores de España

Introducción

JOSÉ ANTONIO MILLÁN

Es un honor volver, ocho años después y por tercera vez, a coordinar un informe sobre la lectura en España. Durante este periodo ha habido muchos cambios en nuestro país, y no todos ellos de signo positivo.

Hemos pretendido, de nuevo, editar una obra que resulte de utilidad no sólo para los especialistas en edición y venta de libros, en educación o en cultura (quienes por supuesto tienen capítulos que les están especialmente dirigidos), sino también para todos aquellos relacionados con los usos y prácticas de la lectura. Por su importancia, se ha hecho especial hincapié en las acciones dentro del sistema educativo. Y no podían faltar, naturalmente, capítulos dedicados a la peculiar simbiosis —algunos dirían choque— que se está produciendo entre el soporte papel y los medios digitales. El ámbito de este *Informe* es, como en los anteriores, el estado español, aunque con calas ocasionales en lo que ocurre a nuestro alrededor.

Hay que señalar, en honor de los especialistas que han intervenido en esta edición, que la carestía de datos, tanto en el ámbito de la educación como en algunos de los más importantes operadores digitales, ha hecho su tarea a veces muy difícil. También faltan estudios con una de las metodologías más fértiles para estudiar la realidad de la lectura (más allá de encuestas o cifras de circulación de ejemplares): el trabajo directo con grupos de lectores. Aunque más lentos y costosos que otros procedimientos, estos estudios cualitativos permiten acceder a las auténticas prácticas y motivaciones de la población lectora. Quede señalado, con votos de que en un futuro próximo se puedan paliar estas carencias.

A manera de Pórtico, abre esta obra el Director de la Biblioteca Nacional de Argentina Alberto Manguel, quien en «La lectura como acto fundador» parte de los primeros trasvases de libros entre España y América. Le acompaña el Director de la Real Academia Española, Darío Villanueva, quien en «Leer literatura, hoy y siempre», celebra el acto de lectura como realización de la potencialidad de los textos.

La situación actual se analiza en cuatro frentes: Antonio María Ávila estudia «La oferta editorial de libros»; José Manuel Anta, «Los puntos de venta de libros y publicaciones periódicas»; José A. Gómez-Hernández, «Las bibliotecas» y Luis González, los «Hábitos lectores y políticas habituales de lectura».

INTRODUCCIÓN

La segunda parte reúne las opiniones de ocho especialistas: Fernando Trujillo analiza en «El sistema educativo» la situación atomizada y didácticamente pobre que en la actualidad tiene la lectura en la enseñanza primaria y secundaria. Jorge Carrión estudia en «Librerías. Desapariciones, permanencias, metamorfosis» uno de los eslabones clave para el contacto entre las obras y su público. Inés Miret y Mònica Baró, en «Bibliotecas escolares a pie de página», analizan la situación en que se encuentran estas piezas básicas en la formación de los hábitos y destrezas de lectura. Jesús Arana Palacios, en «Clubes de lectura», pasa revista a la compleja y riquísima realidad de un fenómeno de importancia creciente: las personas que se reúnen voluntariamente para leer.

Julieta Lionetti, en «La próxima lectura. Modelos de recomendación de libros en línea», analiza lo que aportan las propuestas digitales (automáticas o personales) al acto de despertar el interés por un libro. Carlos Scolari, en «El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación», aporta una mirada experta a los transvases que se producen en ambas direcciones entre libros y medios audiovisuales e interactivos. Por fin, el autor de estas líneas realiza en «Diario ilustrado de un lector contemporáneo» un ejercicio de autoanálisis de su práctica lectora, aderezada con los datos que han proporcionado amablemente para este *Informe* algunos de los más destacados operadores digitales en los ámbitos de libros y prensa.

Como ya se hizo en el anterior *Informe*, aparte de la edición en forma de libro, este *Informe 2017* se publica también en la Web, incorporando una licencia de reutilización que facilitará su difusión y conocimiento. De este modo, una institución que agrupa a la mayoría de los editores de España, su Federación de Gremios, demuestra de nuevo los beneficios que se pueden obtener de la alianza entre el antiguo y acreditado soporte del saber, el libro, y el omnipresente medio de publicación y difusión, la Web.

La dirección <<http://lectura.es/2017/informe/>> contiene no sólo la totalidad de la obra, sino también materiales complementarios, que habrían alargado en exceso el volumen, y la fuente de algunos de los datos presentados. Asimismo, se incluye la posibilidad de introducir comentarios o hacer aportaciones a los distintos capítulos. Si en la visión contemporánea los libros aparecen justamente como *conversaciones*, este *metalibro* a quince manos quiere tomar parte activa en el debate sobre qué es leer, y por qué juzgamos conveniente que la gente lea.

PÓRTICO



La lectura como acto fundador

ALBERTO MANGUEL

Hay ciudades que comienzan con unos pocos libros. Mi Buenos Aires es un ejemplo de estos milagrosos actos lectores. El adelantado Pedro de Mendoza no funda Buenos Aires sólo con la cruz y la espada, sino que también trajo consigo varios tomos que fueron de alguna manera su primera biblioteca. Cito el escueto catálogo: «siete libros medianos guarnecidos de cuero negro», «un libro de Erasmo», un Petrarca, «un librete chico dorado que dice en él Virgilio» y «un libro que es Bridia guarnecido en pergamino». Parece que De Bridia era un historiador del siglo XIII que escribió una detallada crónica de los pueblos tártaros del Asia septentrional. A juzgar por estos títulos, podríamos pensar que Pedro de Mendoza quiso que en la fundación de su ciudad estuviesen presentes los fantasmas de un ecléctico grupo de escritores: pensadores de una religión que no era la suya, como el reformista Erasmo, poetas de otras lenguas y de otros países, como Petrarca y Virgilio, colegas exploradores como De Bridia, aventurero en un lejano norte opuesto al lejano sur. Podríamos imaginar que para Pedro de Mendoza, contemporáneo de Alonso Quijano, el mundo intelectual era uno solo: en otras palabras, que en cualquier empresa particular debe intervenir lo universal. Podríamos pensar que su impulso fue el de dar a la nueva ciudad el fundamento de una biblioteca y asegurarle así a Buenos Aires una suerte de inmortalidad.

Desgraciadamente no fue así. Los libros de Mendoza existieron pero la fundación se hizo pensando menos en la libertad intelectual de sus futuros habitantes que en la ocupación de tierras ajena, menos por un impulso humanista que por un deseo de rapiña y de fama. La epopeya de Mendoza, como sabemos, terminó mal. Viejo, ineficaz, sifilítico, Mendoza murió en el camino de regreso a España y la ciudad que quiso fundar, como el primer borrador de un ambicioso texto, fue relegada al basurero de la historia.

La presencia de libros entre las primeras señas de identidad de un pueblo no es frecuente en los cronistas. Las autoridades en el poder, siempre y en todas partes, se han interesado más en montar maquinarias económicas cuya sola meta es el beneficio financiero, y menos o casi nada en promover el desarrollo intelectual y artístico de la sociedad que gobiernan. La España de

Mendoza no fue una excepción. Describiendo las acciones de los españoles en el Nuevo Mundo, el padre Bartolomé de las Casas hizo esta contundente acusación: «La causa por la que han muerto y destruido tantas y tales y tan infinito número de ánimas los cristianos, ha sido solamente por tener por su fin último el oro y henchirse de riquezas en muy breves días y subir a estados muy altos y sin proporción de sus personas». Lo han hecho

por la insaciable codicia y ambición que han tenido, que ha sido mayor que en el mundo se pudo, por ser aquellas tierras tan felices y tan ricas, y las gentes tan humildes, tan pacientes y tan fáciles a sujetarlas; a las cuales no han tenido más respeto ni de ellas han hecho más cuenta ni estima (hablo con verdad por lo que sé y he visto todo el dicho tiempo), no digo que de bestias (porque pluguiera a Dios que como a bestias las hubieran tratado y estimado), pero como y menos que estiércol de las plazas.

Muchos de los conquistadores a los que acusa el padre De las Casas eran lectores como Mendoza, y quizás su ejemplo sirva para entender que poseer libros y ser lectores no basta cuando se trata de aprender cómo actuar con el respeto y la estima del otro, y cómo buscar justicia en un mundo persistentemente injusto.

Los libros que Mendoza trajo al Nuevo Mundo no fueron sometidos al escrutinio de la aduana española, pero ya en 1506, el rey Fernando había ordenado «para la buena gobernación de las Indias» que se prohibiera la venta de libros «que tratan lo profano y materias inmorales que los Indios no puedan leer». A pesar de repetidos y severos decretos como éste, miles de libros que trataban de «lo profano y materias inmorales» llegaron a las Américas en las décadas siguientes. Y entre estos pasajeros clandestinos, se encontraba, como era de esperarse, uno de los grandes *best-sellers* del siglo diecisiete, *Don Quijote de la Mancha*, cuya presencia en estas tierras está atestiguada desde su primera edición en 1605. Tan popular fue la figura del heroico caballero en las Américas que, en 1607, dos años después, en el altiplano del Perú, el corregidor de la mina de Pausa montó en honor del nuevo virrey un espectáculo que culminaba con la aparición de un personaje reconocido por todos los presentes, Don Quijote y su rotundo escudero.

A más de cuatro siglos de distancia, resulta sorprendente la ineffectividad de los esfuerzos de censura de la Corona y de la Iglesia. En 1608, las autoridades de Buenos Aires escribían a la Santa Inquisición en Lima (que tenía autoridad sobre el Río de la Plata) para informarle que barcos de Flandes y Portugal llegaban a la ciudad trayendo escondidos en barriles y cajones libros prohibidos. La respuesta del Santo Oficio fue que se castigase enérgicamente a

los ofensores, pero de poco sirvieron las santas órdenes: los libros prohibidos siguieron llegando a las nuevas tierras para la instrucción y el deleite de los incipientes criollos. Un ejemplo argentino: ejemplares de las primeras ediciones del Quijote fueron conservados en la pequeña biblioteca del pueblo de Yaví en Jujuy, de donde fueron robados en el 2001, y seguramente no porque a los ladrones les importara su valor literario o moral.

Ocho años antes de que la primera parte del *Quijote* saliese de la imprenta en Madrid, el obispo de Tucumán, Fernando de Trejo y Sanabria, sí pareció interesarse por los aspectos morales de este tipo de ficciones. En una resolución promulgada en 1597, el obispo decreta que será excomulgada toda persona, hombre o mujer, de cualquier clase social, que tenga en su posesión toda obra poética inmoral y vulgar, y toda novela de caballería, porque éstas alientan en la mente de los lectores deseos lascivos e impuros, y falsas y absurdas fábulas. Merece la pena preguntarse qué quería decir el buen obispo con estos severos adjetivos.

Es harto sabido que Cervantes declara que su invención es un intento de acabar con las tonterías promulgadas por la literatura de caballería, historias, dice él, «fingidas y disparatadas». No sabemos si logró este declarado propósito: al fin y al cabo ¿qué son Batman y el Hombre Araña sino émulos del Caballero de la Ardiente Espada y de Florimonte de Hircania? Lo que sí sabemos es que su creación superó y escapó a este intento moralizante, y que Don Quijote es otra cosa que una parodia de mala literatura.

¿Quién es Don Quijote? Ante todo, un lector, un lector de novelas de caballería, es cierto, que hasta vende «muchas hanegas de tierra de sembradura para comprar libros de caballerías en que leer», pero también lector de muchas otras obras que son citadas a lo largo de sus aventuras, de escritores que comparte con su propio autor, el docto Cervantes: Homero, Aristóteles, Virgilio, Ariosto, Boccaccio...

¿Qué nos dice Cervantes de Alonso Quijano lector? Ya en las primeras páginas de la novela, anota que al viejo hidalgo, «del poco dormir y del mucho leer, se le secó el celebro, de manera que vino a perder el juicio» y

vino a dar en el más extraño pensamiento que jamás dio loco en el mundo; y fue que le pareció convenible y necesario, así para el aumento de su honra como para el servicio de su república, hacerse caballero andante, y irse por el mundo con sus armas y caballo a buscar las aventuras y ejercitarse en todo aquello que él había leído que los caballeros andantes se ejercitaban, deshaciendo todo género de agravio, y poniéndose en ocasiones y peligros donde, acabándolos, cobrase eterno nombre y fama.

Poco a poco, como si el mismo Cervantes se diese cuenta que su personaje es más que una caricatura fantasiosa, las aventuras de Don Quijote empiezan a transcurrir en un mundo absolutamente real, tangible, terreno, y no en los campos fantásticos del gigante Caraculiambro y del Orlando Furioso. Las lecturas de Don Quijote producen en él un efecto contrario al que produjeron en los conquistadores: éstos quisieron imponer en el Nuevo Mundo los paisajes mitológicos del Viejo —amazonas, gigantes, Eldorado— para mejor justificar la brutalidad del saqueo y la matanza, presentándose como paladines cristianos contra los paganos pecadores. Don Quijote en cambio hace suya la ética caballeresca y combate contra entuertos cometidos por criaturas de carne y hueso, cristianas o no. Su «remedio ordinario» frente a un desafío, nos dice Cervantes, «era pensar en algún paso de sus libros»: su biblioteca le da el vocabulario con el cual enfrentarse al mundo demasiado real.

Hay un cambio fundamental que ocurre en Don Quijote lector a seis capítulos del inicio de la novela, donde se cuenta la purgación de libros que el barbero y el cura hacen en la biblioteca del hidalgo. No contentos de echar los libros rechazados al fuego, tapian con un muro la habitación que servía para guardarlos. Cuando Don Quijote va en busca de sus libros, no logra hallar la puerta de su biblioteca, y su sobrina, sirviéndose del mismo vocabulario caballeresco, le explica que un encantador vino una noche sobre una nube e hizo desaparecer la habitación con los libros. Podemos imaginar, nosotros como lectores, lo que sentiría el viejo caballero. La desesperación, la cólera, la ansiedad que sufriríamos nosotros al darnos cuenta que ya nunca jamás podremos volver las hojas de un volumen recordado y querido, ni buscar un verso que la memoria quiere retener inútilmente. Pero Don Quijote es más valiente, más sensato, menos sentimentalmente nostálgico que la mayoría de nosotros. Se resigna a los efectos de la venganza de este encantador («gran enemigo mío», dice, «que me tiene ojeriza») y se queda en su casa, sin comentar más el atroz hecho, durante dos largas semanas. Después, sin decir nada a nadie, contrata a su vecino, un tal Sancho Panza, como su escudero, y una noche, sin despedirse, los dos aventureros salen de sus casas para enfrentarse con el mundo.

¿Qué ha ocurrido? Una vez su biblioteca desaparecida, el lector Alonso Quijano ya no tiene necesidad de sus libros para ser Don Quijote. Ni una sola vez más, durante el transcurso de toda la novela, abrirá las páginas de un volumen cualquiera. Pero esto no significa que renuncie a su gran propósito. Convencido de la necesidad de la ética que sus novelas de caballería le han enseñado, el gran lector ya no necesita sus libros materiales: están impresos en su memoria para siempre, como en una íntima biblioteca virtual. Lector y libro ya son uno sólo.

Dijimos que, si bien la literatura de caballería propone ficciones fantásticas con reglas éticas inmaculadas que todo caballero debe acatar, el mundo en el que se aventura Don Quijote sigue siendo el de Alonso Quijano: duro, infame, peligroso y, por sobre todo, injusto. En su primera aventura, Don Quijote se topa con Andresito, a quien su patrón ha atado a una encina y azota brutalmente porque el muchacho ha tenido la osadía de exigir los nueve meses de sueldo que se le deben. Oyendo esto, Don Quijote ordena al patrón que lo desate y que le pague el dinero debido. Éste, azorado por la apariencia demencial del caballero, promete hacerlo. Andresito le implora a Don Quijote que no le crea, que no cumplirá su promesa, que su castigo será peor que antes, a lo cual Don Quijote responde que el patrón ha jurado acatar sus órdenes «por la ley de caballería» y que no se atreverá a romper tal alto juramento. Por supuesto, en cuanto Don Quijote se aleja, el patrón vuelve a atar a Andresito a la encina y le da tantos azotes que lo deja por muerto. En el mundo real no basta la fe del lector.

Sin embargo, tales consecuencias de sus actos caballerescos, a menudo más nefastas que el mal que Don Quijote quiere remediar, no inhiben al paladín. Ante la injusticia no hay, para un caballero de ley, otra acción que la buscar justicia. «Resistir», escribió un crítico francés de nuestro tiempo, «es liberar la vida de las prisiones creadas por los seres humanos. Esto es, obviamente, lo que los artistas hacen». Podemos agregar que esto es, obviamente, lo que hace Don Quijote.

¿En qué consiste ser justo o injusto en el mundo de Alonso Quijano? La injusticia se manifestó en cada aspecto de la España del Siglo de Oro. Durante el reinado de Fernando e Isabel, España se había inventado una identidad de cristiano limpio, pureza supuestamente afirmada tras las sucesivas expulsiones de judíos y árabes. Contra esa ficción, Cervantes construye la ficción del Quijote, entregando la autoría de su obra a un escritor árabe, Cide Hamete Benengeli, y haciendo de Ricote, el morisco vecino de Sancho que regresa a escondidas del destierro al que fue condenado, y declara que España es su patria.

Hablando de Argentina en los crueles tiempos de Rosas, y por extensión en todos los tiempos crueles a través de los cuales hemos vivido y seguimos viviendo, Borges escribió que «la crueldad no fue el mal de esa época sombría. El mal mayor fue la estupidez, la dirigida y fomentada barbarie, la pedagogía del odio, el régimen embrutecedor de divisas vivas y muertas». Así en la España de Cervantes, donde la mentira oficial contagió de mentiras todas las capas sociales de la sociedad y permitió a todos sus miembros el torpe placer de la violencia física e intelectual.

En primer lugar, la mentira contagia a los que detienen el poder y que se creen permitido, por su posición autoritaria, de engañar a los otros, como lo hacen los duques con quienes Don Quijote se encuentra, de burlarse hasta la tortura de un viejo loco y de su escudero. También como lo hace el patrón de Andrés, infinitamente codicioso, rehusándose a pagar lo que deben a sus obreros.

En segundo lugar, contagia a la gente del pueblo, como a los gallegos que muelen a palos a Don Quijote y Sancho, o como al barbero que se hace cómplice del engaño para enjaular al viejo hidalgo, o como los guardas de los galeotes encadenados a quienes Don Quijote les dice que «no es bien que los hombres honrados sea verdugos de los otros hombres, no yéndoles nada en ello».

Y finalmente, contagia a los intelectuales como el bachiller Sansón Carrasco, quien disfrazado del Caballero de la Blanca Luna derrota a Don Quijote y lo obliga a renunciar a sus ambiciones éticas. Estos intelectuales como Carrasco son, me parece a mí, los peores de todos, porque tienen a su alcance los medios para imaginar un mundo mejor, menos injusto, y no lo hacen, o no lo quieren hacer. Carrasco es el prototipo del lector que disfruta de la literatura pero que no cree cabalmente en ella. Es como era Pedro de Mendoza —y confieso que yo también, más veces de las que quiero acordarme, he sido así: incapaz de volcar en sus actos las lecciones de sus libros. No sólo descree Carrasco de la capacidad redentora de la ficción, y de la posibilidad que ésta ofrece a sus lectores de ser más inteligentes, menos egoístas, menos arrogantes, más compasivos, sino que obliga a Don Quijote a descreer también de ella. Y cuando el caballero, fiel a su promesa, abandona su lucha contra la injusticia y se vuelve a su casa, curado (por decirlo así) de su aparente locura, deja de ser Don Quijote, deja de ser el lector iluminado que fue, y muere como el mero Alonso Quijano. O quizás no. Al final de la segunda parte, cuando «entre compasiones y lágrimas» el viejo hidalgo da su espíritu, Cervantes, como incapaz de resignarse al sacrificio de su criatura, vuelve a nombrarlo Don Quijote. Y es bajo ese nombre, fruto de las lecturas, que lo recuerdan las generaciones sucesivas.

He mencionado los primeros Quijotes que llegaron a América de contrabando. De alguna manera, estas maniobras contrabandistas a la sombra de la voluntad autoritaria, reflejaban el libro aún por leer. Porque esencialmente, a partir del momento de su concepción, Don Quijote de la Mancha es un libro subversivo. Contra la autoridad arbitraria de los nobles y los ricos, contra el egoísmo y la infidelidad de la gente de pueblo, contra la arrogante equivocación de los letrados y universitarios, Don Quijote insiste que

ALBERTO MANGUEL

el principal deber de un lector es actuar en el mundo con honestidad moral e intelectual, sin dejarse convencer por eslóganes tentadores y exabruptos emotivos, ni creer sin examinar noticias aparentemente veraces. Quizás ese modesto principio suyo pueda hacernos, como lectores en esta sociedad caótica en la que vivimos, más tolerantes y menos infelices.



Leer literatura, hoy y siempre

DARÍO VILLANUEVA

Confieso de antemano al posible lector de estas páginas más que las he escrito por encargo de la Federación de Gremios de Editores de España fundamentalmente a partir de mi experiencia concreta como un *inmigrante digital* que enseña en la Universidad a *nativos digitales*.

Al respecto de esta distinción popularizada por el sociólogo Marc Prensky [Prensky 2001], el profesor David Nicholas [Nicholas 2003], jefe del Departamento de Estudios sobre la Información del University College de Londres, después de investigar con un centenar de voluntarios de distintas edades, llegó a la conclusión de que los adolescentes de hoy, *nativos digitales*, están perdiendo la capacidad de leer textos largos y de concentrarse en la tarea absorbente de leer un libro. Seis años ha de la formulación de tal diagnóstico. En el tiempo transcurrido, sin duda que se habrá incrementado el proceso entonces advertido.

Frente a lo que sucede todavía con los adultos, *inmigrantes digitales*, los jóvenes entre los 12 y los 18 años apenas se detienen en una sola página web para obtener la información que precisan, sino que saltan de una a otra sin apenas fijar nunca su atención. El material de este estudio había sido presentado a finales de febrero del 2010 en un capítulo de la serie documental de la BBC titulada *La revolución virtual*, y según su presentadora Aleks Krotoski, la conclusión era que para bien o para mal la nueva generación está siendo moldeada por la Web. Venga esto a cuenta de que los profesores (y los editores) no nos chupamos el dedo, y sabemos bien que nosotros seguimos siendo los de siempre, pero nuestros alumnos (o potenciales clientes) pertenecen ya a otra Galaxia, que no es exactamente la de Gutenberg, sino la de Internet.

Como sigo arrastrando las secuelas de una licenciatura en Filosofía y Letras, mantengo desde mis años de estudiante un hormiguillo filosófico del que me siento moderadamente orgulloso. De ahí mi voluntaria filiación fenomenológica.

Desde esta perspectiva, la obra de arte literaria deja muchos elementos de su propia constitución ontológica en estado potencial, pues es la suya una entidad fundamentalmente esquemática. La actualización activa de la misma por parte del lector subsana esas lagunas de indeterminación o elementos

latentes, y si es realizada desde una actitud estética positiva convierte el objeto artístico que la obra es en un objeto estético pleno.

Ello deja abierto un margen de variabilidad entre los valores artísticos inherentes a la obra en sí y los valores estéticos alcanzados en la concretización o concretizaciones que la provean de su total plenitud ontológica. La diferencia fundamental entre una obra de arte literaria y sus actualizaciones es que en estas se concretan los elementos potenciales y se complementan las «lagunas» o vacíos de indeterminación de aquella.

En esa dialéctica entre la obra como estructura esquemática y su concretización en un objeto estético aparece incluida, a lo que creo, toda la problemática de la Literatura, como creación pero también como industria. Michael Riffaterre [1979] afirma que el fenómeno literario no reside solo en el texto, sino también en su lector y el conjunto de reacciones posibles del lector ante el texto, enunciado y enunciación. El fenómeno de la literatura depende primordialmente de las relaciones del texto con el lector, no tanto con el autor o la realidad. Por ello la obra literaria debe ser abordada desde el interior de ella misma hacia la exterioridad encarnada por sus receptores.

Estoy convencido de que el gran motor de la Literatura como una institución social y comunicativa todavía vigente es el realismo; un realismo que, con un guiño fenomenológico, me gusta calificar de «intencional». Y más que mis filosofías literarias, valen aquí las palabras eminentes —que como todas las palabras poéticas nos plagian a los lectores— del poema de Ángel González «La verdad de la mentira», incluido en su libro *Nada grave* (Madrid, 2015):

Al lector se le llenaron de pronto los ojos de lágrimas,
y una voz cariñosa le susurró al oído:
—¿Por qué lloras, si todo
en este libro es de mentira?
Y él respondió:
—Lo sé;
pero lo que yo siento es de verdad.

En *El acto de leer*, Wolfgang Iser [1987] afirma que el texto representa un efecto potencial que se realiza, de hecho, en el proceso de la lectura. Es decir, que la perspectiva de la recepción no puede excluir la de la forma, con lo que metodológicamente queda sentado un principio de razonable eclecticismo. Nada extraño, por otra parte, si reparamos en que en los orígenes del formalismo ruso está presente el Husserl de las *Investigaciones lógicas* divulgadas allí por uno de sus seguidores rusos, Gustav Špet, así como también lo está en la teoría de la literatura del formalismo checo.

Otro de los discípulos de Husserl, el polaco Roman Ingarden [1931], en *La obra de arte literaria*, explica que la estructura específica de la obra de arte literaria está constituida por varios estratos heterogéneos. Dos de ellos son de índole puramente verbal. El primero, el de las formaciones fónico-lingüísticas, al margen del rendimiento estético que pueda dar mediante el juego de sus cualidades rítmicas variables según el género literario, desempeña la función básica de servir de soporte y envoltorio externo al estrato fundamental de las unidades de significación. Éste permite la captación de la obra por un sujeto psíquico que, a partir de cada unidad significativa, ejecuta un acto intencional de donación de sentido, consistente en la creación de una objetividad puramente intencional: el mundo representado.

El tercer estrato, calificado por Ingarden [1931] como de las «objetividades representadas», es precisamente el de las referencias intencionales proyectadas por las unidades de significación del estrato anterior, mediando la actualización receptiva. Estas objetividades no son, por supuesto, reales, aunque puedan parecerlo, porque el lector les insufla todas las características y propiedades de los objetos de realidad, pero sin que ese carácter de realidad pueda ser identificado en modo alguno con el rango ontológico de las entidades efectivamente existentes. El Múnich que apareza en un texto literario no es el Múnich objetivamente existente del que el lector puede tener conocimiento directo por su propia experiencia vivencial, sino solo «semejante» a él.

Hay, de principio, una diferencia fundamental: el objeto representado —ya sea Múnich o cualquier otro— es una producción esquemática, con diversos puntos de indeterminación. Y así, Ingarden hace una de las afirmaciones nucleares de su teoría: toda obra literaria está, en esencia, inacabada en lo que se refiere a las objetividades representadas en ella, y exige —recordemos aquí el principio que Grice formula en su pragmática lingüística— una complementación cooperativa intensa y en la práctica inagotable. El receptor, durante el proceso de la lectura, trasciende el texto, solventando las carencias de esas representaciones mediante la eliminación de un número mayor o menor de aquellas lagunas o puntos indeterminados, según su competencia, actitud e interés. En algunos casos el hacerlo es obligado para que el éxito acompañe a la lectura, pero también hay «lugares de indeterminación» de «rellenado» potestativo.

Esa complementación cooperativa se modula de forma diferente de acuerdo con las especificidades de cada género literario, y dentro de cada uno de ellos conforme a los distintos estilos y registros. La creación de un universo espacio-temporal humanizado en la novela exigirá, por cierto, una especial atención por parte de sus lectores, pero ello no obsta para que una de las más

cristalinas formulaciones metaliterarias de este proceso cooperativo se encuentre en una obra teatral, el *Enrique V* de William Shakespeare.

Concretamente, desde el mismo parlamento que abre la función a modo de prólogo el CORO ideado por el dramaturgo inglés trata, sobre todo, de estimular al público del Teatro del Globo para que supla con su imaginación las carencias de un escenario tan esquemático y austero como lo era también, coetáneamente, el de los corrales de comedias castellanos donde representaban Lope de Vega y los demás cómicos españoles: «¿Puede esta gallera contener los vastos campos de Francia? ¿O podemos apretujar en este cerco de madera nada más que los cascós que espantaron los aires de Agincourt? Ah, perdonad: puesto que una cifra en garabato puede indicar un millón en poco sitio, permitid que nosotros, cifras de esa gran cuenta, actuemos sobre vuestra fuerza de imaginación».

Repárese en la sutil argumentación semiológica *avant la lettre*: el autor se amparará en la convencionalidad del propio lenguaje y en la imaginación de su público para suplir el esquematismo del mundo representado, que en esta obra sobre las batallas armadas y las escaramuzas diplomáticas entre Inglaterra y Francia incluye escenarios correspondientes a ambos reinos. Por lo mismo, continúa el CORO de este tenor:

Suponed que, dentro del cinturón de estas paredes, están ahora encerradas dos poderosas monarquías cuyas altas frentes, de elevado remate, separa el peligroso estrecho del océano. Completad nuestras imperfecciones con vuestros pensamientos, dividid en mil partes a un solo hombre y haced ejércitos imaginarios. Cuando hablemos de caballos, pensad que los veis, imprimiendo sus orgullosos cascós en la blanda tierra: pues vuestros pensamientos han de ser los que revistan a nuestros reyes, y los lleven de acá para allá, saltando sobre los tiempos y convirtiendo en una hora de reloj lo realizado en muchos años.

En los parlamentos del CORO se hace, por cierto, un uso magistral del imperativo, la forma verbal más genuinamente perlocutiva, con mayor voluntad de incidencia en la conducta del oyente. Aquí el destinatario es, por supuesto, el público al que cumple convertir en cómplice activo para la recreación del mundo cortesano y militar del que se trata. En el acto tercero se lee: «Así, con alas de imaginación, vuela nuestra veloz escena, con movimiento tan rápido como el pensamiento». Y siguen sendas oraciones precedidas por cada uno de los imperativos que citamos, desencadenados en catarata: *suponed, jugad con vuestra fantasía, y en ella observad, oíd, pensad, seguidla, seguidla, haced trabajar, haced trabajar vuestros pensamientos, seguid siendo benévolos y completad nuestra actuación con*

vuestra mente. Especial valor tiene, con todo, para la teorización del que yo llamo «realismo intencional», el último imperativo del prólogo al acto cuarto: *seguid sentados y ved, imaginando las cosas verdaderas por lo que sean sus caricaturas.*

Recuerdo también de los años ochenta un artículo de George Steiner [1979] publicado en *New Literary History* en el que el humanista, preocupado por el teoreticismo deconstrucciónista, concluye con una propuesta tan simple como la siguiente. No nos convienen ya más teorías, métodos o nuevas propuestas sobre la Literatura: «Lo que necesitamos son lugares: por ejemplo, una mesa con unas sillas alrededor donde podamos volver a aprender a leer, a leer juntos». En efecto, quizás el método inmediato y urgente que debe ser rescatado para la labor docente sea el de la lectura: aprender a leer literariamente otra vez. Porque paradójicamente esa competencia puede que se esté perdiendo, y existe la contradicción de que, en nuestras sociedades, si profundizamos un poco bajo el oropel de la epidermis nos encontramos con que la capacidad de comprensión de los textos complejos por parte de los ciudadanos que salen del sistema educativo es cada vez menor. Y la literatura dejará de existir, al menos con la plenitud que le es consustancial, en el momento en que no contemos con individuos capaces de saber leerla desde esa complejidad de los dos códigos que la obra literaria incorpora: el código lingüístico y, sobre él, el código especial de convenciones propiamente literarias.

Paul de Man [1982], uno de los deconstructivistas de Yale, publicaba asimismo entonces otro artículo de TLS en el que recordaba su experiencia del *close reading* en Harvard durante los años cincuenta. El «mero acto de leer» era capaz de transformar la actitud y competencia de los estudiantes en términos indeseables por quienes veían en la enseñanza de la literatura «un sustituto de la enseñanza de la teología, la ética, la psicología o la historia intelectual», de lo que deduce que aquella experiencia docente y la posterior consolidación de la teoría literaria en los currículos académicos eran procesos debidos a una raíz común: «una vuelta a la filología, a un examen de la estructura del lenguaje previa a la del significado que produce». Ideas como éstas nos hacen recordar el prólogo de Friedrich Nietzsche [1881] a sus reflexiones sobre los prejuicios morales tituladas *Aurora*. Allí incluye asimismo el filósofo alemán con un canto a la Filología, que compartía nuestro Alfonso Reyes [1942]: «Filólogo quiere decir maestro en la lectura atenta». Esta y no otra es la conclusión a la que quiera llegar en esta mi modesta contribución a *La lectura en España. Informe 2016*.

Referencias *

- BBC One, *The Virtual Revolution*, Reino Unido, 2010 <<http://www.bbc.co.uk/programmes/b00n4j0r>>
- INGARDEN, Roman, *La obra de arte literaria*, México: Taurus, 1998 (original, Das literarische Kunstwerk, Tubinga: Max Niemeyer, 1931).
- ISER, Wolfgang, *El acto de leer*, Madrid: Taurus, 1987.
- MAN, Paul de, «The Return to Philology», *Times Literary Supplement*, (1982), págs. 1355-1366.
- NIETZSCHE, Friedrich, *Aurora. Reflexiones sobre los prejuicios morales*, trad. Eduardo Knorr, Madrid: Edaf, 1996 (original, *Morgenröthe. Gedanken über die moralischen Vorurtheile*, 1881).
- NICHOLAS, David y otros, «Digital Information Consumers, Players and Purchasers: Information Seeking Behaviour in the New Digital Interactive Environment», en *Aslib Proceedings*, 55 (1/2) (2003).
- PRENSKY, Marc, «Digital Natives, Digital Immigrants», *On the Horizon*, MCB University Press, 9 (5) (2001). <<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>>. Versión española en <[http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)>
- REYES, Alfonso, *La experiencia literaria*, México D. F.: Fondo de Cultura Económica, 1983.
- RIFFATERRE, Michael, *La production du texte*, Paris: Les éditions du Seuil, 1979.
- STEINER, George, «“Critic”/“Reader”», *New Literary History*, 10 (3) (1979), págs. 423-452.

* Las páginas web se han de entender visitadas en septiembre del 2016.

PARTE I

La situación actual



La oferta editorial de libros

ANTONIO MARÍA ÁVILA

Introducción

Es bien sabido que el libro tiene una doble naturaleza, la de producto o bien como cualquier otro objeto que se produce o intercambia, pero es además soporte de contenido y creación. La doble naturaleza económica y cultural es lo que le hace tan peculiar.

Cuando hablamos de oferta de libros, con independencia de su valor económico, nos referimos casi exclusivamente a su componente cultural; a las ideas, sentimientos que transmiten y que constituye el acervo —siempre en evolución— idiosincrásico de una sociedad y colectividad.

La industria del libro es la industria cultural más antigua, pero un rasgo común a todas las industrias culturales y que las diferencia sustancialmente de otros sectores, es que se trata de industrias o sectores de oferta en las que la ampliación constante de la oferta, esto es, de nuevos aspectos intelectuales o espirituales, es un rasgo esencial, por eso el estudio de la oferta es característico y de una complejidad especial.

A mí me gusta señalar que uno de los rasgos culturales de la edición española es su pluralismo cultural, o en la bella expresión acuñada por un grupo de pequeños editores de Madrid, la bibliodiversidad, bibliodiversidad que, a mi juicio, debería ser uno de los objetivos tanto de cualquier editor individualmente como del sector editorial en conjunto.

¿Cuál es la realidad española?

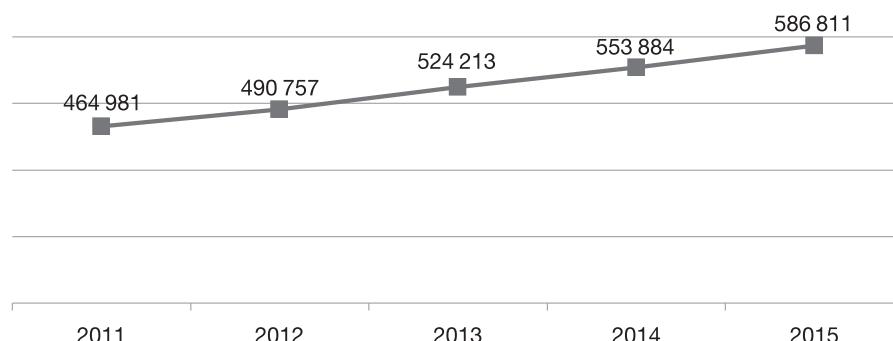
Tradicionalmente, para estudiar la oferta editorial hemos dispuesto de dos fuentes, la Agencia del ISBN y el estudio del *Comercio interior del libro en España*. Esas dos fuentes de información siguen siendo básicamente las esenciales, aunque no cubren el cien por cien de la oferta (la Agencia del ISBN no contabiliza los libros no venales y algunos autores-editores no solicitan el ISBN, pero todos esos elementos representan cantidades marginales) y en el estudio del *Comercio interior del libro en España* no se incluyen los libros que, aun editándose, por las razones que sean no entran en el mercado (por ejemplo ediciones simbólicas de numerosas tesis doctorales).

Esas fuentes son las que seguiremos usando, pero matizadas con el uso de DILVE, el distribuidor de información de libros en venta en español, que es un repositorio colectivo sobre metadatos de los libros en venta y en donde se pueden examinar y ver tanto los libros vivos como los descatalogados. DILVE, en este sentido, es un notable instrumento de trabajo como ya se ha verificado por los investigadores, fuente principal para diseñar los *rankings* y sellos de calidad de ediciones científicotécnicas.

Títulos vivos

Así, si seguimos el estudio del *Comercio interior del libro* correspondiente al ejercicio del 2015, comprobamos que los títulos vivos en catálogo son 586 811, que se corresponden con los títulos que se ofrecen en el mercado y se pueden encontrar; para tener una referencia comparativa desde su creación en 1972, la Agencia del ISBN en España ha concedido y catalogado 2 320 208 títulos (Gráfico 1, en el Apéndice web), nos parece interesante conocer sus cifras por año (Gráfico 2).

GRÁFICO 2.—Títulos vivos en catálogo 2011-2015



Fuente: *Comercio interior del libro 2015*

Los títulos vivos en catálogo no dejan de crecer, aquí se muestran los últimos cinco años y los porcentajes de crecimiento anuales, que escalan, entre el 5,5 % y el 6 % (Tabla 1, en la página siguiente).

Esta cifra además se puede ver por materias: llama la atención —y muestra la fragmentación del sistema educativo español— la asombrosa cifra de 83 327 libros de texto no universitarios, un espectacular 14,2 % del total de las materias, solo superado por la literatura y las ciencias sociales, un 21,5 % y un

ANTONIO MARÍA ÁVILA

TABLA 1.—Títulos vivos en catálogo 2011-2015

Variación interanual	5,7	5,5	6,8	5,7	5,9
Variación respecto a 2011	100,0	105,5	112,7	119,1	126,2

Fuente: *Comercio interior del libro 2015*

24,6 % respectivamente (sobre todo predominan en las ciencias sociales muchos libros académicos relacionados con la enseñanza universitaria) (Tabla 2, en la página siguiente).

Hacíamos con anterioridad referencia a la expresión «bibliodiversidad», acuñada y defendida por pequeñas editoriales, pues bien, el 51,6 % de los títulos vivos (unos 304 744 títulos) lo mantienen las pequeñas editoriales; las editoriales medianas suponen el 26,3 % del total del catálogo y las grandes y muy grandes el 22,1 % restante. Prácticamente una situación inversa a la que se produce en la facturación. En DILVE, a fecha de 30 de junio del 2016, hay 626 178 libros vivos existentes, cifra que no coincide exactamente con los títulos vivos del estudio del *Comercio interior del libro*, pero por ejemplo en DILVE nunca se han incluido los fascículos, que sí se incluyen en dicho estudio.

Quiero subrayar, porque revela un esfuerzo de oferta importante, que el libro comercializado en formato electrónico alcanza en el 2015 los 170 726 títulos con una fuerte presencia de los dedicados a los profesionales y a la educación.

Oferta editorial 2015

General

Según el estudio del *Comercio interior del libro* (2015), se editan 80 181 títulos en España, un 21 % más que en el 2014, y la Agencia del ISBN, eliminando autor-editor y contabilizados los colecionables con un solo ISBN y otros ajustes técnicos, tramita 73 233 (necesariamente no hay una relación directa entre los ISBN concedidos y su entrada en el mercado. El estudio del *Comercio interior del libro* mide la entrada real en el mercado y los ISBN se conceden con anterioridad).

LA OFERTA EDITORIAL DE LIBROS

TABLA 2.—Títulos vivos en catálogo (por materias), 2013-2015

	2013		2014		2015		Variación 2015/2014	Diferencia* 2015-2014
	Nº títulos	%	Nº títulos	%	Nº títulos	%		
Total	524 213	100,0	553 884	100,0	586 811	100,0	5,9	
Literatura	118 043	22,5	119 716	21,6	126 164	21,5	5,4	-0,1
Novela	86 613	16,5	87 301	15,8	92 129	15,7	5,5	-0,1
Clásica	14 360	2,7	14 245	2,6	16 032	2,7	12,5	0,2
Contemporánea	47 920	9,1	52 793	9,5	52 713	9,0	-0,2	-0,5
Policíaca, de espionaje	8 055	1,5	7 275	1,3	8 177	1,4	12,4	0,1
Romántica	4 602	0,9	3 566	0,6	4 263	0,7	19,5	0,1
Ciencia-ficción, terror	7 153	1,4	4 846	0,9	6 114	1,0	26,2	0,2
Erótica	721	0,1	575	0,1	607	0,1	5,6	0,0
De humor	1 098	0,2	1 339	0,2	1 413	0,2	5,5	0,0
Otras	2 704	0,5	2 662	0,5	2 811	0,5	5,6	0,0
Poesía, teatro	12 156	2,3	12 536	2,3	12 323	2,1	-1,7	-0,2
Otros literatura	19 274	3,7	19 879	3,6	21 712	3,7	9,2	0,1
Infantil y juvenil	65 174	12,4	68 835	12,4	73 351	12,5	6,6	0,1
Texto no universitario	62 979	12,0	79 290	14,3	83 327	14,2	5,1	-0,1
<i>Educación Infantil</i>	9 780	1,9	11 528	2,1	13 497	2,3	17,1	0,2
<i>Educación Primaria</i>	19 627	3,7	24 473	4,4	25 233	4,3	3,1	-0,1
<i>ESO</i>	13 820	2,6	17 197	3,1	17 604	3,0	2,4	-0,1
<i>Bachillerato</i>	4 031	0,8	5 919	1,1	5 868	1,0	-0,9	-0,1
<i>FP</i>	2 257	0,4	4 175	0,8	5 281	0,9	26,5	0,1
<i>Libros y materiales complem.</i>	13 465	2,6	15 998	2,9	15 844	2,7	-1,0	-0,2
Científico-técnico y universitario	50 640	9,7	45 679	8,2	49 292	8,4	7,9	0,2
Total Cienc. sociales y Humanid.	117 431	22,4	137 339	24,8	144 356	24,6	5,1	-0,2
<i>Cienc. sociales/Humanidades</i>	71 581	13,7	75 245	13,6	79 220	13,5	5,3	-0,1
<i>Derecho y Cienc. económicas</i>	24 129	4,6	36 139	6,5	37 556	6,4	3,9	-0,1
<i>Religión</i>	21 721	4,1	25 955	4,7	27 580	4,7	6,3	0,0
Libros prácticos	33 375	6,4	34 977	6,3	36 382	6,2	4,0	-0,1
Divulgación general	39 742	7,6	38 669	7,0	41 664	7,1	7,7	0,1
Diccionarios y encyclopedias	8 287	1,6	6 172	1,1	7 629	1,3	23,6	0,2
Cómics	12 663	2,4	12 926	2,3	12 910	2,2	-0,1	-0,1
Otros	15 878	3,0	10 281	1,9	11 736	2,0	14,2	0,1

* Diferencia en puntos porcentuales.

Fuente: *Comercio interior del libro 2015*

Según el citado estudio, por materias, los libros editados se distribuyeron de la siguiente manera (Tabla 3, en la página siguiente).

ANTONIO MARÍA ÁVILA

TABLA 3.—Títulos editados 2013-2015 (por materias)

	2013		2014		2015		Variación interanual 2015/2014
	N.º títulos	%	N.º títulos	%	N.º títulos	%	
Total	76 434	100	78 508	100	80 181	100	2,1
Literatura	13 071	17,1	13 635	17,4	14 344	17,9	5,2
<i>Novela</i>	9 773	12,8	10 022	12,8	10 917	13,6	8,9
Clásica	1 714	2,2	1 847	2,4	1 864	2,3	0,9
Contemporánea	4 841	6,3	4 956	6,3	5 366	6,7	8,3
Policiaca, de espionaje	960	1,3	997	1,3	1 069	1,3	7,2
Romántica	1 236	1,6	1 231	1,6	1 694	2,1	37,6
Ciencia-ficción, terror	446	0,6	477	0,6	443	0,6	-7,3
Erótica	107	0,1	46	0,1	81	0,1	75,5
De humor	103	0,1	106	0,1	139	0,2	31,3
Otras	366	0,5	362	0,5	261	0,3	-27,8
<i>Poesía, teatro</i>	812	1,1	925	1,2	921	1,1	-0,4
<i>Otros literatura</i>	2 486	3,3	2 688	3,4	2 505	3,1	-6,8
Infantil y juvenil	13 899	18,2	13 555	17,3	12 705	15,8	-6,3
Texto no universitario	15 529	20,3	16 563	21,1	18 109	22,6	9,3
<i>Educación Infantil</i>	3 081	4,0	3 091	3,9	2 743	3,4	-11,3
<i>Educación Primaria</i>	5 249	6,9	5 991	7,6	7 237	9,0	20,8
<i>ESO</i>	3 335	4,4	3 581	4,6	4 581	5,7	27,9
<i>Bachillerato</i>	667	0,9	637	0,8	789	1,0	23,8
<i>FP</i>	313	0,4	321	0,4	251	0,3	-21,8
<i>Libros y materiales complementarios</i>	2 884	3,8	2 942	3,7	2 509	3,1	-14,7
Científico-técnico y universitario	4 820	6,3	5 420	6,9	4 877	6,1	-10,0
Total Ciencias sociales y Humanidades	13 116	17,2	13 802	17,6	15 181	18,9	10,0
<i>Ciencias sociales y Humanidades</i>	7 388	9,7	7 613	9,7	8 917	11,1	17,1
<i>Derecho y Ciencias económicas</i>	3 472	4,5	3 795	4,8	3 286	4,1	-13,4
<i>Religión</i>	2 256	3,0	2 395	3,1	2 978	3,7	24,4
Libros prácticos	5 234	6,8	5 482	7,0	4 958	6,2	-9,6
Divulgación general	4 954	6,5	4 604	5,9	5 364	6,7	16,5
Diccionarios y enciclopedias	652	0,9	489	0,6	420	0,5	-14,2
Cómics	2 448	3,2	2 551	3,2	2 772	3,5	8,7
Otros	2 711	4,3	2 407	3,1	1 450	1,8	-39,7

Fuente: *Comercio interior del libro 2015*

Nos vuelve a llamar la atención el alto número de libros de texto, 18 109, un 22,6 %, muy superior a cualquier otro subgrupo de materias y que con anterioridad explicamos. La literatura aporta 14 344 títulos; infantil y juvenil, otros 12 705, y ciencias sociales y humanidades, 15 181 (un 15,9 %).

LA OFERTA EDITORIAL DE LIBROS

Pero, en el análisis de este año hemos querido profundizar más y hemos pedido al sistema DILVE-ISBN que nos dé el conjunto de títulos, excluidos: autor-editor, libros de texto, fascículos, obras en varios volúmenes, libros no comerciales, y además, contabilizados una única vez, títulos que se repiten según su formato o forma de comercialización (bolsillo, club, promociones de periódicos). En definitiva, la oferta cultural pura, y el resultado es que en el año 2015 aparecen 38 063 títulos, cuya distribución con la categoría de materias IBIC es la siguiente (Tabla 4).

TABLA 4.—Oferta con ajuste y sin repetición de títulos

Categorías IBIC 2015	Suma de número de libros
A. Artes	2 082
B. Biografías	1 006
C. Lenguas	493
D. Literatura y estudios literarios	3 384
E. Enseñanza de inglés	94
F. Ficción	7 300
G. Consulta y referencia	293
H. Humanidades	3 045
J. Ciencias sociales	3 109
K. Economía	1 578
L. Derecho	1 938
M. Medicina y enfermería	3 292
P. Matemáticas y ciencias	549
R. Ciencias de la tierra y medioambiente	667
T. Tecnología e ingeniería	763
U. Informática	405
V. Salud y desarrollo personal	1 171
W. Deporte y ocio	1 675
Y. Infantil y juvenil	5 640
Total general	38 484

Fuente: Elaboración propia

Una aclaración sobre el IBIC:

IBIC (International Book Industry Categories) es un sistema internacional de clasificación de materias, estándar y con orientación comercial.

El sistema IBIC se basa en unos 2 600 códigos de materias, agrupados jerárquicamente en 18 categorías (artes, lengua, literatura y estudios literarios, ficción y temas afines, derechos, medicina...). Del mismo modo, propone 900 códigos denominados «calificadores» para indicar, si se desea, la localización geográfica, las lenguas de la obra, los períodos históricos, los fines didácticos y la edad de interés [DILVE s. a.].

Pues bien, como vemos, eliminando los títulos repetidos según sus canales de comercialización y otros ajustes, sigue existiendo una notable oferta cultural (no hay que olvidar que cada título es el equivalente de un prototipo) y, por tanto, podemos afirmar que la oferta editorial española es y sigue siendo rica y, por tanto, la bibliodiversidad está asegurada.

Debe quedar claro que la simplificación de títulos que estamos haciendo, obvia para intentar determinar la oferta pura y dura, supone minusvalorar que la repetición de títulos, por ejemplo, libros de clubs de lectura, libros de bolsillo, etc., que repiten títulos, es también una manera de ampliar la oferta, desde una perspectiva no tanto cultural como económica, para acercarse a mayor número de lectores.

Traducción de lenguas

1. Extranjeros

Las traducciones representan el 16,2 % del total de los ISBN concedidos y, eliminadas ya las traducciones entre lenguas cooficiales, son 10 659 y se distribuyen entre los siguientes idiomas (Tabla 5):

TABLA 5.—Lenguas de procedencia de las traducciones de libros españoles (2015)

Inglés	6 646
Francés	1 398
Alemán	685
Italiano	627

Fuente: Elaboración propia

Ello significa una notable apertura cultural de la edición española comparable a la alemana y muy superior a la anglosajona. En definitiva, la existencia (y eso es positivo) de su bajo grado de etnocentricidad y narcisismo.

2. Oferta en lenguas cooficiales

Por lenguas oficiales y usando la *Panorámica...* [2015] de la edición vemos la distribución por lenguas oficiales de España (Tabla 6).

TABLA 6.—Porcentaje de edición en las lenguas cooficiales españolas (2015)

Castellano	84,7 %
Catalán	10 %
Valenciano	1,7 %
Gallego	1,9 %
Vasco	1,7 %

Fuente: Elaboración propia

Con esta cifra queda demostrado que, además de culturalmente plural, la edición española es plurilingüística: se realiza un importante esfuerzo para editar en los restantes idiomas cooficiales a pesar de que algunos de ellos son demográficamente restringidos y encarecen los costes de producción; a mi juicio, sin una fuerte edición en castellano es muy difícil el mantenimiento de la edición en estos otros idiomas.

Aquí nos volvemos a encontrar con la peculiaridad de los libros de texto. Aproximadamente un 50 % de la facturación (varía por comunidades autónomas) en esos idiomas es de libros de texto que, a su vez, son un componente notable de los títulos editados.

En el Mapa 1 (en el Apéndice web) figuran el número de agentes editoriales por provincias y en el Mapa 2 (en el Apéndice web), los ISBN concedidos por provincias; en ellos se ve claramente que hay actividad editorial en todo el territorio nacional, aunque es casi numéricamente irrelevante en muchas provincias. La mayor concentración de editoriales y de ISBN concedidos se encuentra en Madrid y en Barcelona, siendo el número de estos últimos de 26 842 y 17 224 respectivamente.

Conclusión

De los datos aportados, como en los anteriores informes, se deduce claramente que, desde el punto de vista de la oferta cultural, al menos cuantitativamente, la edición española se sigue caracterizando por un fuerte pluralismo cultural y una rica bibliodiversidad, ya lo analicemos por los ISBN concedidos anualmente o por los títulos vivos; en esa rica diversidad se incluye además un pluralismo lingüístico que atiende a todos los idiomas cooficiales.

Pero la bibliodiversidad es fuerte desde la perspectiva de los oferentes: hemos visto que más del 51 % de esa oferta de títulos vivos tiene su origen en centenares de pequeñas editoriales con intereses y filosofías muy diversas.

Por otro lado, su apertura a otras culturas, como se puede ver por el nivel de traducciones, se mantiene como en ediciones anteriores. Y, aunque hay una fuerte concentración geográfica en Madrid y Barcelona, aparecen editores en casi cualquier punto de España.

Quizá, y ello se debe a razones puramente administrativas y políticas y, para qué engañarnos, a la incompetencia política, solo hay un hecho peculiar: la sobreedición de libros de texto para la enseñanza obligatoria en la que el principio de libre circulación no existe.

Referencias*

- AGENCIA DEL ISBN, <<http://www.agenciaisbn.es>>
DISTRIBUIDOR DE INFORMACIÓN DEL LIBRO ESPAÑOL EN VENTA (DILVE), «IBIC. ¿Qué es?», (s. a.) <https://www.dilve.es/dilve/dilveweb/dilve_IBIC.jsp>
FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA, *Comercio interior del libro en España, 2015* <http://federacioneditores.org/img/documentos/Comercio_Interior_15.pdf>
OBSERVATORIO DE LA LECTURA Y EL LIBRO, *Panorámica de la edición española de libros 2015*, Madrid: Ministerio de Educacion, Cultura y Deporte, 2015
<https://sede.educacion.gob.es/publiventa/descarga.action?f_codigo_agc=15160C>

* Las páginas web se han de entender visitadas en septiembre del 2016.



Los puntos de venta de libros y publicaciones periódicas

JOSÉ MANUEL ANTA

Introducción

La situación actual de los puntos de venta que comercializan productos editoriales, ya sean librerías, quioscos u otras tipologías, así como el futuro de estos espacios físicos de venta (a los que en Estados Unidos se denomina como *brick and mortar*) se ha convertido en una línea de debate internacional, habida cuenta de la particularidad del tipo de productos que principalmente se comercializan en los mismos, ya sean libros, diarios o revistas, y fundamentalmente porque en los mismos se conjugan el carácter mercantil del bien con una serie de valores específicos como son la cultura, la educación, la información o el ocio.

Tanto desde la perspectiva de los poderes públicos como desde el propio sector profesional, o en muchos casos en el propio debate ciudadano, cuestiones como el futuro de la librería o la paulatina desaparición de quioscos en los que comprar el periódico habitual, son cuestiones que se analizan, generan opinión y provocan la puesta en marcha de proyectos y acciones al respecto en la práctica totalidad de los países de nuestro entorno.

Así pues, analizaremos en este capítulo la situación específica de los puntos de venta de libros y publicaciones periódicas en España, y de forma especial, el caso de las librerías y los quioscos, como principales canales especializados y profesionales en la venta de estos productos.

Asimismo, se expondrán las distintas medidas de apoyo para el sostenimiento de este canal de comercialización, tanto públicas como privadas, y finalmente abordaremos cuál puede ser el futuro próximo de la comercialización de los productos editoriales, habida cuenta de los acelerados cambios que se están produciendo en las tipologías de productos y servicios comercializados, la forma de crear, editar y producir, la multiplicación y variedad de los diferentes agentes que los crean, y cómo los consumidores/lectores acceden a los mismos.

A este respecto, es imposible obviar el hecho de que el universo digital está provocando un cambio acelerado en los procesos que configuran la edición y comercialización de libros y publicaciones periódicas, lo cual implica una serie de retos y desafíos, ante los cuales el sector en su conjunto, pero de forma muy especial el canal de comercialización, deben responder, tratando asimismo de aprovechar las oportunidades que se generen, y que en la mayoría de los casos surgirán fruto de la colaboración. Este punto se analizará también en la parte final del capítulo.

Situación del sector de las librerías en España

El dato oficial respecto al número de librerías que actualmente existen en España es el que nos brinda el Mapa de Librerías, informe realizado por la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL) en colaboración con el Ministerio de Educación Cultura y Deporte, y cuyos últimos datos corresponden al año 2014. (Ver Mapa 1, en el Apéndice web).

A partir de las cifras facilitadas por el INE, se estima que en España había, en el año 2013 5887 librerías (establecimientos) de las cuales el Mapa de Librerías 2014 ha podido identificar como tales 3650. Esta última cifra parece una referencia adecuada para cuantificar el número de establecimientos cuya principal actividad es la venta de libros en España.

Pero quizás es más importante analizar cuál está siendo la evolución del número de librerías en los últimos años. Si comparamos los últimos datos disponibles, correspondientes a 2012 y 2013, observamos como en el 2012 el número de librerías identificadas era de 4 336, pasando en el 2013 a las 3 650 antes aludidas. (Tabla 1).

TABLA 1.—Evolución del número de librerías en España (2008-2016)

	Año					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Encuesta Anual de Comercio (INE)						
Número de librerías (establecimientos)	7 074	6 611	5 937	5 898	5 887	5 864
Número de librerías (empresas)	6 543	5 995	5 468	5 441	5 374	5 328
Mapa de Librerías						
Número de librerías (establecimientos)					4 336	3 650

Fuente: *Mapa de librerías* (2014)

Más allá del mero dato, parece claro que en los últimos años estamos observando una disminución progresiva del número de puntos de venta cuya principal actividad es la comercialización de libros.

Así pues, se reduce el espacio físico dedicado a esta actividad, lo que supone una muy mala noticia, por supuesto en primer lugar para el propio sector de la librería, pero también para editores y distribuidores, en la medida en que se reducen las posibilidades de acceso, para el lector y potencial comprador, a toda la oferta disponible de libros que puede conocer a través de las librerías como espacios para el descubrimiento, tanto de los nuevos títulos como del fondo editorial.

Este descenso en el número de librerías tiene una repercusión directa en el sostenimiento de la cadena del libro en su conjunto, así como en el mantenimiento de las redes culturales y sociales de carácter local y zonal, de las que la librería es un eje fundamental.

Volviendo al *Mapa de Librerías*, el universo de las librerías independientes se compone, mayoritariamente, de pequeñas librerías, las cuales además son las que cuentan con estructuras financieras más frágiles lo que las hace más vulnerables a los vaivenes del mercado.

Sólo hay 159 librerías en España (5,7 % del total) que vendan más de 600 000 euros anuales y de éstas, 29 (1,0 %) que vendan más de 1 500 000 euros.

La mayoría de las librerías españolas son generalistas: el 35,4 % son generales de proximidad (con menos de 3000 títulos de fondo) y el 27,9 % son generales de fondo (con más de 3000 títulos de fondo). Las librerías especializadas (más del 60 % de las ventas de 1 a 3 materias) son el 27,6 % del conjunto y las generales con especialización (entre el 30 % y el 60 % de las ventas de 1 a 3 materias) son el 9,2 %.

El 28,2 % de las librerías independientes pertenecen a una red local de librerías, el 9 % pertenecen a pequeñas cadenas y el 7 % tienen otro tipo de relaciones. La mayoría (el 55,8 %) de las librerías no está vinculada a otras librerías.

Las actividades más recurrentes realizadas por las librerías con el fin de dinamizar la lectura son las presentaciones de libros (38,7 %). Con porcentajes menores también se realizan cuentacuentos (22,8 %), conferencias (18,5 %), animación de la lectura (15,7 %) y publicación de catálogos (8,7 %), así como un sinfín de actividades que van desde la participación en las ferias de libros a la representación de obras teatrales, pasando por talleres, firmas de libros, organización de exposiciones, etc.

El libro representa el 72,4 % de las ventas en la librería. En general, cuanto mayor es la librería más importancia tiene la venta de libros. A modo de muestra podemos mencionar que en las librerías con ventas anuales de entre 600 000 y 1 500 000 euros, las ventas de libros alcanzan el 85,5 %, mientras que este porcentaje se reduce al 64,5 % en las librerías que venden menos de 30 000 euros anuales en libros.

LOS PUNTOS DE VENTA DE LIBROS Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS

Sirvan como última referencia en relación con la bajada de actividad del sector del libro en su conjunto, pero de forma específica en el caso de las librerías, los resultados del estudio del *Comercio interior del libro 2014*, que anualmente realiza la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), y en cuyo apartado dedicado a los canales de comercialización se aportaban los siguientes datos comparativos entre los años 2010 y 2014:

La caída en el volumen de facturación de las librerías independientes fue del 25,4 %, pasando de 1 001,8 millones de euros en el 2010 a 746,9 en el 2014.

Por su parte, las cadenas de librerías (La Casa del Libro, El Corte Inglés, FNAC...) pasaron de facturar por la venta de libros 460,4 millones de euros en el 2010 a 370,9 en el 2014 (un 19,4 % menos). Más acusada incluso ha sido la reducción de facturación por venta de libros para hipermercados (-33,4 %) o quioscos (-44,6 %) en los últimos cinco años, si bien, como comentábamos antes, la librería independiente es quizás el punto de venta que cuenta con una estructura financiera más frágil y que, por tanto, más ha sufrido durante los años de crisis de consumo ante la caída de las ventas y de la facturación general para todo el sector del libro en España.

Finalmente, para aportar una perspectiva de carácter más cualitativo respecto a la opinión de los compradores de libros sobre las librerías en general, es interesante revisar las conclusiones principales del informe elaborado por el Laboratorio de Ideas sobre el Libro a finales del 2014, el cual se basaba en una encuesta entre usuarios y clientes de librerías con el fin de recabar la opinión que tenían sobre el funcionamiento y los servicios ofertados por las librerías españolas, identificando los hábitos del usuario de librerías como fórmula para conocer sus expectativas con respecto a los puntos de venta de libros que visitan.

Los principales datos del informe aluden a aspectos como:

El 72 % de los consultados acude al menos una vez al mes a la librería. Dentro de este porcentaje se contabiliza un 17 % que acude al menos una vez por semana. Un 33 % invierte más de 50 euros mensuales en libros. Un 44 % compra libros en papel a través de Internet.

Los visitantes habituales de la librería coinciden en que acuden a ella fundamentalmente en busca de libros y atraídos principalmente por la posibilidad de verlos físicamente. Otras respuestas aportadas ante esta pregunta fueron la variedad, amplitud y profundidad del stock, incluyendo literatura en otros idiomas, librerías ordenadas, librerías que se diferencien por su producto, libreros que sepan seleccionar los libros y exponerlos, librerías actuales, cuidadas estéticamente y con buenos escaparates capaces de transmitir al cliente lo que se puede encontrar.

trar en ellas, libros principalmente en papel, aunque con espacio para los digitales, librerías con personalidad, coherentes en su identidad, con una buena selección de libros y que no se dejen llevar por modas o vairenes editoriales...

Como se puede ver, se trata de un estudio que marca unas líneas muy interesantes para profundizar en el análisis de los hábitos y tendencias de compra en librerías, cuestión que actualmente parece crucial en lo que respecta a la reflexión sobre el futuro de la librería como espacio físico, y como referente cultural y social de una comunidad.

Situación de los puntos de venta de publicaciones periódicas en España

En relación a los puntos de venta que en España comercializan publicaciones periódicas (diarios, revistas, colecciónables...) el dato más completo y actualizado es el correspondiente al informe que anualmente realiza la Asociación Nacional de Distribuidores de Publicaciones (ANDP) para FANDE, en el cual se observa que a inicios del 2016 el número de puntos de venta de publicaciones era de 22 367.

Al igual que en el caso de las librerías, a lo largo de los últimos años se ha producido una importante reducción en el número de este tipo de puntos de venta. Así, en el primer año de realización de este estudio (2010), el número de puntos de venta era de 26 089, lo que supone una bajada del 14,2 % en los últimos seis años (Gráfico 1, en la página siguiente). Si bien, si echamos la vista más atrás, y nos remontamos al año 2005, el número de puntos de venta de publicaciones rondaba los 30 000, lo que da una imagen clara de la importante reducción en los últimos años.

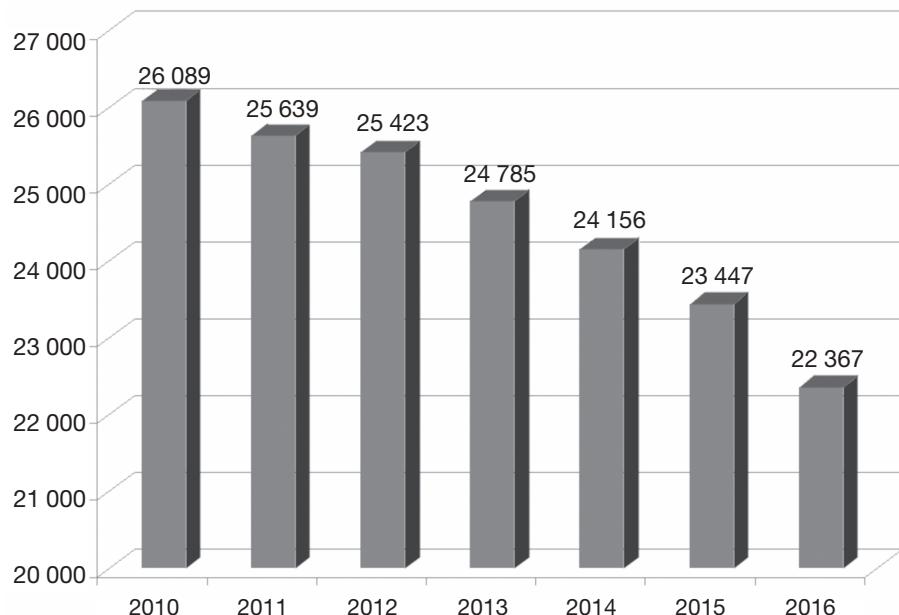
Merece la pena también detenerse en los diferentes tipos de puntos de venta existentes, y el número de cada uno de ellos. Estos tipos, consensuados por el sector de la comercialización de publicaciones periódicas gracias al trabajo de las Asociaciones de Distribuidores Nacionales (UDNE) y Locales (ANDP), han permitido contar con una imagen muy ajustada y actualizada sobre su evolución (Gráfico 2, en la página siguiente).

Entrando en el detalle concreto, y referido a los datos del 2016, la tipología de quiosco/local de prensa incluye 7 230 puntos de venta, lo que representa el 32,3 % del total, si bien en facturación para el sector supone un 38 %.

La segunda tipología con más puntos de venta sería la de locales de proximidad (tiendas de conveniencia, bazares y similares, donde la venta de

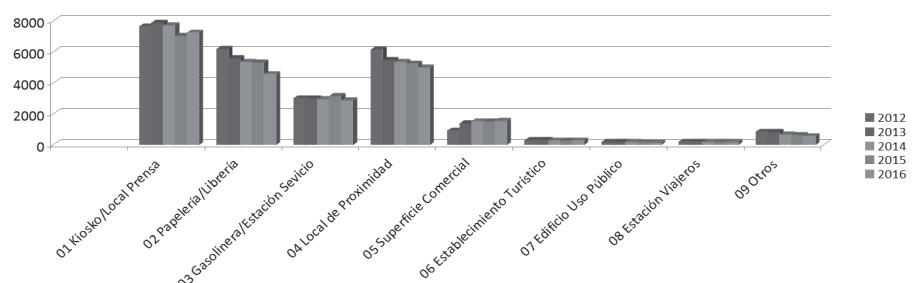
LOS PUNTOS DE VENTA DE LIBROS Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS

GRÁFICO 1.—Evolución del número de puntos de venta de prensa (2010-2016)



Fuente: *Mapa de librerías* (2014)

GRÁFICO 2.—Evolución del número de puntos de venta por tipologías (2012-2016)



Fuente: *Mapa de librerías* (2014)

publicaciones no es la actividad principal) con un total de 4 985 puntos de venta que comercializan diarios y revistas, lo que supone un 22,2 % del total y un 20,2 % de la facturación.

Le sigue la categoría de papelería/librería, con un total de 4 565 puntos que venden publicaciones (20,4 % del total y 24,7 % de la facturación).

Otras categorías de las nueve normalizadas, ya con menor número de puntos de venta serían la de las gasolineras (2 856 puntos de venta, que representan el 17,7 % del total y el 5,5 % en facturación) o la de las superficies comerciales/supermercados (1 536 puntos de venta, que suponen el 6,8 % del total y el 4,5 % en lo que se refiere a facturación).

Tras este repaso general sobre el número de puntos de venta de publicaciones periódicas en España, y entrando en aspectos más cualitativos sobre su situación y evolución, es necesario mencionar que el mercado editorial de publicaciones en España ha vivido grandes cambios en los últimos años.

El sistema de distribución de publicaciones durante muchos años ha permitido poner los diarios y revistas a disposición de sus compradores a través de una extensa red de puntos de venta, en su mayoría especializados. Dicha red poseía una extraordinaria capilaridad que facilitaba el acceso al producto en cualquier lugar de España. El producto llegaba a dicha red a través de una cadena de distribución que, partiendo del editor, utilizaba un distribuidor nacional, y éste, una red de distribuidores regionales o locales. La competencia en todos los elementos de la cadena ha permitido un alto grado de eficacia, en comparación con los países de nuestro entorno.

En los últimos años varios factores han venido a modificar el equilibrio existente en dicho mercado, tanto en la variedad de la oferta (promociones, atípicos, colecciones...) como en la llegada de productos sustitutivos (impacto de la prensa gratuita o de la prensa en Internet) o que compiten como nuevas formas de comunicación y ocio (telefonía móvil, redes sociales...). Estas modificaciones, unidas a la crisis económica general y a la consiguiente bajada en los niveles de consumo, han afectado de forma muy importante a todo el canal, debido tanto a una disminución relativa de las ventas como a un incremento de los costes.

Debido, entre otros factores, a esta modificación del mercado, el punto de venta tradicional ha resultado muy dañado. Como hemos visto anteriormente, en los últimos años el número de puntos de venta ha disminuido alrededor del 25 %, pasando de aproximadamente 30 000 hace 10 años a 22 300 actualmente. Asimismo, hay que tener en cuenta que las ventas de diarios, revistas y colecionables de un punto de venta que desaparece, no se recuperan más allá del 50-70 % por parte de los puntos de venta colindantes, siendo fundamental para la venta de este tipo de productos el contar con medios de exposición y visibilización de los productos con vistas al potencial comprador.

En paralelo a esta reducción del número de puntos de venta se está produciendo un cambio en su tipología. Muchos puntos de venta especializados en publicaciones, que realizan una importante labor de prescripción y de colabora-

ción en la venta por impulso y que cuentan con una gama completa de diarios y de publicaciones a la venta (entre 700 y 1 000 títulos), están siendo sustituidos por otros en los que la comercialización del producto editorial es una actividad marginal (gasolineras, tiendas de conveniencia, supermercados, etc.), que dedican menos espacio a las publicaciones y que, en muchos casos, desconocen las características de las mismas o de sus promociones. Muchos de estos no aceptan más de 80-150 publicaciones diferentes, lo que supone un grave perjuicio para la bibliodiversidad editorial.

Considerando esta situación, AEDE, ARI, ANDP y UDNE, como Asociaciones representativas de los editores de diarios, editores de revistas, distribuidores locales y distribuidores nacionales, respectivamente, consideraron prioritario establecer un marco de apoyo a la red de puntos de venta (Plan de apoyo a la Red de Puntos de Venta), sobre el cual trataremos más adelante, centrado particularmente en los especializados en la comercialización de publicaciones periódicas (quioscos y locales de prensa), habida cuenta de la grave situación que están atravesando, con una reducción continuada de su número en los últimos años, y de su consideración como canal principal de comercialización para las publicaciones de las empresas editoriales, cuyo mantenimiento supone una garantía de futuro para todo el sector en su conjunto.

Medidas de apoyo al canal de comercialización

Como ya aludimos en la introducción del capítulo, tanto desde los poderes públicos como desde el propio sector profesional, cuestiones como el futuro de la librería o la paulatina desaparición de quioscos han generado una serie de proyectos e iniciativas centrados en las posibles medidas de apoyo para el sostenimiento de este canal de comercialización.

En lo que refiere al sector de la librería, la iniciativa más reciente (comenzó su puesta en marcha a finales del 2015), y más ambiciosa en sus planteamientos, es la referida al Sello de Librerías de Calidad, proyecto desarrollado de forma conjunta por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y la Asociación de Cámaras del Libro de España.

Se trata de una iniciativa que pretende contribuir a reactivar el canal minorista librero y dotarlo de proyección profesional para dar respuesta a las exigencias de calidad y referencia cultural que demanda la sociedad.

A este respecto, la finalidad del sello es la de identificar aquellas librerías que cumplen con unos rigurosos estándares de calidad y ofrecen una amplia

oferta cultural. En concreto se trata de cumplir una serie de requisitos mínimos relacionados con aspectos como la actividad de la librería, la gestión, las instalaciones, el personal, las actividades culturales y la calidad en el servicio.

En lo que respecta a los objetivos del mismo, estos se centran en consolidar las librerías como espacios de encuentro, reflexión y discusión para las comunidades en las que se ubican, convirtiéndolas en espacios culturales y sociales. Asimismo, intentan fomentar la diversidad del patrimonio bibliográfico mediante la protección de una red de librerías que ofrezca tanto los libros de rápida rotación, como los de fondo, y establecer un mecanismo que permita mejorar la situación económica de las librerías y estimularlas para que sigan progresando en la atención al cliente y ampliando su oferta cultural.

La idea que alumbría este proyecto es la de fomentar la posible colaboración de las librerías a las que se otorgue el Sello de Calidad con las Administraciones Públicas en el despliegue de las políticas y actividades culturales, propiciando además medidas económicas de apoyo a estas librerías a través de posibles exenciones fiscales, y compras o ayudas públicas, que son competencia de las diferentes administraciones públicas (estatal, autonómica y local).

Finalmente, el propio proceso de concesión del Sello de Calidad supone para la librería consolidar una imagen de marca de referencia como un espacio cultural que garantiza a sus clientes el cumplimiento de unos estándares de calidad objetivos.

Actualmente son ya 28 librerías españolas las que han recibido este reconocimiento, al cumplir con las auditorias de calidad que establece el proyecto.

En lo que se refiere al canal de comercialización de publicaciones periódicas, y por hablar en este caso de una iniciativa que surge desde el sector profesional, en mayo del 2014 las asociaciones AEDE, ARI, ANDP y UDNE, representativas de los editores de diarios, editores de revistas, distribuidores locales y distribuidores nacionales, respectivamente, destacaron la importancia de establecer un marco de apoyo a la red de Puntos de Venta, y particularmente a los puntos de venta especialistas en la comercialización de publicaciones periódicas, tal y como ha sucedido en varios países de nuestro entorno.

Los retos a los que se enfrenta actualmente este sector obligan a fortalecer las organizaciones asociativas y a crear estructuras más amplias con un carácter sectorial conjunto, como forma de mantener una interlocución desde una posición más destacada con las distintas organizaciones, tanto públicas como privadas, con el objetivo del mantenimiento y mejora del sector de la edición y comercialización de publicaciones periódicas en nuestro país.

LOS PUNTOS DE VENTA DE LIBROS Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS

Las cuatro asociaciones acordaron la constitución del Foro de la Edición y Comercialización de Publicaciones Periódicas, como órgano sectorial de análisis, debate y tratamiento de los problemas y retos conjuntos que afectan al sector, y como plataforma para la presentación de propuestas y medidas de apoyo para el desarrollo del mismo.

Asimismo, se desarrolló desde el sector un Plan de Apoyo a la Red de Puntos de Venta Profesionales, en el cual se incluyen una serie de propuestas y medidas para poner en marcha. Las principales son:

Una campaña de puesta en valor del quiosco, considerando que el canal prioritario para la comercialización de las ediciones impresas sigue siendo el canal especializado en publicaciones, por la capilaridad de esta red, por el conocimiento del producto que comercializa, por la cercanía al cliente final, así como por su función como soporte publicitario para campañas de promoción de los productos editoriales, aunando en un mismo espacio físico el reclamo publicitario de un producto y la materialización de su venta.

A este respecto, se planteó diseñar una campaña específica de reconocimiento del valor de este canal, así como de los productos impresos que a través del mismo se comercializan, ya que son soportes básicos para la difusión de información y ocio, soportes publicitarios de referencia y actualmente, con gran diferencia, la principal fuente de ingresos de las editoriales, tanto en lo que respecta a ventas de ejemplares como a ingresos publicitarios.

Por otra parte se analizaron posibles medidas económicas de apoyo a los Puntos de Venta Profesionales, tomando como referencia una serie de características y objetivos que debe cumplir un punto de venta, para poder ser considerado integrante del colectivo de clientes preferentes, y de esta forma, cuantificar el número de puntos de venta que podrían formar parte del mismo, estableciendo un sistema similar al del Sello de Calidad de Librerías.

En relación con este asunto, se determinaron los aspectos que deberían tenerse en cuenta para considerar preferente un punto de venta, tales como la adecuada exposición de las publicaciones, la calidad en la operativa de gestión correcta de devoluciones, el mantenimiento de las publicaciones en el punto de venta, la formación, la rentabilidad y ventas mínimas, y, finalmente, la comunicación con la distribuidora.

Se analizaron una serie de temas, con implicación económica para toda la cadena de comercialización, que sería necesario abordar de forma conjunta en el marco de las medidas de apoyo a los puntos de venta. Entre otros, los avales y fianzas que deberían empezar a concederse a los puntos de venta, planteando la necesidad de revisarlos y objetivarlos para fomentar la apertura de nuevos puntos de venta; los plazos de facturación y devolución, lo que implicaría la

revisión del ciclo financiero, así como la problemática cuestión de los portes y servicios que se establecen a los puntos de venta por parte de las distribuidoras, sugiriendo la posiblerevisión de las cantidades y actualizaciones de los mismos.

Finalmente, se plantean en el Plan de Apoyo medidas complementarias como, la necesidad de políticas públicas de apoyo a la promoción de la lectura y de valoración de las ediciones impresas (libros y publicaciones periódicas), que propicien el incremento en el número de lectores, y la puesta en marcha de políticas públicas de fomento del consumo de productos editoriales, a través de la aplicación del tipo de IVA 0 a libros, revistas y diarios, tal y como sucede en otros países europeos.

Es importante destacar que este trabajo ha fructificado en acciones que ya están en marcha, como los acuerdos para la gestión de promociones vinculadas a diarios a través del canal profesional y para la reactivación del mercado de colecciónables.

En el primer caso, se parte de la consideración de que es prioritario el establecimiento de acuerdos que propicien la sostenibilidad del canal habitual de comercialización de los productos promocionales asociados a los respectivos diarios.

En este sentido, se parte de la base de que el mejor canal para la comercialización de promociones sigue siendo el canal especializado en publicaciones, tanto por la capilaridad de esta red, como por el conocimiento del producto y la cercanía al cliente. Este acuerdo se planteó como un elemento que permitiera el incremento de la competitividad del propio canal y el beneficio a los clientes finales. Mejorando la atención y cercanía en la comercialización de las promociones y aumentando el volumen de las promociones en el canal profesional, se incrementarían los ingresos de todo el canal de distribución y las promociones de los editores tendrían un mayor seguimiento lo que conllevaría un mayor efecto en sus ventas, al realizarse en el canal tradicional, que es el de mayor seguimiento.

En términos similares se ha llegado a un acuerdo sobre la reactivación del sector del colecciónable, que ha sufrido un grave deterioro en los lanzamientos de productos, con caídas significativas de ventas en los últimos diez años. Con él pretenden encontrarse fórmulas que permitan impulsar de nuevo este sector.

Así, el acuerdo contempla la puesta en marcha de fórmulas de suscripción de la colección para el cliente final en el punto de venta, el equilibrio en los regalos promocionales entre el suscriptor directo y el del punto de venta, las acciones publicitarias promocionales y de *marketing* de los editores para reforzar el tráfico en los puntos de venta, así como compromisos concretos de

realización de más lanzamientos y de la facturación consiguiente para el canal. Como contrapartida se establece una adecuación de los descuentos en el canal, para hacerlos más cercanos a los de otros países de nuestro entorno, de forma que sea posible rentabilizar los tests y los lanzamientos de los productos por parte de los editores.

El futuro de la comercialización de productos editoriales

En los últimos años hemos visto como Internet ha transformado los modelos de negocio y de gestión para muchas empresas y sectores. El sector de la comercialización de productos editoriales no es una excepción a esta transformación estructural en la medida en que los productos se crean, producen, promocionan, venden y consumen.

Esta circunstancia representa un reto realmente importante para el sector del libro y las publicaciones en su conjunto, ante el cual los editores, distribuidores y puntos de venta, deben estar expectantes tanto a los riesgos y desafíos a los que se enfrentan como a las oportunidades que puedan surgir.

En cualquier caso, y en lo que refiere en concreto a los aspectos relacionados con la comercialización, las librerías y los puntos de venta de publicaciones deben plantear cuál puede ser su posición ante estos cambios, siempre partiendo de la importancia que supone afrontarlos con la colaboración conjunta del resto de los agentes que conforman la cadena de comercialización, es decir, de los editores y los distribuidores.

Si tomamos como referencia la comercialización de libros, debemos partir de varias premisas que condicionan la estructura de esta cadena.

Por una parte, la variedad de referencias disponibles. Cada título es único e insustituible en el deseo de compra. En España, contamos actualmente con más de 500 000 títulos diferentes considerados como oferta viva disponible, si bien algunas librerías plantean que su oferta disponible supera realmente el millón de títulos.

Asimismo, las barreras de entrada en el sector de la edición son muy bajas para los productores de contenido. Editar un libro o generar un contenido cada vez es más factible para cualquier persona gracias a la tecnología y a la posibilidad de subcontratar prácticamente cualquier servicio o proceso industrial y comercial. Esta situación ha llevado a un importante crecimiento de la autoedición y a la fragmentación y diversificación de la oferta entre una multitud de agentes editores.

Tanto esta variable como la libertad para editar, en el sentido de difundir ideas y contenidos, entran en conflicto con la comercialización de todos los libros que se editan. Disponer de múltiples opciones posibles para editar de forma fácil y barata no implica que además todos los libros tengan que entrar en el canal comercial. Las posibilidades de editar se multiplican, pero el canal de comercialización tradicional (librería como espacio físico) se estrecha por la propia desaparición de librerías (menos espacio disponible para la exposición y oferta de libros).

Esta circunstancia se ve mitigada por las alternativas que aporta Internet como canal de promoción y venta de libros (impresos y digitales), si bien requiere de una adaptación de los agentes tradicionales a una nueva forma de promoción y venta a través de la Red, de un soporte logístico adecuado y de una información actualizada y completa sobre el producto (metadata).

Otro punto clave, unido al anterior, que condiciona el futuro de la comercialización del libro es el paso de la consideración de producto de oferta a producto de demanda. Hasta ahora, excepto en casos en los que la compra del libro está prescrita (libros de texto), el libro se consideraba un producto de oferta. Eran los libros los que «venían a nuestro encuentro», debíamos descubrirlos en las mesas de novedades de las librerías, como escaparate privilegiado en el que se mostraba la oferta editorial que propiciaba la venta al ser descubiertos por los compradores.

Esta circunstancia de la venta por impulso y la necesidad de captar el interés del comprador entre un gran número de referencias, hacía que en nuestro sector el sistema utilizado para acercar el libro al potencial lector se considerase como una variable estratégica. La decisión sobre el canal de comercialización adecuado y sobre las diferentes técnicas de *marketing* aplicables para la venta justifican esta necesidad de acercar el libro al comprador.

Este modelo tradicional de comercialización de oferta del producto (*push*) se está sustituyendo a pasos agigantados, por modelos de comercialización de demanda (*pull*) apoyados en las posibilidades que brindan Internet, la digitalización y el comercio electrónico, un ámbito en el que la posibilidad de ofertar millones de referencias es plenamente factible y en el que es el consumidor, apoyándose en herramientas de recomendación o de intercambio de información (redes sociales generales y especializadas), el que descubre, selecciona, adquiere y comparte los títulos de su elección.

El cambio en el modelo de comercialización no es exclusivo del sector del libro ya que afecta a todo el comercio en general y tiene múltiples implicaciones en lo referido a la producción y venta del bien que se comercializa.

LOS PUNTOS DE VENTA DE LIBROS Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS

En el caso concreto de las librerías, estos cambios se centran en las nuevas fórmulas que los compradores utilizan para conocer y seleccionar los títulos que luego comprarán, y en los medios que utilizarán para realizar de forma efectiva esa compra (ya sea en un espacio físico o virtual).

Ante este nuevo escenario, parece clave la necesaria utilización de sistemas de impresión bajo demanda —desde un ejemplar (IBD 1 × 1)—, como fórmula para generar nuevas oportunidades de negocio conjunto (acceso a libros agotados o descatalogados, el librero como pequeño editor...) y reducir costes (almacenamiento, logística, devolución...), los cuales deben estar vinculados para su éxito a la disposición de una logística de entrega del libro en menos de 24 horas.

En esta línea, las tendencias que están condicionando la actividad de la comercialización de productos editoriales y el propio presente y futuro de las librerías se centran en el acceso, a un coste muy bajo, de tecnologías que permiten promocionar y vender millones de títulos disponibles, tanto para su comercialización en formato digital como impreso, apoyándose en la ecuación <Internet + impresión bajo demanda + logística de proximidad>, así como en la posibilidad de crear comunidades de intereses (por cercanía, por productos, por temas...), en la filosofía de los movimientos de compra local o de cercanía.

Como apuntábamos al inicio del capítulo, el papel que deben representar en el futuro cercano las librerías como espacios físicos de compra de libros, ante la alternativa de la adquisición de cualquier título, ya sea impreso o digital, a través de la Red, es un asunto que está generando debate a escala internacional, así como reflexiones y propuestas concretas al respecto, tanto desde los poderes públicos —los casos más paradigmáticos son los de Francia y Rusia, con el apoyo directo a través de ayudas económicas y adaptaciones legales— como desde las iniciativas colaborativas entre empresas del sector (sirvan como ejemplo los casos de los proyectos *NearSt* y *Hive* en Gran Bretaña, *Genialokal* en Alemania, o *Aer.io* en Estados Unidos, que recogen gran parte de los argumentos tratados anteriormente).

Referencias*

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GREMIOS Y ASOCIACIONES DE LIBREROS (CEGAL), *Mapa de librerías. Observatorio de la librería en España*, Barcelona, diciembre 2014 <<http://www.cegal.es/documentacion/observatorio>>

* Las páginas web se han de entender visitadas en septiembre del 2016.

JOSÉ MANUEL ANTA

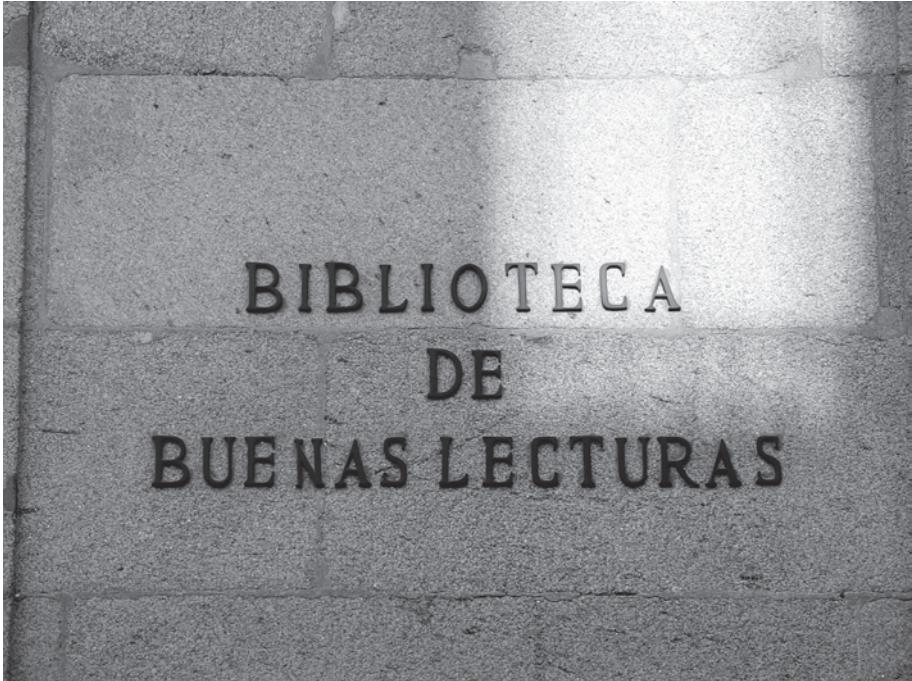
FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (FGEE), *Comercio interior del libro en España. 2014*, Madrid 2015 <http://federacioneditores.org/img/documentos/Comercio_Interior_14.pdf>

LABORATORIO DE IDEAS SOBRE EL LIBRO, *Encuesta a usuarios de librerías 2015* <<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/libro/mc/observatoriolect/redirige/estudios-e-informes/otros-informes-externos/industria-editorial/encuesta-usuarios-librerias2015.pdf>>

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE PUBLICACIONES (ANDP) Y FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES NACIONALES DE DISTRIBUIDORES DE EDICIONES (FANDE), *Informe sobre la evolución del número de puntos de venta de publicaciones periódicas en España 2016*. Documento interno; se hace llegar a los interesados previa solicitud a <andp@fande.es>

ASOCIACIÓN DE EDITORES DE DIARIOS ESPAÑOLES (AEDE), ASOCIACIÓN DE REVISTAS DE INFORMACIÓN (ARI), ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE PUBLICACIONES (ANDP) Y UNIÓN DE DISTRIBUIDORES NACIONALES DE EDICIONES (UDNE), *Plan de Apoyo a la Red de Puntos de Venta Profesionales*, septiembre 2013 <http://www.anvp.es/_normativas/normativa_PLAN%20APOYO%20PUNTOS%20DE%20VENTA.pdf>

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES NACIONALES DE DISTRIBUIDORES DE EDICIONES (FANDE), FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (FGEE) Y CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GREMIOS Y ASOCIACIONES DE LIBREROS (CEGAL), *Normas para la mejora de la cadena de suministro de libros*, enero 2015 <http://www.fande.es/pdf/csl/Normas CSL_Enero2015.pdf>



BIBLIOTECA
DE
BUENAS LECTURAS

Las bibliotecas

JOSÉ A. GÓMEZ-HERNÁNDEZ

Introducción

La biblioteca es un servicio público para facilitar el acceso a la información y el conocimiento difundidos en cualquier soporte, con igualdad de oportunidades. Así lo afirman la UNESCO [1994] en su *Manifiesto*, la *Ley 10/2007 de la lectura, del libro y de las bibliotecas* y la *Declaración de Lyon* [IFLA 2014] gracias a la cual «garantizar el acceso público a la información» es una de las metas de la *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible* de la ONU [2015].

Las bibliotecas se convierten en una institución universalista y democratizadora con el avance de la alfabetización que se fue logrando durante los siglos XIX y XX. En España se formaron inicialmente con los libros desamortizados a las órdenes religiosas en la primera mitad del siglo XIX, que se depositaron en las bibliotecas de los Institutos de Segunda Enseñanza. Con la Ley de Instrucción Pública de 1857 esas bibliotecas de los Institutos pasaron a ser también públicas al establecerse que en toda provincia hubiera al menos una, con «obras cuya lectura pueda ser más útil, atendidas las circunstancias especiales de la localidad», a cargo de un Cuerpo de bibliotecarios con «especiales condiciones de idoneidad».

A pesar de la buena intención, el carácter erudito y de alta cultura de los fondos bibliográficos con que nacieron aquellas bibliotecas las hizo poco útiles para los recién alfabetizados, que vieron en ellas más bien palacios o templos con lecturas áridas e inaccesibles. Por eso hubo intentos, en etapas como el *Sexenio Revolucionario*, el *Bienio Liberal* y la *Segunda República*, de crear bibliotecas «populares» que respondieran al modelo anglosajón de *free public library*, con libros orientados a los intereses de los lectores.

Pero estas iniciativas no tuvieron continuidad durante la Dictadura, y hasta fines de los años sesenta no se fueron creando o renovando las bibliotecas en muchos pueblos y capitales, debiéndose esperar a 1979, con los primeros ayuntamientos democráticos, para que se iniciara la modernización de la biblioteca pública al convertirse en un servicio municipal.

Así se comprende que haya predominado en España la imagen de la biblioteca como institución *seria*, destinada a estudiosos, frente a la concepción vigente en el pensamiento y la práctica actual de los bibliotecarios: la biblioteca y sobre todo la pública como un servicio y un espacio educador, inclusivo y útil para todas las personas. Esta visión debe ser la referencia para conocer y juzgar qué hacen en España hoy.

Fortalezas y debilidades

La transformación del sistema bibliotecario español se fue logrando con:

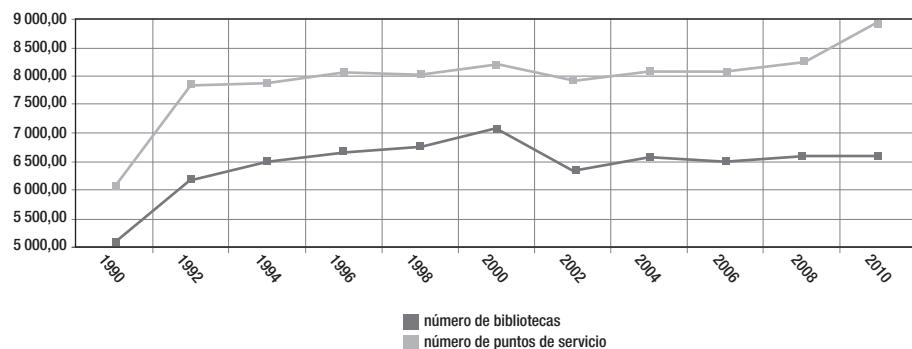
- El traspaso de las competencias de Cultura a los Gobiernos regionales, que redactan leyes para desarrollar sus propios sistemas bibliotecarios.
- La construcción de novedosos edificios y equipamientos bibliotecarios.
- La adopción de modelos de gestión y servicio equiparables a los del entorno europeo.
- La gran expansión de las bibliotecas universitarias gracias a la extensión del acceso a la educación superior de las nuevas generaciones.
- La institucionalización de la enseñanza de Biblioteconomía que se implanta en numerosas universidades.
- La progresiva incorporación de la tecnología: los catálogos se automatizan y se crean bibliotecas y repositorios digitales nacionales, autonómicos y universitarios.

Así, entre 1990 y 2010 mejoran tanto las públicas municipales como buena parte de las que integran el Sistema Español de Bibliotecas: la Nacional, que se adapta a las nuevas necesidades y posibilidades del control bibliográfico y la proyección de su patrimonio; las nuevas bibliotecas centrales de las autonomías, que orientan y potencian sus sistemas regionales; las bibliotecas universitarias, y las bibliotecas especializadas en las distintas ramas de la ciencia y la tecnología.

Durante estos años crece tanto el número de bibliotecas como el de sus puntos de servicio, pues en muchos casos se forman redes con varias ramas o centros filiales (Gráfico 1, en la página siguiente). Así, en el 2010, entre todas las que componen el Sistema, se alcanza una cifra mayor que nunca: 6608 bibliotecas con 8963 puntos de servicio. Y además van orientándose cada vez más a las necesidades de sus usuarios: apoyando más a investigadores y estudiantes en sus universidades, promoviendo la inclusión de los usuarios vulnerables en la biblioteca pública, asumiendo roles de aprendizaje

permanente y formación en las nuevas competencias informacionales y digitales, y en suma enriqueciendo la experiencia de acudir física o virtualmente a una biblioteca.

GRÁFICO 1.—Número de bibliotecas y puntos de servicio, 1990-2010



Fuente: Estadística de bibliotecas del INE (2015)

Hay que observar, sin embargo, estas debilidades:

- Las bibliotecas escolares, que ni siquiera contabilizan las estadísticas, han seguido marginadas, y ello repercute sobre el resto del sistema y afecta a la baja competencia lectora e informacional de muchos ciudadanos [véase en este mismo volumen el capítulo de Miret y Baró. N. del E.].
- La gran diferencia entre las bibliotecas públicas de las ciudades y municipios mayores y las de los pueblos pequeños produce desigualdad en la ciudadanía, que también se da entre unas regiones y otras según el compromiso de sus Gobiernos. La Ley 10/2007 de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas no ha logrado garantizar un mínimo servicio bibliotecario similar para toda la población.
- Las limitaciones con las que llegan la lectura y el libro digitales a las bibliotecas municipales y la escasa presencia de éstas en dispositivos móviles y redes sociales las retraza respecto a las formas de informarse, comunicarse y leer de los usuarios.
- Su consideración secundaria en la agenda política las debilita cuando se compite por financiación con otros servicios básicos en momentos de crisis.

Datos básicos del sistema bibliotecario

Para una imagen de conjunto del sistema tenemos la *Estadística* del INE con los últimos datos del 2014.

- En España hay 6717 bibliotecas que atienden a través de 8730 puntos de servicio. Sus gastos corrientes son 953 millones de euros.
- Aunque no siempre a tiempo completo, trabajan 25 073 empleados de plantilla (bibliotecarios, auxiliares o de profesiones afines), y unos 8 000 externos (becarios, voluntarios o personal de otros oficios), en los que se invierten 642 526 994 euros, un 67 % del presupuesto total. Son profesionales de nivel educativo muy alto y muy vocacionales, pero la contratación más extendida es de auxiliar, lo que produce plantillas poco remuneradas, con escasa promoción, y que parecen hechas más para atender espacios y préstamos que para gestionar servicios cualificados. La media de empleados por biblioteca es de 2,4, pero en muchas trabaja un bibliotecario solo.
- La oferta de documentos (tanto impresos como audiovisuales o de otros formatos) alcanza los 348 millones de ejemplares. En las bibliotecas públicas hay 74 millones de libros y una incipiente colección de libros electrónicos gracias a la iniciativa *E-biblio*, que se ha sumado a la plataforma del País Vasco, *eLiburutegia*. Por ahora tienen 48 037 y 14 500 usuarios respectivamente.
- Para nuevas adquisiciones en el 2014 se dedicaron 203 503 794 euros, destacando las bibliotecas universitarias con 94 253 199 euros.
- En total tienen unos 56 000 ordenadores de uso público, y unas 4 600 bibliotecas proveen de acceso a Internet por wifi, incluyendo al 75 % de las públicas.

En cuanto a su aprovechamiento, hay 21 814 510 usuarios con carné. Por tanto, un 47 % de la población, que en Cataluña llega al 55 %, está inscrita en alguna biblioteca. En el 2014 hubo 206 946 728 visitas, tanto a bibliotecas públicas como al resto de las que componen el sistema, y se prestaron 76 129 539 documentos.

Para saber quiénes realmente están frecuentando las bibliotecas tenemos las encuestas que preguntan si se ha acudido en el último año. Son la *Encuesta de hábitos y prácticas culturales* [MECD 2015b], el *Barómetro* del CIS [2016] o el estudio sobre *Hábitos de lectura y compra de libros en 2012* de la Federación de Gremios de Editores [2013]. Según éste, un 30,1 % de los mayores de 14 años

había ido a una biblioteca el último año, y el 74 % de los que están entre 10 y 13. La cantidad desciende al 25,6 o al 22,7 % si se pregunta a los mayores de 15 o de 18 años, como hacen los otros estudios. Esto indica que, aunque no debiera ser así, la asistencia se reduce conforme se crece en edad, y de hecho la mitad de quienes van a bibliotecas son menores de 34 años. La falta de tiempo es el principal motivo dado para no acudir.

Pero aunque la visita a las instalaciones parece estar descendiendo ligeramente, hay que considerar que las bibliotecas hoy tienen una doble vía de entrada, la presencial y la virtual: a través de Internet hay una enorme cantidad de accesos: 176 884 919 entradas según el INE. Pero hay más; si nos referimos a las bibliotecas universitarias, entre consultas al catálogo por Internet, búsquedas en sus bases de datos *online*, descarga de artículos de las revistas científicas electrónicas contratadas y de sus recursos digitales, llegan a 462 112 768 usos en el 2015 [REBIUN 2016].

Efectos de la crisis en las bibliotecas públicas

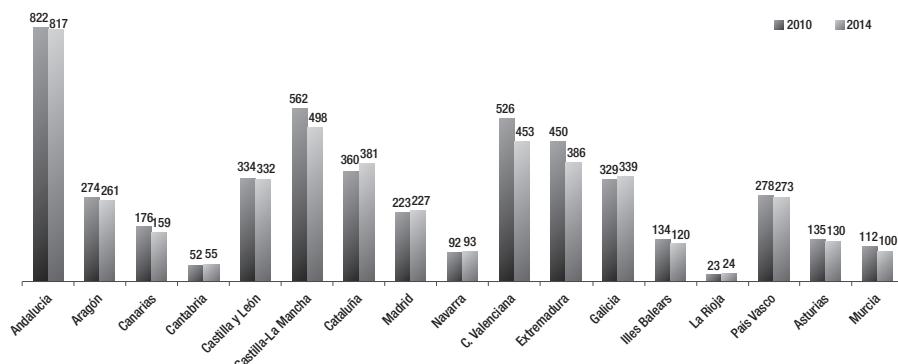
Entre 2010 y 2011 se empieza a sufrir la recesión en todos los tipos de bibliotecas, y especialmente en las públicas más pequeñas, porque a sus ayuntamientos les cuesta mantenerlas por sí solos, y los Gobiernos regionales tienden a centrarse en las bibliotecas de su dependencia directa, retirando programas de ayuda para las municipales.

El informe *Bibliotecas públicas españolas en cifras* [MECD 2015a] nos permite ver algunos efectos de la crisis, pero no todos, porque no siempre resultan evidentes para las estadísticas. Así, el número de bibliotecas desciende poco en términos relativos; se reducen horarios de apertura, pero a veces no se detecta porque se miden por tramos de diez en diez; aunque la colección envejezca por no haber adquisición de novedades, el número de documentos se mantiene o tiene un pequeño incremento por la falta de expurgo del material obsoleto; no se recorta significativamente la plantilla de bibliotecarios, pero se reducen las horas de contratación del personal no fijo; el número de ordenadores para los usuarios no baja porque no se retiran, pero su antigüedad los hace menos útiles...

En cuanto al total de bibliotecas públicas, entre 2010 y 2014 hay 234 menos, si bien por autonomías se aprecia que en Cataluña aumentan porque son un elemento muy importante de la política cultural, mientras que descienden en regiones más pobres o afectadas por la crisis (Gráficos 2 y 3, en la página siguiente). La situación general en el 2014 la refleja el Mapa 1 (en el Apéndice web).

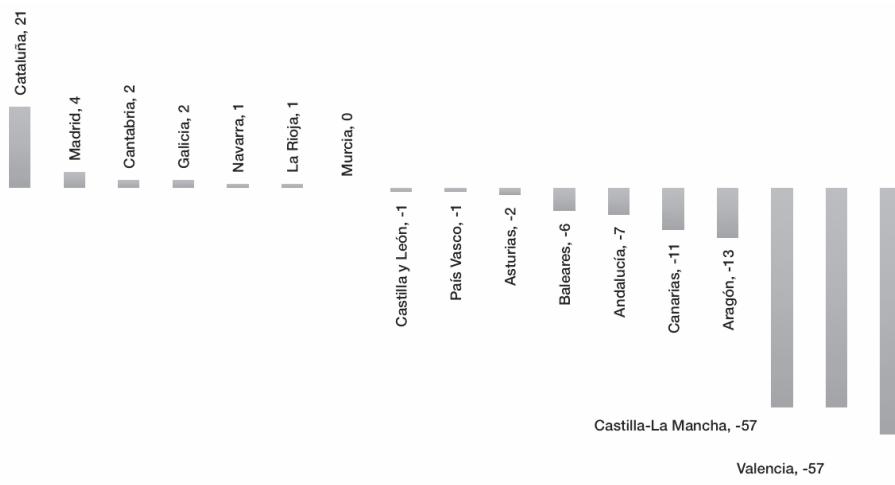
LAS BIBLIOTECAS

GRÁFICO 2.—Número de puntos de servicio bibliotecario por regiones entre 2010 y 2014



Fuente: MECD, 2015a

GRÁFICO 3.—Incremento o descenso del número de bibliotecas públicas del 2010 al 2014



Fuente: MECD, 2015a

En el 2014 parece haber solo 217 bibliotecarios menos que en el 2010, pero igualmente se observa cómo aumentan en Cataluña, País Vasco y Madrid y en cambio se pierden en Castilla-La Mancha, Castilla y León, Andalucía, Canarias, Extremadura, Valencia, Murcia o Aragón, agrandando la ya mencionada diferencia de los servicios bibliotecarios entre unas autonomías y otras (Gráfico 4, en el Apéndice web).

El envejecimiento de la colección sí se comprueba, porque el gasto en adquisiciones baja de 1,50 euros a 56 céntimos por habitante del 2009 al 2014. (Gráfico 5, en el Apéndice web).

A pesar de la reducción de puntos de servicio, horario, personal y colecciones, las bibliotecas siguen siendo necesarias, y sobre todo para quienes están en situación precaria o de desempleo, con tiempo disponible y nuevas necesidades informativas o de formación. La gratuidad, la disponibilidad de sus instalaciones y sus actividades las hacen atractivas. En términos relativos, el porcentaje de población inscrita en bibliotecas públicas aumenta (del 28,72 % al 34,49 %), así como las visitas por habitante y año (de 2,67 a 2,79) y por día de apertura (de 116 a 124 entradas/día).

Algo diferente pasa con los préstamos, que tienen una clara tendencia a la baja: hubo 8 349 307 préstamos menos en el 2014 que en el 2010 (de 60 807 739 a 52 458 432), tanto por causas directas (la imposibilidad de adquirir novedades que demandan los lectores), como por razones estructurales vinculadas a la nueva forma de lectura y consumo de contenidos culturales.

Esto induce a pensar que aunque el préstamo sigue siendo relevante, el interés por la biblioteca se mantiene por otros servicios de carácter social, tecnológico, educativo o cultural. Desde la estancia en sus espacios, salas de estudio y trabajo en grupo o reunión, a la atención de consultas, las actividades culturales y de promoción lectora, los talleres, el préstamo de portátiles, cargadores o calculadoras, y las sesiones de acceso a Internet son servicios que ayudan a las personas en lo que necesitan, en sus procesos de aprendizaje, relación o conocimiento.

Así, las bibliotecas públicas facilitaron en sus salas 16 755 647 sesiones de acceso a Internet en el 2014, ejerciendo como centro local de conexión para los colectivos con exclusión tecnológica. E hicieron más actividades culturales que nunca (de 62 923 en el 2010 a 179 189 en el 2014), incluso forzando el coste cero o la realización por los mismos bibliotecarios, entidades patrocinadoras, colaboradoras o voluntariado.

Beneficios que aportan

Las bibliotecas públicas, ante el riesgo de perder capacidad de servicio, han afrontado la crisis defendiendo el derecho a la información de sus lectores, y en cierto modo han ganado en resiliencia:

- Orientándose más hacia la inclusión social y digital y el apoyo al aprendizaje.

LAS BIBLIOTECAS

- Innovando y cooperando con otros agentes sociales y profesionales.
- Procurando que el uso de sus espacios para estudiar, conectarse, relacionarse, formarse o crear sea una experiencia agradable y reconfortante para quienes acuden a ellas con diversos fines y situaciones personales a veces difíciles.
- Dándose a conocer más para legitimarse como servicio público que no debe recordarse por su función de cohesión y de creación de oportunidades para todos.

El *Estudio Fesabid* [Gómez-Yáñez 2014] demostró que las bibliotecas son hoy apreciadas por la ciudadanía (incluso por las personas no usuarias), que las considera lugares acogedores, amables, siempre disponibles y que contribuyen al bienestar social a través de sus servicios, bien puntuados por quienes las utilizan (en torno a 8 sobre 10) (Gráfico 6, en el Apéndice web).

Además, midió el retorno económico de lo que se invierte en bibliotecas, que resultó ser tres euros por cada uno invertido, y comprobó que los ciudadanos aprueban que se dedique a ellas parte de sus impuestos, pues poco a poco van conociendo los beneficios con los que contribuyen al bienestar social (Gráfico 7, en el Apéndice web).

Las bibliotecas benefician a la sociedad porque [Togores 2014]:

- Dan acceso universal al conocimiento contribuyendo a una sociedad mejor informada.
- Forman para la inclusión digital, informacional y laboral.
- Contribuyen a la cohesión social y la inclusión de la diversidad cultural y funcional.
- Preservan y difunden la memoria local y apoyan el progreso cultural y artístico local.
- Revitalizan el espacio público para la estancia, la convivencia y la participación.
- Estimulan el progreso económico y social local.

Y si nos referimos a la lectura y la competencia lectora, la fomentan porque:

- Prestan obras impresas, audiovisuales y electrónicas respetando el *copyright*.
- Inician, forman y acompañan los hábitos lectores desde la infancia a la edad adulta.
- Dan a conocer a los autores locales y posibilitan leer todo tipo de géneros y corrientes minoritarias.

- Promueven tanto la alfabetización lectora básica como las nuevas alfabetizaciones.
- Apoyan a las editoriales a través de sus adquisiciones, la promoción y la recomendación de sus títulos.
- Socializan y realzan el valor de la lectura con sus miles de clubes, que transmiten el deseo de leer con los demás.

Tendencias

Las bibliotecas deben evolucionar con sus usuarios, con las tecnologías y con la sociedad de la que forman parte, porque estancarse sería retroceder y alejarse de modo casi irreparable de sus objetivos, dado el ritmo de innovación y cambio en las formas de leer, informarnos y comunicarnos. Se puede llegar a cuestionar su sentido y su sostenibilidad si actúan solo como intermediarias en una sociedad en la que hay infinita información a un toque o un clic. De acuerdo con estudios de prospectiva españoles [Gallo-León 2013, Togores 2014] y europeos [Lison *et. al.* 2016], lo que deben hacer es:

- Garantizar la igualdad de oportunidades en el acceso a la información, prestando especial atención a quienes tienen más dificultades y haciendo de la equidad de acceso una seña de identidad.
- Apoyar la educación, el aprendizaje y las habilidades, con servicios adaptados a la realidad digital que faciliten la inclusión y la alfabetización digital mediante herramientas, actividades, experiencias y oportunidades.
- Potenciar su carácter de espacio social abierto, acogedor y democratizador, un ágora o plaza pública que se puede disfrutar y aprovechar de muchas formas.
- Implicarse al máximo como servicio de proximidad para contribuir al bienestar y a la calidad de vida en su entorno, y cooperar con otros servicios, empresas, entidades ciudadanas y con otras bibliotecas para extender más los beneficios generados.
- Fomentar la cohesión comunitaria, colaborando en programas contra la exclusión social, y defender los valores del diálogo, la autonomía crítica y la identidad.
- Implicar a los usuarios haciéndolos participar en la detección de necesidades, en la toma de decisiones sobre la oferta y en su actividad misma a través del voluntariado, el micromecenazgo o la evaluación de resultados.
- Gestionar de forma cada vez más flexible, creativa y cooperativa con otros agentes culturales, educativos y sociales, buscando eficiencia, cali-

dad y sostenibilidad, distinguiendo las funciones propias de las que son de otros servicios, pero con una perspectiva muy abierta, evolucionando con las nuevas realidades y necesidades.

- Captar financiación interna y externa, concienciando a las autoridades para que respalden las bibliotecas como espacios abiertos y libres, y comunicando la oferta de servicios para que la ciudadanía conozca y aproveche las nuevas posibilidades y se supere el concepto sesgado todavía en parte vigente.

Para una sociedad democrática e inclusiva son necesarias buenas bibliotecas, aglutinadas por bibliotecarios al día, con compromiso, flexibilidad y capacidad de cooperación. Bibliotecas que se disfrutan en convivencia respetuosa sin ningún requisito o discriminación, con recursos informativos de calidad y en las que se interactúa y se aprende junto a otros. Revitalizan los barrios y ciudades en que se ubican y mejoran a las personas y a las comunidades, contribuyendo a un desarrollo sostenible global [IFLA 2016]. La clave para su futuro [Anglada 2014] es que se asuma esta nueva imagen según la cual, además de proporcionar contenidos, ayudan a las personas en el difícil proceso de usar información y transformarla en conocimiento. Si es así, serán apoyadas, en la convicción de que devuelven multiplicado lo que se invierte en ellas.

Referencias*

- ANGLADA, Lluís, «Are libraries sustainable in a world of free, networked, digital information?», en *El Profesional de la Información*, 23 (6), págs. 603-611, 2007
<<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2014.nov.07>>
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (CIS), *Barómetro de junio 2016. Avance de resultados*, 2016 <http://datos.cis.es/pdf/Es3142mar_A.pdf>
- CONECTA RESEARCH, *Hábitos de lectura y compra de libros en 2012*, Conecta Research para la Federación de Gremios de Editores de España, Madrid, 2013
<http://federacioneditores.org/img/documentos/HabitosLecturaCompraLibros2012ESP_310113_1.pdf>
- GALLO-LEÓN, José Pablo, coord., *Prospectiva 2020. Las diez áreas que más van a cambiar en nuestras bibliotecas en los próximos años*, Madrid: Consejo de Cooperación Bibliotecaria, 2013 <<http://www.mecd.gob.es/cultura->>

* Las páginas web se han de entender visitadas en septiembre del 2016.

- meed/dms/meecd/cultura-meecd/areas-cultura/bibliotecas/mc/consejocb/grupos-de-trabajo/21/estudio-prospectiva-2020.pdf>
- GÓMEZ-YÁÑEZ, José Antonio, *Estudio Fesabid. El valor económico y social de los servicios de información: bibliotecas*, Madrid: FESABID, 2014 <<http://www.fesabid.org/sites/default/files/repositorio/fesabid-valor-economico-social-servicios-informacion-bibliotecas.pdf>>
- INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS (IFLA), *Declaración de Lyon sobre el acceso a la información y el desarrollo*, 2014 <<http://www.lyondeclaration.org/content/pages/lyon-declaration-es-v2.pdf>>
- , *Acceso y oportunidades para todos. Cómo contribuyen las bibliotecas a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas*, 2016 <<http://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/libraries-development/documents/access-and-opportunity-for-all-es.pdf>>
- INE, *Estadística de bibliotecas 2014*, 2015 <<http://www.ine.es/prensa/np954.pdf>>
- LISON, B.; REIP, N.; HUYSMANS, F., & MOUNT, D., *Research for CULT Committee: Public Libraries. Their New Role*. Luxemburgo: Policy Department for Structural and Cohesion Policies, 2016 <[http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU\(2016\)585882](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU(2016)585882)>
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (MECD), *Bibliotecas públicas españolas en cifras*, 2015a. <<http://www.meecd.gob.es/cultura-meecd/areas-cultura/bibliotecas/mc/ebp/portada.html>>
- , *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015*, 2015b, Madrid. <<http://www.meecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-meecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/2014-2015/>>
- ONU, ASAMBLEA GENERAL, *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, 2015 <<http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/70/1Z>>
- RED DE BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS (REBIUN), Consulta de Datos, 2015 <<https://rebiun.um.es/rebiun/admin/ManageIndicatorsPage>>
- TOGORES, Rosa, *El valor de las bibliotecas públicas en la sociedad: El caso de la Red de Bibliotecas Municipales*, Barcelona: Diputación de Barcelona, 2014 <http://www.diba.cat/documents/16060163/22275360/valor_social_bibliotecasXBM_cast.pdf/02926665-2d7e-4044-88c2-9634abed0c89>
- UNESCO, *Manifiesto sobre la biblioteca pública*, 1994 <<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001121/112122so.pdf>>



Hábitos lectores y políticas habituales de lectura

LUIS GONZÁLEZ

Este capítulo trata sobre dos asuntos: los hábitos de lectura y las políticas públicas de fomento de la lectura en España. Ambos elementos están estrechamente vinculados porque la información sobre el comportamiento lector de los ciudadanos puede ser un instrumento básico para la formulación de las políticas, y las políticas de lectura deberían tener un impacto positivo sobre la extensión de la práctica y las competencias lectoras.

El capítulo que se dedicaba a esta materia en *La lectura en España. Informe 2008* comenzaba con una consideración similar [González 2008]. Ahora se pretende ofrecer un panorama general sobre el comportamiento lector y las políticas públicas de fomento en España de hoy, pero ahora tenemos la oportunidad de formular alguna conclusión sobre la evolución de ambos elementos durante el período.

En un momento de transformación como el actual es más necesario que nunca, saber de qué se habla cuando se analizan los hábitos lectores y es muy útil conocer el concepto y los resultados a los que se refieren las preguntas de las encuestas o los proyectos incluidos en los planes de lectura. Pero esto resulta insuficiente y, en ocasiones, engañoso si no comprendemos bien la idea que tiene el encuestado o los responsables del diseño de políticas de lectura. ¿Cómo vamos a llegar a acuerdos sobre políticas de lectura cuando no todo el mundo habla de lo mismo? ¿Cómo se van a diseñar proyectos o cómo se va a innovar en los servicios públicos si se parte de premisas sesgadas en torno a los desafíos que hay que resolver?

¿Qué se entiende por lectura hoy en España?

La lectura puede ser entendida como un conjunto muy amplio de prácticas culturales o como una actividad reducida a algo mucho más concreto. Podemos contemplar esta polisemia tan rica en forma de círculos concéntricos, como aquellos de la *Comedia* de Dante. El círculo exterior comprende una idea

de lectura que incluye cualquier actividad lectora, con independencia de la finalidad, el contexto, el soporte, la duración o el tipo de contenido. A partir de ahí, los círculos más cercanos al centro mismo van excluyendo progresivamente vertientes de esta actividad, por ejemplo, si no se trata de lectura en el tiempo libre o su contenido no es literario o su práctica no es individual. Así pues, ¿en qué piensa el encuestado español a quien se pregunta si le gusta leer? o ¿qué cree que tiene que hacer un político cuando se habla de fomento de la lectura?

La Fundación Germán Sánchez Ruipérez (en adelante, FGSR) se ha interesado por aprender más cosas sobre los *imaginarios de la lectura*, intrigada por ciertos rastros que iban apareciendo en el marco de sus investigaciones más generales sobre comportamiento lector. En todos esos casos el concepto de lectura que surgía espontáneamente era el de la *lectura de libros*. También hemos visto que en otro tipo de estudios cuantitativos los entrevistados se autodefinen como no lectores, a pesar de leer diariamente prensa u otros contenidos en papel o en Internet, y en los grupos de discusión integrados por *no lectores* ha surgido de forma recurrente una disociación entre su práctica de lectura y la percepción sobre lo que es la lectura [González 2011]:

- Por una parte se detecta que hay práctica de la lectura que no es percibida como tal: prensa gratuita, páginas en Internet, libros profesionales, manuales o libros de carácter instrumental (cocina, bricolaje, etc.).
- Por otra parte, hay unos imaginarios tradicionales e irreales sobre la lectura y los lectores, que los identificaría con realidades muy minoritarias.

Hay en estas percepciones sobre la lectura dos características sobre las que es interesante reflexionar:

- La lectura se identifica exclusivamente con la lectura de libros. Tal y como señalaban los preguntados en la investigación de Jesús Contreras [Contreras 2008] o los participantes —especialmente en el caso de niños y adolescentes— en Territorio Ebook, la investigación sobre lectura digital de la FGSR [González y Valbuena 2012] «Leer es leer un libro» y es a esta lectura a la que se le otorga una jerarquía absoluta como consecuencia de unos ciertos atributos (selección, profundidad, experiencia individual y de esfuerzo vinculado a un contenido de calidad) y valores (educación, crecimiento personal y desarrollo como persona y como profesional).

- En el caso de los grupos de *no lectores* que participaron en el 2009 en una investigación sobre la percepción de los ciudadanos inmigrantes sobre la lectura, los imaginarios presentaban unas características que resultan tan lejanas a la mayoría de los integrantes de la sociedad —por nivel social o capital cultural— que parecían constituir un verdadero bloqueo para la extensión de la práctica [González 2014].

La conclusión es que hay una disociación entre la riqueza y variedad de las actividades lectoras en España y el concepto que se maneja.

II cerchio IX: la lectura de libros

La FGEE inició en el 2000 una serie de estudios anuales sobre el comportamiento lector que no se ha interrumpido hasta el año 2012. Se trata de encuestas —estudio sobre *Hábitos de lectura y compra de libros en España*, conocido como *Barómetro* (Conecta Research, 2014)— en las cuales los entrevistados aportan información sobre su relación con la lectura de libros. Los comportamientos culturales no suelen experimentar cambios relevantes en plazos breves, pero disponiendo de un período de quince años se pueden extraer unas conclusiones significativas.

El dato del *Barómetro* que siempre ha despertado mayor interés periodístico es el de la proporción de lectores frente al total de la población. Desde esta perspectiva la serie temporal no muestra un balance llamativo: un incremento de un punto porcentual. No obstante, si se examinan el *Barómetro* y otros estudios con un poco más de detenimiento, podemos identificar un conjunto de informaciones más ricas y reveladoras de tendencias a medio plazo. La más útil de todas ellas es la que se refiere a la categoría de *lector frecuente*, como veremos a continuación.

La metodología de estos estudios ha partido de un cuestionario que tiene como centro a la variable de la frecuencia de lectura (como el Ministerio de Cultura del Reino Unido en el 2014). Así pues se establece una clasificación:

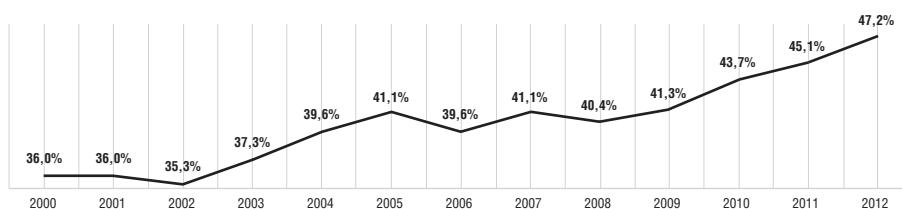
- Lector ocasional: lee una vez al mes o al trimestre.
- Lector frecuente: lee todos los días o una o dos veces a la semana.

Es probable que nos resulte arduo considerar como lectora (de libros) a una persona que lee (libros) una vez al trimestre. Por este motivo resulta inevitable fijar la mirada en la evolución que muestra el *Barómetro* en cuanto al porcentaje de lectores frecuentes en relación con toda la población. Como puede

HÁBITOS LECTORES Y POLÍTICAS HABITUALES DE LECTURA

observarse en el Gráfico1, la serie histórica refleja un incremento muy notable —de 11,2 puntos— en el porcentaje de lectores frecuentes. Quizás esta sea la manifestación más elocuente de la evolución que se está produciendo en cuanto a la lectura en España: el incremento de la práctica de la lectura y su extensión a una base social más amplia.

GRÁFICO 1.—Porcentaje de lectores frecuentes respecto a la población española



Fuente: *Barómetro FGEE*

El segundo gran instrumento cuantitativo para la observación del comportamiento lector en España es la *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España* (en adelante, *Encuesta MEC*). Los resultados de este solvente estudio son muy interesantes para enriquecer la visión que queremos extraer sobre los hábitos de lectura en España porque, por una parte, utiliza una metodología diferente que ofrece un contraste y, por otra parte, completa el período hasta el año 2015. La *Encuesta MEC* hace la misma pregunta que ha venido utilizando Eurostat en sus encuestas sobre lectura en Europa: *¿Ha leído al menos un libro durante el último año?* Por lo tanto, no se valora tanto la cantidad de contactos con la lectura como las unidades (libros). Si consultamos los datos de la serie histórica encontramos un incremento de 4,5 puntos del 2007 al 2015 que, por cierto, tampoco son muy diferentes de los 4,1 puntos de aumento que refleja la evolución de los últimos ocho años del *Barómetro*.

¿Qué es lo que define las políticas públicas de lectura?

Para quienes trabajan en el ámbito de la lectura, pensar en un político que interviene en el campo del fomento de la lectura es como pensar en un herrero que trabaja en una cristalería. Sin embargo, su diseño es responsabilidad compartida entre muchos profesionales e instituciones que deben colaborar para actualizarlo y mejorarlo (y también ayudar a los políticos a acertar con las

medidas). Durante este período ha persistido la dinámica que se exponía en un capítulo equivalente a este [González 2008] ya que, por decirlo de un modo elegante, quienes toman las decisiones no han sido capaces de percibir la diferencia kantiana entre libro como discurso y libro como objeto material. Además en España las políticas se han centrado en el fomento de la lectura como actividad de ocio cultural y se han fusionado con las políticas de apoyo al sector del libro, lo cual crea confusión e ineeficacia en ambos campos. Esta dinámica sigue olvidando que la pieza primordial del fomento de la lectura reside en el modelo de sistema educativo, como experiencia de formación que debería girar en torno al desarrollo de competencias lectoras.

¿Qué factores inciden en el comportamiento lector?

Tanto el *Barómetro* como la *Encuesta MEC* ofrecen datos sobre la relación de la lectura de libros con una serie de factores y otras prácticas culturales. A fin de no fatigar al amable lector con una sucesión de más cifras, es preferible resumir con brevedad las correlaciones que pueden hacerse entre lectura y otras variables; en concreto, los factores que inciden más sobre los índices de lectura, ordenados de mayor a menor impacto o índice de correlación, son los siguientes:

- Edad: la población de 14 a 24 años es mucho más lectora que la de más de 65. Los lectores frecuentes disminuyen claramente según se asciende en la pirámide de población.
- Estudios: los universitarios presentan unos índices de lectura claramente superiores.
- Ocupación: los estudiantes y, en menor medida, los ocupados son los más lectores. Los jubilados presentan índices muy inferiores.
- Hábitat: Los municipios de más de un millón de habitantes presentan los índices mayores, los cuales bajan en paralelo al descenso de población de los lugares de residencia.
- Sexo: Las mujeres leen más que los hombres, pero la diferencia es mucho menor que en otros países (los anglosajones, por ejemplo).

Por lo tanto, se podría decir que resulta más difícil encontrar lectores entre los hombres jubilados con estudios primarios y que residen en un municipio con menos de diez mil habitantes. Por todo ello no es sorprendente que la región con una mayor proporción de lectores sea la Comunidad de Madrid y la

que presenta un índice más bajo sea Extremadura a lo largo de la serie temporal (con unos veinte puntos de diferencia).

La lectura se relaciona con personas con una inquietud cultural e interés por la sociedad superior a la media nacional y existe en el *Barómetro* una correlación entre lectores frecuentes y su dinamismo en otros ámbitos. También la *Encuesta MEC* permite correlacionarla con un perfil muy activo: el 80,1 por ciento de los lectores van al cine, el 85,8 por ciento acude al teatro o espectáculos musicales y el 87,1 por ciento de los lectores también visita museos. Asimismo, ofrece la relación de los españoles en torno a un conjunto de actividades culturales y hace posible constatar que la lectura tiene un valor predominante —el 62,2 por ciento— frente a otras actividades como asistir al cine (54,0 por ciento), a espectáculos de teatro y musicales (43,5 por ciento), visitar monumentos y yacimientos (42,8 por ciento) o ir a museos, exposiciones y galerías de arte (39,4 por ciento).

Los primeros comportamientos ante la llegada de la oferta digital

Coincidiendo con la publicación de *La lectura en España. Informe 2008* empezaron a comercializarse en España una gran cantidad de aparatos de lectura de libros (*e-readers*). En el 2009 la FGSR puso en marcha Territorio Ebook, una de las investigaciones más ambiciosas en el panorama internacional sobre el comportamiento lector en soporte digital, ya que es una experimentación en la que han participado, durante cinco años, varios cientos de lectores con un alto grado de implicación. Aunque sería fútil tratar de describir aquí los resultados [González y Valbuena 2012], considero interesante insertar alguna conclusión sobre el impacto de esta variable a lo largo de este período:

- Hay que aclarar que la lectura digital estaba ya muy presente antes de la llegada de los dispositivos móviles de lectura (de tinta electrónica y tabletas) y, de hecho, aún es el ordenador el soporte mayoritario de lectura: del 55,8 por ciento de los lectores lo hace en el ordenador, frente al 6,6 por ciento que lee en *e-reader* según el *Barómetro*.
- El soporte sí que importa: la tecnología influye de un modo decisivo en la experiencia de lectura. Por esta razón el tipo de dispositivo marca la funcionalidad de la lectura: el *e-reader* se utiliza para la lectura literaria de libros, como experiencia individual y profunda —la del círculo central—,

mientras que la incorporación de los primeros iPads a la experimentación (2010) supuso un hallazgo en cuanto a las prácticas de combinación de la lectura con la comunicación y lo multimedia.

- Los *e-readers* se están implantando con fuerza entre los lectores frecuentes urbanos, quienes declaran haber experimentado un incremento de la frecuencia y cantidad de libros leídos como consecuencia de la posibilidad de usar con comodidad esos aparatos en los desplazamientos y en los «ratos libres».
- Muchos de los lectores que eran usuarios habituales de las bibliotecas públicas han abandonado el servicio de préstamo, al menos, en beneficio del uso de los dispositivos de lectura.
- Todos los participantes otorgaban una gran importancia a la movilidad, es decir, a la posibilidad de llevar en un dispositivo una colección personal de libros.
- En términos generales los lectores alternan el soporte impreso y el digital en función de la finalidad de la lectura.

Buena parte de estas conclusiones se ven respaldadas por los resultados de la investigación desarrollada en el 2011 para las bibliotecas de la Obra Social de CajaMadrid y la Fundación Francisco Giner de los Ríos [Fernández y Millán 2011], en la que los entrevistados subrayan algunos aspectos prácticos de los dispositivos como favorables para la vida urbana y la generación de oportunidades para la lectura («muchos momentos de lectura han sido mientras alimentaba al bebé»). También se observa que los soportes se eligen en función de los propósitos de la lectura; en este sentido, los *e-readers* se prefieren para la lectura «ligera», mientras que se perciben carencias derivadas de sus características espaciales y de intervención que los hacen inadecuados para el estudio o el uso profesional. Tanto este trabajo como el de la FGSR reflejan la insatisfacción de los lectores respecto a la oferta editorial disponible y muestran cierta tendencia hacia la descarga ilegal.

Junto a estas investigaciones disponemos de los datos de una encuesta del 2014 sobre la lectura en dispositivos móviles (Conecta Research 2014), que señala que los teléfonos son el «instrumento ubicuo de lectura» y, junto al *e-reader*, es protagonista de la lectura en el transporte público (el 22 por ciento lo usa), tal y como la investigación del 2011, anteriormente citada, ya mostraba. Todavía más interesante es la confirmación de que los lectores digitales leen en un mayor número de lugares que los lectores en soporte impreso, confirmando lo que llamábamos la «colonización de espacios y tiempos por parte de la lectura» al recoger los testimonios de Territorio Ebook. La difusión de los

dispositivos móviles es tan fuerte en España que durante la presentación del *Global Web Index* en *Readmagine 2016*, se ha comunicado que nuestro país es líder mundial en consumo de *e-readers* y tabletas. Estos datos los convierten en un factor relevante para el futuro de la lectura digital. Los resultados de esa investigación nos hablan de un perfil de lector digital algo diferente al genérico del *Barómetro*: todavía más urbano y universitario, así como menos escorado hacia la primera juventud (se concentra en la franja de 25 a 34 años) y hacia la prevalencia femenina (prácticamente la proporción es la misma).

¿Qué impacto ha tenido la irrupción de lo digital en las políticas de lectura?

En este período se han puesto en marcha planes que mantienen los elementos estructurales del Plan de Fomento de la Lectura que lanzó el Ministerio en el período 2001-2014. La estabilidad de algunas líneas de trabajo se ha convertido en algo más inercial que coherente, aunque acompañada de sobresaltos presupuestarios. No obstante, esta nueva circunstancia digital plantea grandes desafíos y oportunidades a la biblioteca y a la escuela, que no han sido percibidas en la construcción de políticas públicas de lectura. Las bibliotecas públicas pueden asumir un nuevo liderazgo, si se aprovecha esta fase de cambios para liberarlas de ciertas cargas y permitir que se transformen en centros de innovación de cada comunidad. Desde luego, se trataría de algo muy distinto a la dotación con *e-readers*.

La economía digital se basa en la creación y explotación del conocimiento y esto tiene que ver, fundamentalmente, con sociedades dotadas de unas potentes competencias en materia de lectura y escritura. Este sería un momento muy oportuno para considerar las políticas de lectura como prioridad de primer nivel y vincularlas con las políticas de fomento de la innovación y de las industrias culturales.

Conclusiones

¿Quiénes son los lectores españoles?

Según los datos del último *Barómetro*, el 92 por ciento de la población española es lectora, si bien sólo el 88,6 por ciento lee todos los días o, al menos, una o dos veces a la semana. Estos lectores son los del primer círculo:

quienes leen libros, periódicos, revistas, cómics, webs, blogs o foros. Desde este punto de vista, considero que la práctica totalidad de la población española es lectora.

Sin embargo, queremos saber qué peso tiene el grupo de ciudadanos que lee de un modo más comprometido y personal y lo hace incorporando esa actividad como un hábito sustancial de su vida. Ese tipo de lector está representado, probablemente, por el 47,2 por ciento de la población española que, al menos, una vez a la semana lee libros. Las políticas de lectura de este período no han perfilado propuestas para la diversidad de necesidades de la ciudadanía respecto a la lectura y han habituado a cifrar sus metas en el incremento de este dato cuantitativo. Sin embargo, no es demostrable el nexo de causalidad entre las políticas y la mayor fortaleza del *hábito* lector.

¿Cuáles son las razones para leer?

La lectura en España tiene como finalidad primordial el entretenimiento. Este es también el enfoque habitual de las políticas de lectura, las cuales renuncian a consolidar la lectura como la primordial herramienta de innovación en la sociedad digital; o bien como «la llave del conocimiento de la sociedad de la información», como se afirmaba hace ya 15 años [Millán 2001]. Frente a otros países en los que hay una presencia mucho mayor de un tipo de lectura «utilitaria» (en países anglosajones, pero también en México y Chile), el 83,9 por ciento de los lectores españoles vincula su lectura al entretenimiento. A gran distancia se citan finalidades relacionadas con los atributos de prestigio de la lectura: mejora del nivel cultural (11 por ciento), estudios (7 por ciento), consulta (3,7 por ciento) y trabajo (2,1 por ciento). Por otra parte, ¿cuáles son los motivos por los que no se lee?, en el *Barómetro del CIS del 2014* (en adelante, CIS) los motivos para no leer son por falta de interés o porque no les gusta (44,9 por ciento), porque no se dispone de tiempo (24,9 por ciento) o porque prefieren otras formas de ocio (16,4 por ciento).

¿Se lee más o menos que antes?

El discurso dominante es que la gente cada vez lee menos. Los datos que se han ido recabando nos indican, de un modo pertinaz, todo lo contrario. Si nos fijamos en lo que ocurre con el «círculo exterior de la lectura» —la visión amplia del hecho lector— la evolución de los resultados amplía la base de lectores en la población de un modo constante y también ocurre lo mismo si concentrarmos la mirada en la lectura frecuente de libros en el tiempo libre,

pues en los últimos quince años se registra, nada menos, un incremento de 11,2 puntos en la proporción de lectores frecuentes.

Sugiero prestar atención a lo que ocurre con las personas que leen todos o casi todos los días, es decir, las personas que integran el *núcleo duro de lectores* dentro de la población (los lectores más frecuentes dentro de los lectores frecuentes), porque nos apuntan algunas claves sobre las tendencias que puede experimentar la lectura en tanto que hábito interiorizado y como centro del desarrollo personal de un capital cultural. Aquí también se ha vivido un incremento constante e incluso llamativo: basta señalar que del 2008 al 2012 se ha pasado del 25,6 por ciento al 31,2 por ciento (confirmado por el 30 por ciento del estudio del CIS) y viene acompañado de un aumento constante del número medio de libros leídos al año entre el total de lectores de libros (ocasionales y frecuentes) que había alcanzado en el 2012 la cifra de doce libros de media.

¿Cuáles son los objetivos de las políticas de lectura?

Si el estudio sobre el comportamiento lector se ha centrado mayoritariamente en el balance cuantitativo, las políticas tampoco han contemplado con interés el trabajo sobre las competencias lectoras, ni en cómo viven y sienten la lectura diversos segmentos sociodemográficos, ni en la necesidad de entender, potenciar e innovar el papel de las mediaciones de la lectura: escuela y biblioteca.

¿Los libros impresos van a desaparecer?

¿Son los libros electrónicos un fracaso?

Una respuesta afirmativa no tendría hoy fundamento, en ninguno de los casos, en los datos disponibles. La industria tecnológica se muestra decidida a ofrecer cada vez más recursos para el consumo de contenidos culturales en soporte digital. Los consumidores adoptan o rechazan estas soluciones según sus necesidades y en virtud de la calidad de la experiencia. En el caso de los libros se ha señalado, con mucha frecuencia, que lo relevante es el contenido y que el soporte no importa, pero no es esto lo que indican las investigaciones que hemos venido realizando. Hasta el momento, parece que el soporte impreso es imbatible para buena parte de las necesidades y que el soporte digital ofrece oportunidades para prolongar y compartir el contacto con los libros. No obstante, esto no ha hecho más que empezar.

Referencias*

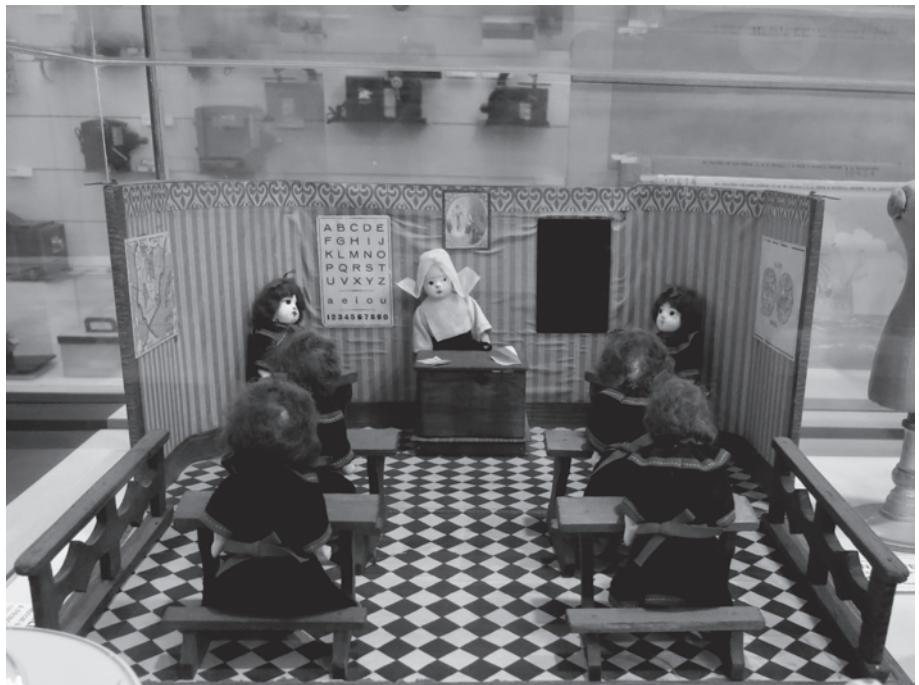
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (CIS), *Barómetro de diciembre 2014* <http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3040_3059/3047/es3047mar.html>
- CONECTA RESEARCH, *Hábitos de lectura y compra de libros en 2012*, Conecta Research para la Federación de Gremios de Editores de España, Madrid, 2013 <http://federacioneditores.org/img/documentos/HabitosLecturaCompraLibros2012ESP_310113_1.pdf> [Puede consultarse toda la serie 2000-2012].
- , «La lectura en dispositivos móviles», Madrid, 2014. Resumen en <<http://es.slideshare.net/conectarc/la-lectura-en-dispositivos-mviles>>
- CONTRERAS, Jesús, «Leer en tiempos modernos: adolescentes y jóvenes profesionales frente a la lectura», en José Antonio Millán, coord., *La lectura en España. Informe 2008*, Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez y Federación de Gremios de Editores de España, 2008, págs. 153-191.
- FERNÁNDEZ, Pura y MILLÁN, José Antonio, «Experiencia con préstamo de e-books en bibliotecas», Madrid: Obra Social de CajaMadrid, 2011 <<http://jamillan.com/librosybitios/2011/06/avance-de-e-book-biblioteca-y-lectura/>>
- GONZÁLEZ, Luis, «La lectura de la lectura. Hábitos y políticas», en José Antonio Millán, coord., *La lectura en España. Informe 2008*, Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez y Federación de Gremios de Editores de España, 2008, págs. 137-150.
- , «¿La lectura en transformación? Atributos, valores y prácticas», en Aurora Madariaga y Jaime Cuenca, eds., *Los valores del ocio: cambio, choque e innovación*, Bilbao: Universidad de Deusto, 2011, págs. 99-113.
- , «Lectores conectados en un nuevo mercado digital de libros», en Cristina Ortega y Fernando Bayón, ed., *El papel del ocio en la construcción social del joven*, Bilbao: Universidad de Deusto, 2014, págs. 139-161.
- GONZÁLEZ, Luis y VALBUENA, Javier, «A prueba de futuro: la investigación de la FGSR sobre la lectura digital», en J. A. Cordón, F. Carballo, R. Gómez y J. Alonso, eds., *Los libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento*, Madrid: Ediciones Pirámide, 2012, págs. 305-325.
- MILLÁN, José Antonio, «La lectura y la sociedad del conocimiento», Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2001.
- SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA Y ESTUDIOS, SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA (MECD), *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015*, Madrid: Subdirección General de Documentación y Publicaciones, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2015.

* Las páginas web se han de entender visitadas en septiembre del 2016.

PARTE II

La voz

de los expertos



El sistema educativo

FERNANDO TRUJILLO SÁEZ

La lectura en la sociedad neoliberal

Leer es una actividad personal y socialmente relevante y de ahí su importancia en el sistema educativo. El indicador más claro del interés por la lectura en todo el mundo es la atención que le presta la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en su programa internacional de evaluación de estudiantes (PISA). Desde el año 2000, PISA ha construido un marco teórico en torno a la lectura hasta convertirse en un estándar del cual hoy es difícil escapar. Como expone Felipe Zayas [2012: 8] en la presentación de *La competencia lectora según PISA*:

PISA evalúa hasta qué punto los jóvenes que están en edad de terminar la educación obligatoria han logrado las destrezas y estrategias necesarias para ser el tipo de lector que la sociedad actual exige. Y al hacer explícitas las destrezas y estrategias que se evalúan —es decir, qué se entiende por competencia lectora— nos sitúa en el lugar de salida del camino que hemos de recorrer acompañando a nuestros alumnos en su desarrollo como lectores competentes; nos proporciona el conocimiento sobre cuáles son las metas de la alfabetización.

Desde la publicación de *La lectura en España. Informe 2008* [Millán 2008] se han producido dos fenómenos trascendentales. En primer lugar, la crisis económica internacional conocida como la Gran Depresión ha provocado en España una importante reducción de la inversión educativa. En concreto, la OCDE [2016] lo cifra de la siguiente manera:

En los países de la OCDE, el gasto público global en todos los niveles de educación como porcentaje del gasto público total no ha experimentado apenas cambios entre 2008 y 2013, y se mantiene en un 11 % de media aproximadamente. Sin embargo, en el 2008 España destinó a la educación el 9 % de su gasto público total, frente al 8 % en el 2013. Esto, en combinación con una caída del 5 % en el producto interior bruto (PIB) en los años

posteriores a la crisis, derivó en una mayor reducción del gasto público total en educación en este país.

En segundo lugar, en diciembre del 2013 el gobierno del Partido Popular sacó adelante la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, más conocida como LOMCE, con el rechazo de todos los grupos políticos en el Congreso de los Diputados y la mayoría de la comunidad educativa.

La LOMCE coincide plenamente con las premisas establecidas por la OCDE. Así en la LOMCE [2013] se establece que:

la educación es el motor que promueve el bienestar de un país [pues el] nivel educativo de los ciudadanos determina su capacidad de competir con éxito en el ámbito del panorama internacional y de afrontar los desafíos que se planteen en el futuro [LOMCE 2013: «Preámbulo»].

En esta visión economicista y neoliberal de la educación compartida por la OCDE y la LOMCE, la lectura se presenta como una destreza fundamental dentro del universo simbólico del capital cultural que permite al individuo abrir, en palabras de la LOMCE «las puertas a puestos de trabajo de alta cualificación, lo que representa una apuesta por el crecimiento económico y por un futuro mejor» [LOMCE 2013: «Preámbulo»].

El enfoque paradójico de la lectura en la LOMCE

Sin embargo, el marco teórico de la OCDE en relación con la lectura ya estaba presente en la Ley Orgánica de Educación [LOE 2006], cuyas propuestas fueron analizadas por Martín [2008]: entre otras, dedicación de un tiempo diario a la lectura en Educación Primaria y Secundaria, valorización de las bibliotecas escolares, puesta en marcha de planes de fomento de la lectura o presencia de la lectura (especialmente en su dimensión epistémica o *leer para aprender*) en los currículos de las distintas etapas educativas. [Véase en este volumen el capítulo de Miret y Baró sobre bibliotecas escolares. N. del E.]

La paradoja llega cuando confirmamos que la LOMCE, que supuestamente pretende dar respuesta a las exigencias de la OCDE [Fernández-González 2015], no marca ninguna diferencia trascendental respecto al marco creado en la LOE; es necesario acudir a su desarrollo en decretos y órdenes para encontrar alguna referencia destacable, aunque no siempre podamos valorarla positivamente.

Así, con la LOE el Real Decreto 1513/2006, de 7 de diciembre, establecía para Educación Primaria en su artículo sexto que

[la] lectura constituye un factor fundamental para el desarrollo de las competencias básicas. Los centros, al organizar su práctica docente, deberán garantizar la incorporación de un tiempo diario de lectura, no inferior a treinta minutos, a lo largo de todos los cursos de la etapa.

Sin embargo, la asignación temporal explícita se ha visto limitada a «un tiempo diario» en el Real Decreto 126/2014, de 28 de febrero, y la lectura ha quedado incluida dentro de una serie de «elementos transversales» que deben tratarse en todas las asignaturas. Como se indica en el artículo 10,

[sin] perjuicio de su tratamiento específico en algunas de las asignaturas de cada etapa, la comprensión lectora, la expresión oral y escrita, la comunicación audiovisual, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, el emprendimiento y la educación cívica y constitucional se trabajarán en todas las asignaturas.

Así pues, la lectura comparte espacio con cuestiones tan dispares como el emprendimiento, la educación cívica o, más adelante, la dieta equilibrada, listado que nos recuerda a los temas transversales de la LOGSE, un enfoque que «no condujo a nada que tuviera incidencia en la práctica docente» [Bolívar 2010: 157].

Además, el Real Decreto 126/2014, de 28 de febrero, señala la lectura como un contenido presente en dos materias no lingüísticas. Así, se incluye como contenido del área de Ciencias de la Naturaleza la «lectura de textos propios del área» y en Ciencias Sociales el «fomento de técnicas de animación a la lectura de textos de divulgación de las Ciencias Sociales (de carácter social, geográfico e histórico)»; en el primero de los casos esto no tiene una traslación clara en los criterios de evaluación o en los estándares de aprendizaje evaluables y en el segundo, no se evalúan los efectos de estas «técnicas de animación a la lectura» (¿deben los estudiantes aprender técnicas de animación a la lectura?) sino la capacidad de gestionar información, objetivo también presente entre los contenidos del área.

En términos similares, el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, que establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, incluye en su artículo decimoquinto una referencia explícita a la lectura (y al tiempo que se destina a ella) como parte del objetivo de la creación del hábito lector:

En esta etapa se prestará una atención especial a la adquisición y el desarrollo de las competencias y se fomentará la correcta expresión oral y escrita y el uso de las matemáticas. A fin de promover el hábito de la lectura, se dedicará un tiempo a la misma en la práctica docente de todas las materias. [R. D. 1105/2014: 180].

Igualmente, la referencia en Bachillerato a la lectura está con frecuencia vinculada al hábito lector; por ejemplo, en el artículo 29.2 del mismo Real Decreto 1105/2014 se establece que

Las Administraciones educativas promoverán las medidas necesarias para que en las distintas materias se desarrollen actividades que estimulen el interés y el hábito de la lectura y la capacidad de expresarse correctamente en público. [R. D. 1105/2014: 192].

Más adelante, por citar otro ejemplo, se afirma que «el análisis de los textos científicos afianzará los hábitos de lectura» [R. D. 1105/2014: 173], sin considerar cuáles serán las estrategias didácticas mediante las cuales se realizará ese análisis y cómo contribuirán estas a los hábitos de lectura.

El pseudoproblema del hábito lector frente a otras ausencias

Sin embargo, los datos parecen indicar que el problema de la comprensión lectora en nuestro país no está relacionado con el hábito lector: según la Federación de Gremios de Editores de España [2013], la cifra de lectores entre los 14 y los 24 años está en torno al 97,7 %, declarando además un 84,6 % de los menores (10 a 13 años) que lee tanto por estudios como en su tiempo libre. Por su parte, Yubero Jiménez y Larrañaga Rubio [2010] han detraído de las lecturas realizadas a lo largo del año aquellas que son obligatorias establecidas por el centro educativo y, a pesar de todo, siguen estableciendo un porcentaje alto de lectores frecuentes (64,4 %) y ocasionales (15,6 %) entre los estudiantes de Primaria, e incluso ligeramente superior si consideramos exclusivamente a nuestras lectoras más jóvenes (67,2 % y 15,4 % respectivamente).

Es decir, la LOMCE y su desarrollo buscan la solución de algo que, siendo importante, no representa en sí mismo un problema mientras, por el contrario, deja sin tratar cuestiones tan relevantes como la competencia retórica, los procesos metacognitivos o la activación de procesos básicos de comprensión [Sánchez Miguel, García Pérez y Rosales Pardo 2010; Mañá 2014]. En todo caso, si el hábito lector es un problema, lo es para los propios docentes, pues

diversos estudios confirman que no leen y esto, como afirma Granado [2014: 59], sí «debe ser motivo de preocupación dada la incidencia de los hábitos lectores del docente sobre sus prácticas de enseñanza de lectura y, en consecuencia, sobre el desarrollo de los alumnos como lectores».

Educación Primaria

En cuanto a la presencia de la lectura en el currículo de lengua castellana y literatura en los desarrollos curriculares de la LOE y la LOMCE, las diferencias son también obvias. En la LOE se ofrecía un detallado análisis de qué significan leer y comprensión lectora así como una propuesta curricular coherente con ese marco teórico, mientras que la propuesta de la LOMCE es superficial y confusa.

Criterios como la relación con la realidad y el grado de madurez de los estudiantes, la gradación de los contenidos, la interrelación entre los elementos del currículo, etc., están tan presentes en el currículo de la LOE como ausentes en el de la LOMCE. En el diseño curricular de la LOMCE parecen mezclarse contenidos relacionados con la lectura con otros vinculados con la oralidad («comprensión de textos leídos en voz alta», «audición de diferentes tipos de textos») o con elementos más cercanos a los objetivos del currículo («selección de libros según el gusto personal») o las estrategias de centro (¿puede el Plan Lector ser un *contenido de aprendizaje* para los estudiantes?).

Finalmente, los criterios de evaluación y los estándares de aprendizaje solo contribuyen a aumentar la ceremonia de la confusión en torno a la lectura: reaparece la tradicional lectura en voz alta; se subordina el valor de la lectura «como medio para ampliar el vocabulario y fijar la ortografía correcta»; se somete al imperio de la velocidad; o se establece el resumen como criterio de evaluación de la comprensión lectora.

El desarrollo curricular de la LOMCE es, en definitiva, un paso atrás en relación con la lectura en la Educación Primaria frente a las aportaciones de la LOE. Sin embargo, precisamente, es en la Educación Primaria donde habría que realizar cambios porque, como afirman Choi y Jerrim [2015: 11], «la pobre actuación de España en evaluaciones internacionales de la lectura parece generarse en la Educación Primaria (y pre-Primaria) y no desciende (o mejora) de manera apreciable durante la Educación Secundaria» y, en consecuencia [*ibid.*: 16], «parece crítico mejorar las pobres destrezas lectoras de los estudiantes de Educación Primaria si se desea que España mejore significativamente su posición en las escalas de logro en PISA».

La lectura como muestra del currículo híbrido de la LOMCE

Mención aparte en el desarrollo de la LOMCE merece la Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, que describe las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la ESO y el Bachillerato. Esta Orden, promulgada casi un año después de los currículos, plantea un enfoque más entroncado con propuestas internacionales como PISA o el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, y por extensión con la LOE, que con la propia LOMCE.

Así, por un lado, la Orden ECD/65/2015 explica que

[la] competencia en comunicación lingüística es también un instrumento fundamental para la socialización y el aprovechamiento de la experiencia educativa, por ser una vía privilegiada de acceso al conocimiento dentro y fuera de la escuela.

Se recupera, de este modo, la visión de la lectura como una herramienta clave para el aprendizaje. Como tal, ha de ser promovida como estrategia de centro, para lo cual la Orden indica que

actuaciones como el diseño de un Proyecto Lingüístico de Centro que forme parte del propio Proyecto Educativo de Centro, un Plan Lector o unas estrategias para el uso de la Biblioteca Escolar como espacio de aprendizaje y disfrute permiten un tratamiento más global y eficaz de la competencia en comunicación lingüística.

Desafortunadamente, los planteamientos de esta Orden están desconectados del currículo.

Así pues, a diferencia del análisis de Martín [2008], que valoraba positivamente los pasos dados por la LOE, la LOMCE y su desarrollo representan en el plano normativo un estancamiento, en el mejor de los casos, en relación con la lectura. La LOMCE no ofrece mejora alguna respecto a su tratamiento; por el contrario, se añade confusión y se difumina su importancia al vincularla básicamente con el hábito lector o el aprendizaje del vocabulario y la ortografía y no con su dimensión epistémica o su relación con el desarrollo de las competencias claves. El diseño curricular contribuye a retrotraernos al menos una veintena de años en nuestra aproximación a la lectura. Es más, desgraciadamente, la LOMCE ofrece el marco ideal para que las prácticas que denunciaba Juan Mata [2008: 216] sigan siendo realidad: «Proliferan todavía métodos de

trabajo alejados de los verdaderos modos de aprender y de la necesaria adquisición de competencias reales de comunicación lingüística». Ahora estos métodos tienen un marco curricular que los ampara o, como mínimo, no tienen un marco curricular que los confronte con prácticas educativas realmente eficaces.

La lectura en las comunidades autónomas

Sin embargo, para entender el desarrollo de la lectura en los centros educativos, no podemos limitarnos al análisis de la normativa nacional. Como señala claramente la OCDE [2016], en España el peso de las comunidades autónomas en la financiación de la educación, y por tanto en su estructuración, es decisivo:

En el 2013, el 55 % de la financiación pública del conjunto de la educación primaria, secundaria y postsecundaria no terciaria en los países de la OCDE provino del Gobierno central, antes de las transferencias entre niveles de gobierno, con una participación del 22 % tanto del Gobierno local como del regional. En España, un 80 % de la financiación pública procede de los Gobiernos regionales, un 15 % del Gobierno central y solo un 6 % de los Gobiernos locales.

La primera observación de esta *mirada autonómica* es la dispersión de las actuaciones y su carácter irregular. No es fácil componer el mosaico que refleje la oferta de las comunidades autónomas en relación con la lectura. Por otro lado, una mirada atenta a las comunidades desvela un panorama diverso en la cantidad e intensidad de las propuestas, una con gran despliegue de actuaciones, otras con un acercamiento discreto y algunas con un vacío clamoroso de política. A continuación mostramos, por orden alfabético, las actuaciones más significativas que se han desarrollado en el período 2008-2016 sin considerar en el análisis los casos de Ceuta y Melilla por no tener estos territorios transferencias en educación.

Andalucía ha desarrollado en los últimos años una intensa actividad, que actualmente se concreta en cinco programas: Clásicos Escolares, ComunicAcción (destinado a la alfabetización mediática), Creatividad Literaria, Familias Lectoras y, de manera destacada, Proyecto Lingüístico de Centro (PLC), reconocido como programa de Nivel 1 en la escala de relevancia dentro de todos los desarrollados por la Consejería de Educación andaluza [Martín González 2015]. Además, Andalucía gestiona una importante Red de Bibliotecas Escolares que complementa las actividades realizadas dentro de

estos programas, entre las cuales destaca Libro Abierto, la publicación de la Consejería para el apoyo a las Bibliotecas Escolares.

La propuesta en **Aragón** se centra en el desarrollo del plan de lectura en los centros y el funcionamiento de las bibliotecas escolares. Caballud Albiac [2011] publicó el *Pan [sic] de lectura del Gobierno de Aragón* con sugerencias para un plan de lectura, escritura y expresión oral. En cuanto a convocatorias institucionales es especialmente interesante la propuesta Leer Juntos, que busca «integrar en una misma dinámica (de lectura compartida) a todos los componentes de la comunidad escolar», según se puede leer en la web de Bibliotecas Escolares.

Cantabria publicó en el 2007 su Plan lector, documento marco que pretendía guiar a los centros para el desarrollo de la competencia lectura. Más adelante, entre los años 2011 y 2016, se ha desarrollado el plan Leer, Comunicar, Crecer a partir de una serie de ejes prioritarios: aprendizaje por proyectos, oralidad, participación de la comunidad educativa, relación entre lectura y escritura, alfabetización en la información, animación a la lectura y formación de usuarios.

Castilla-La Mancha ha desarrollado un Plan Estratégico de Comprensión Lectora y Fomento de la Lectura. Promueve el diseño de planes de lectura en los centros educativos así como otras iniciativas vinculadas con la lectura como el Programa para el Alumnado de Educación Especial («Leer para comunicarnos e interactuar con el entorno»), la Red Documental Educativa, la *Guía para la detección temprana de las dificultades en lectura* o las encuestas sobre hábitos lectores de estudiantes, docentes y familias.

Castilla y León mantiene en su web institucional un espacio dedicado al Plan de Lectura y sus estrategias institucionales: reconocimientos y premios (como ¡Leo TIC! o los Premios a los Mejores Planes de Lectura de Centro), el Plan de Formación del Profesorado, la oferta de materiales, las bibliotecas escolares, el asesoramiento, el convenio con universidades para la realización de prácticas externas en bibliotecas escolares y demás actividades y concursos relacionados con la lectura. Además, Castilla y León mantiene un perfil en Twitter, @Hoy_Libro, y un blog con noticias sobre lectura y bibliotecas escolares.

En **Cataluña** se desarrolla desde el 2008 un Plan Nacional de Lectura dentro del cual se incluyen las actuaciones del Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Cataluña en relación con la lectura. Estas actuaciones se centran en cuatro ejes: el programa Impuls de la Lectura, el Plan de Lectura de Centro, El Gusto por la Lectura y jornadas y actos literarios. También destaca la web dedicada al aprendizaje inicial de la lectura, un aspecto tan importante como poco tratado en las actuaciones de otras comunidades.

En junio del 2011 se regularon los planes para el fomento de la lectura en los centros de la **Comunidad Valenciana** (Orden 4472011, de 7 de junio) y en una reciente resolución de 7 de octubre de 2016 se convoca el programa para la dinamización de las bibliotecas escolares y el fomento de la lectura en los centros educativos públicos. Esta actuación forma parte del Plan Valenciano de Fomento de la Lectura y el Libro (2015-2020), que pretende fomentar la experiencia lectora en la Comunidad, entre otras medidas.

En **Extremadura**, una de las actuaciones fundamentales es el programa Leer en Familia, una estrategia que proporciona información a familias y centros sobre lecturas organizadas por edades y estimula la lectura en familia a través de un sistema de cupones y hojas de control. Así mismo, las bibliotecas escolares pueden participar en el Premio Fomento de la Lectura organizado de la Consejería de Educación y Cultura.

El desarrollo de actuaciones en **Galicia** está también íntimamente ligado a su red de Bibliotecas escolares, una red extensa y con un gran nivel de actividad. En su web podemos encontrar la información sobre el Proyecto Lector del Centro, que se concreta en el Plan Anual de Lectura. En este plan se recogen las «rutinas de lectura» o actividades sistemáticas que ocurren en la biblioteca o en la hora de lectura, los itinerarios lectores, los proyectos documentales integrados, las actividades puntuales y las que implican a las familias.

En las **Islas Baleares** se ha desarrollado desde el curso 2007-2008 hasta el 2014 el Pla de Suport a la Lectura i l'Escriptura, con actividades especialmente destinadas a los estudiantes de Educación Primaria. También se ha desarrollado la Escola de Lectura, programa organizado por el Instituto de Estudios Baleares (IEB) con materiales en préstamo así como guías didácticas específicas sobre un título o autor.

Canarias también cuenta con un Programa de Lectura y Bibliotecas Escolares, que incluye acciones como el currículo, el plan de lectura de los centros, los proyectos de mejora, la formación del profesorado, la colaboración con la familia y el entorno, la creación de redes, la difusión de experiencias o la gestión de las bibliotecas escolares.

En el período que analiza este informe, la **Comunidad de Madrid** no se ha dotado de una política educativa propia relacionada con la lectura más allá del Plan de Fomento de la Lectura de la Comunidad de Madrid publicado en el 2006. En este período, la única actuación que hemos podido localizar en relación con la lectura en centros educativos es la Orden 927/2007, de 24 de mayo, por la que se pone en marcha la Red de Bibliotecas Escolares de la Comunidad de Madrid vinculada con el mencionado Plan.

La **Comunidad de Murcia** ha creado una materia de Educación Primaria llamada Lectura Comprensiva. Con ella los estudiantes de primero a tercero de Educación Primaria tendrán la ocasión de trabajar estrategias de lectura como las recogidas en la *Guía didáctica de lectura comprensiva*, publicada por la Consejería de Educación y Universidades de la Región de Murcia.

En **La Rioja** se desarrolla el proyecto de innovación educativa Aprender Leyendo: Plan de Lectura, Escritura y Dinamización de la Biblioteca Escolar; por otro lado, es también interesante el Programa de Apoyo a la Lectoescritura, que pretende ayudar a los estudiantes de segundo y tercero de Educación Primaria que presenten dificultades generalizadas relacionadas con esta destreza.

En **Navarra** se publicaron entre los años 2006 y 2008 las indicaciones para la elaboración del *Plan de lectura de los centros de Educación Infantil y Primaria y de Educación Secundaria*. Además de estas publicaciones, el Departamento de Educación desarrolla un Plan de Mejora de la Lectura y la Escritura en sus centros educativos, dentro del cual se han generado recursos como los *Materiales para la mejora de la comprensión lectora*.

Por último, en el **País Vasco** destacan por su extensión prácticas lectoras como la lectura por parejas o el apadrinamiento lector. Así mismo se diseñó en el 2012 un Plan de Lectura para el País Vasco, con veintitrés proyectos diferentes.

En conclusión, el panorama autonómico es disperso e irregular. En la mayoría de las comunidades se han dictado instrucciones o normas para la elaboración de un plan de lectura y, también en la mayoría, son las bibliotecas escolares (analizadas en otro capítulo en esta publicación) el espacio donde se desarrollan la mayor parte de las actividades de lectura. Sin embargo, aunque se mantiene en el discurso oficial la preocupación por la lectura, se detecta, en general, un claro declive en el interés y la promoción de la lectura en muchas comunidades autónomas en comparación con el informe de Martín [2008], además de una gradual desaparición de la lectura como tema relevante de trabajo tanto en las agendas autonómicas como en la imagen que estas transmiten a través de la Web.

La actuación del profesorado en torno a la lectura

El profesorado constituye el último bastión del interés por la lectura en los centros educativos. Por ello, es importante el valor que han cobrado el Proyecto Lingüístico de Centro y el Plan de Lectura de Centro. El Proyecto

Lingüístico de Centro (PLC) se define como «la organización de los recursos y posibilidades de un centro educativo para el desarrollo eficaz de la competencia en comunicación lingüística» [Trujillo Sáez 2015a: 12] y como «un importante reto en relación con la evaluación, la elección de actuaciones educativas eficaces, la atención a la diversidad y el desarrollo del plurilingüismo» [Trujillo Sáez 2015b: 53].

Existen múltiples ejemplos de PLC como referencia de buena práctica. Trujillo y Rubio [2014] analizan casos andaluces como el IES Mirador del Genil (Iznájar, Córdoba), el CEIP Ginés Morata (Almería), el CEIP Cándido Nogales (Jaén), el CEIP Marismas del Tinto (San Juan del Puerto, Huelva), el IES Los Álamos (Bormujos, Sevilla), el IES Diego Angulo (Valverde del Camino, Huelva), el IES Miguel Crespo (Fernán Núñez, Córdoba) o, con más detalle, el IES García Lorca (Algeciras, Cádiz). En general, se observa un interés creciente por el PLC en todo el estado, con diferentes niveles de desarrollo.

Por otro lado, Lluch y Zayas [2015: 10] explican el sentido del plan de lectura:

Un PLC ha de servir para que la comunidad educativa reflexione colectivamente sobre los objetivos relacionados con la lectura y para planificar las acciones de modo que las iniciativas no sean ocasionales y dispersas en el tiempo, sino proyectadas para períodos largos y con objetivos, recursos y compromisos acordados por todos y sometidos a una evaluación para lograr su mejora.

Precisamente, el plan de lectura puede incluir proyectos de aprendizaje en los cuales [Lluch y Zayas 2015: 37] «los alumnos desarrollan una pequeña investigación en la que hay que resolver algún problema o se les propone un proyecto de lectura y escritura, como puede ser un blog, una wiki o una lectura compartida en la web social». En ese sentido, señalan como modelos de buenas prácticas proyectos como *Quijote News*, el homenaje a Miguel Hernández, *Mi voz desde el exilio*, *Un paseo con Antonio Machado* o *Piénsame el amor y te comeré el corazón*. A estos podríamos añadir otros proyectos como *El sonido que habito*, *Callejeros literarios*, el *Libro Virtual FGL*, *Apreciando Arrugas*, *Hamaika Haizetara* o *infoEdugrafías*, entre muchos otros.

En estos proyectos destaca la utilización de la Red como base para un trabajo colaborativo intercentros, una enorme implicación por parte del profesorado, la creación de productos transmediáticos y la profundización en un concepto de alfabetización más complejo, creativo y social. En definitiva, como suele ocurrir en educación, hoy muchos centros y muchos docentes están por delante de las instituciones, afortunadamente.

Referencias*

(Para las referencias sobre comunidades y proyectos de lectura concretos, véase el Apéndice web de este capítulo).

- BOLÍVAR, Antonio, *Competencias básicas y currículo*, Madrid: Editorial Síntesis, 2010.
- CABALLUD ALBIAC, Mercedes, *Pan de lectura del Gobierno de Aragón*, Departamento de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de Aragón, 2011 <<http://crateru1.educa.aragon.es/plandelecturaweb.pdf>>
- CHOI, Álvaro y JERRIM, John, *The use (and misuse) of PISA in guiding policy reform: the case of Spain?*, London: Department of Quantitative Social Science, Working Paper 15-04, UCL Institute of Education, University College London, mayo 2015.
- CONECTA RESEARCH, *Hábitos de lectura y compra de libros en 2012*, Conecta Research para la Federación de Gremios de Editores de España, Madrid, 2013 <http://federacioneditores.org/img/documentos/HabitosLecturaCompraLibros2012ESP_310113_1.pdf>
- FERNÁNDEZ GONZÁLEZ, Noelia, «PISA como instrumento de legitimación de la reforma de la LOMCE», *Bordón*, 67 (1), 2015, págs. 165-178.
- GRANADO, Cristina, «El docente como lector: estudio de los hábitos lectores de futuros docentes», *Cultura y Educación*, 26 (1), págs. 44-70.
- LEY ORGÁNICA 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE), BOE núm. 106, de 4.5.2006 <<https://www.boe.es/boe/dias/2006/05/04/pdfs/A17158-17207.pdf>>
- LEY ORGÁNICA 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE), BOE núm. 295, de 10.12.2013 <<https://www.boe.es/buscar/pdf/2013/BOE-A-2013-12886-consolidado.pdf>>
- LLUCH, Gemma y ZAYAS, Felipe, *Leer en el centro escolar. El plan de lectura*, Barcelona: Editorial Octaedro, 2015.
- MAÑÁ, Amelia, «La competencia lectora en la Educación Secundaria Obligatoria: descripción y dificultades del uso de información para responder preguntas», *Cultura y Educación*, 26 (1), 2014, págs. 184-202.
- MARTÍN, Elena, «El papel de la lectura en el sistema educativo», en Millán, coord., 2008, págs. 123-136.
- MARTÍN GONZÁLEZ, Manuel, «Acompañar desde la formación y el asesoramiento», *Cuadernos de Pedagogía*, 458, 2015, págs. 57-60.

* Las páginas web se han de entender visitadas en septiembre del 2016.

- MATA, Juan, «Leer cómo, enseñar qué (los formadores en lectura)», en Millán, coord., 2008, págs. 209-224.
- MILLÁN, José Antonio, coord., *La lectura en España. Informe 2008*, Madrid: Federación de Gremios de Edutores de España, 2008.
- OCDE, *Education at a Glance 2016: OECD Indicators*, París: OECD Publishing, París, 2016, <<http://dx.doi.org/10.1787/eag-2015-en>>
- REAL DECRETO 1513/2006, de 7 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria, BOE núm. 293, de 8.12.2006 <<https://www.boe.es/boe/dias/2006/12/08/pdfs/A43053-43102.pdf>>
- REAL DECRETO 1631/2006, de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria, BOE núm. 5, de 5.1.2007 <<https://www.boe.es/boe/dias/2007/01/05/pdfs/A00677-00773.pdf>>
- REAL DECRETO 126/2014, de 28 de febrero, por el que se establece el currículo básico de la Educación Primaria, BOE núm. 52, de 1.3.2014 <<https://www.boe.es/boe/dias/2014/03/01/pdfs/BOE-A-2014-2222.pdf>>
- REAL DECRETO 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, BOE núm. 3, de 3.1.2015 <<https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-37-consolidado.pdf>>
- SÁNCHEZ MIGUEL, Emilio; GARCÍA PÉREZ, J. Ricardo, y ROSALES PARDO, Javier, *La lectura en el aula. Qué se hace, qué se debe hacer y qué se puede hacer*, Barcelona: Graó, 2010.
- TRUJILLO SÁEZ, Fernando, «Un abordaje global de la competencia lingüística», *Cuadernos de Pedagogía*, 458, 2015a, págs. 10-13.
- , «Una oportunidad para el cambio», *Cuadernos de Pedagogía*, 458, 2015b, págs. 52-56.
- TRUJILLO SÁEZ, Fernando y RUBIO, Raúl, «El PLC como respuesta sistémica al reto de la competencia comunicativa en entornos educativos formales: propuesta de análisis de casos», *Lenguaje y Textos*, 39, 2014, págs. 29-38.
- YUBERO JIMÉNEZ, Santiago y LARRAÑAGA RUBIO, Elisa, «El valor de la lectura en relación con el comportamiento lector. Un estudio sobre los hábitos lectores y el estilo de vida en niños», *Revista OCNOS*, 6, 2010, págs. 7-20.
- ZAYAS, Felipe, *La competencia lectora según PISA. Reflexiones y orientaciones didácticas*, Barcelona: Graó, 2012.



Librerías: desapariciones, permanencias, metamorfosis

JORGE CARRIÓN

Las librerías culturales

En el Día de Todos los Santos del 2015 el escritor y artista Víctor García Tur realizó una intervención en la librería Calders de Barcelona. Por un lado, giró todos los libros de autores muertos, convirtiendo los conjuntos de volúmenes de las estanterías en unos extraños códigos de barras, en una sinfonía gráfica en código Morse. Por el otro, editó una antología de textos de autores desaparecidos, en cuyas guardas —desplegables— se ocultaba un estudio gráfico y estadístico del fondo editorial de La Calders. Así, descubríamos que la gran mayoría de los libros que alberga han sido escritos originariamente en castellano, inglés y catalán, en ese orden. Que el 82 % de los autores representados están sujetos a las leyes del *copyright* y un 18 % son de dominio público. Que el 86 % de los libros del fondo fueron escritos por hombres, frente al 14 % escritos por mujeres. O que el 55 % de los autores están vivos y el 45 %, muertos.

Ese doble gesto (García Tur, 2015) me parece valiente y necesario: las librerías deben dialogar con las prácticas contemporáneas y deben enfrentarse a sus propias verdades. Las verdades pueden ser incómodas: incluso en un sector en que las libreras han sido y son tan o más importantes que los libreros, el catálogo de las editoriales y la inercia social imponen una oferta mayoritariamente masculina. Las verdades pueden ser incluso obvias: tras estudiar el fondo de una librería se puede determinar sin ambages si su misión es cultural o meramente comercial.

Para no olvidar el sentido profundo de las librerías conviene recordar su tradición más eminente. City Lights de San Francisco, fundada en 1953 por Lawrence Ferlinghetti a su regreso de París, con un vínculo directo —profesional y sentimental— con la Shakespeare and Co. de George Whitman, tal vez sea la única librería de los viejos tiempos que sobrevive con su fundador todavía vivo y lúcido, aunque apartado de la acción directa por sus casi cien años de edad. De mantener vivo el legado de una librería que nació porque había un

nicho de mercado en California (era novedad la publicación de libros de bolsillo que no fueran novelas *pulp*, sino literatura de calidad), y que enseguida se vio acompañada por el proyecto de la editorial homónima, se ocupa la Fundación City Lights. Estuve por última vez hace un par de años y aunque abunden los turistas culturales que la visitan, no deja de ser una excelente librería que no traiciona su vocación de centro político, literario y, en fin, cultural. Conviene recordarlo.

Supongo que si le dijera a Ferlinghetti que su establecimiento es una «librería cultural», sonreiría irónico por la redundancia. Pero el viejo lobo enseguida recordaría la necesidad de diferenciar entre las librerías y los supermercados de libros, las cadenas que los tratan como mercancía sin relevancia cultural, los comercios en línea cuyo ejemplo más evidente es Amazon. La necesidad de diferenciar entre librerías y meros puntos de venta de libros. Por eso la redundancia se ha vuelto necesaria. Desde el año 2000, la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros premia anualmente a una «librería cultural», por su defensa continuada de la lectura y del libro dentro y fuera de las paredes de su establecimiento. En la Gil de Santander me dejaron ver toda la documentación que aportaron para demostrar una agenda continuada de eventos de promoción, difusión y formación: impresionante. Entiendo que todas las ganadoras pudieron demostrar un currículum similar. La lista nos permite no sólo mapear algunos de los nodos más importantes de la España literaria, sino también interpretar una evolución posible en el mismo concepto de lo que entendemos por librería.

Los ganadores de la distinción han sido en estos dieciséis años: Babel (Castellón), Diagonal (Segovia), Cálamo (Zaragoza), Cervantes (Oviedo), Plumier (Ibi, Alicante), Rafael Alberti (Madrid), Escarabajal (Cartagena, Murcia), Sintagma (El Ejido, Almería), La mar de letras (Madrid), Oletvm (Valladolid), Anónima (Huesca), Entre Libros (Linares, Jaén), Taiga (Toledo), Los portadores de sueños (Zaragoza), Gil (Santander), Cámara (Bilbao) y Traficantes de Sueños (Madrid). La iniciativa empezó, por tanto, con fuerza premiando un proyecto todavía entonces joven (había nacido en 1988), pero que tenía una clara vocación innovadora, como es el de Babel, que desde su origen ha trabajado para dar a conocer el fondo de las editoriales, ha contado con una generosa programación de actividades de todo tipo, ha convocado iniciativas y premios para fortalecer el valenciano y ha incluido en su topografía espacios de exposición y de venta de comercio justo. Pero es sobre todo librería, digamos, de libros, como la mayoría de los nombres de la lista. En la Cálamo se venden también vinos, en Taiga proponen juegos para que los niños descubran y exploren sus emociones; en todas (menos en Escarabajal y Sintagma, que han de-

saparecido) se lleva a cabo una importante agenda de eventos que incluye otros ámbitos además del literario y del libresco, pero se definen como librerías y sus metros cuadrados están ocupados mayoritariamente por libros. Sólo en dos de las últimas premiadas eso no es así.

Los Portadores de Sueños es una librería que dedica una gran atención a la ilustración y el arte, con exposiciones de autor y con venta de obra gráfica original. Y Traficantes de Sueños se define en su página web de esta manera:

Es un proyecto de producción y comunicación política que aspira a aportar contenidos y animar debates útiles para la acción colectiva transformadora. También es un proyecto de economía social, esto es, una entidad sin ánimo de lucro y sin jefes, implicada en el Mercado social y en el desarrollo de otra economía. Traficantes de Sueños inició su andadura en 1995 con el objetivo de generar un espacio estable donde encontrar materiales de reflexión; la herramienta que utilizamos para ello es el libro, entendiéndolo como un medio de transformación individual y colectiva. A partir de ahí comenzamos a organizar la librería asociativa y la distribuidora; en los 2000 llegaron la editorial, el taller de diseño y el espacio para la autoformación y producción de Nociones Comunes.

Que ambas hayan sido incluidas en la nómina de las grandes librerías culturales españolas significa que los proyectos alternativos ya pueden competir, en términos de trayectoria y prestigio, con los más tradicionales y asentados, porque un punto de venta de libros no tiene por qué ser una librería y una librería —en cambio— puede ser, en cambio, muchas otras cosas.

Rutas de libros

Es normal que así sea, porque en la experiencia cotidiana de los lectores no existen diferencias sustanciales entre espacios que comparten voluntad de lo que Pierre Bourdieu (1999) llamó distinción. Es decir, en los paseos, en las rutas, en la frequentación de las librerías, los clientes acostumbran a mezclar visitas, no sólo a establecimientos de libros nuevos o usados, de larga historia o de nueva generación, sino también a galerías de arte, tiendas de cómic, cafeterías, museos, centros culturales o tiendas de música. El itinerario del consumo cultural en el siglo XXI es necesariamente bastardo. Fluctúa entre espacios muy diversos. Y entre el papel y el píxel.

El Día de Sant Jordi en Cataluña y el Día de las Librerías en el resto de las ciudades españolas es una buena jornada para constatar esa hibridación, física y

virtual, de deseos y experiencias. Los regalos deben ser libros físicos, de modo que el objetivo es encontrar los volúmenes adecuados, pero la vivencia es necesariamente multimedia. El año pasado pude comprobar que en Zaragoza el Día de las Librerías hace vibrar a los lectores, que acuden a su librería de cabecera (según vi en Los Portadores de Sueños y en Antígona) para tomar un chocolate caliente por la mañana o una copa de vino por la noche, y para comprar libros. Pero la actividad en redes sociales es continuada. Como he podido ver durante los últimos años en la jornada de Sant Jordi en Barcelona, se ha convertido en una práctica habitual la fotografía compulsiva tanto de los autores famosos que firman ejemplares ajenos como la del propio lector con su escritor favorito, porque «la fotografía conversacional», es decir, las fotos como «mensajes que nos enviamos unos a otros» [Fontcuberta 2016: 119], también se ha vuelto importante en el ámbito de los libros. No se trata de una circulación iconográfica exclusiva de los lectores y consumidores: es contrapunteada, cuando no directamente alimentada, tanto por la industria editorial (a través de las cuentas en Instagram o de Facebook de los propios sellos) como por los agentes de prescripción (tanto los libreros como los periodistas culturales y los críticos culturales también ponen en circulación fotografías en que aparecen libros, textualmente comentados o con un marco elocuente, en el que abundan los *selfies*).

Para la mayoría de esos clientes que vi en Zaragoza, que son como nosotros, todos los días son el día de las librerías. Hay que trabajar en esa dirección: que lo excepcional se convierta en normal. Que «Día de las Librerías» sea también una redundancia. Incluso para los que, de momento, sólo van a librerías y compran libros el Día de Sant Jordi. Es de recibo preguntarse si esa puesta en valor del libro como objeto estético, ese flujo de imágenes en que nos presentamos o autopresentamos en una relación personal, cuando no íntima, con un libro o con un autor, está significando la creación de una nueva generación de lectores o la amplificación de la comunidad de los lectores ya existentes. El contexto de esas nuevas tendencias relaciones, en que la lectura es tan importante como el hecho de compartir la visual o textualmente en tiempo real, es el de la irrupción en este cambio de siglo de la pantalla omnipresente, de Internet y de los dispositivos portátiles de lectura.

Esa mutación radical de nuestros modos tanto de producir como de leer imagen y texto explica, de hecho, la proliferación de estudios sobre el libro, las bibliotecas, las editoriales o las librerías. Como ha escrito Nora Catelli: «No es casual que la historia del libro, como disciplina, haya surgido de manera paralela a la conciencia de la posible extinción física de ese objeto» [Catelli 2001: 20]. Del mismo modo, la conciencia de la importancia de las librerías

como centros culturales parece haberse reforzado a causa de la amenaza de Amazon y de la distribución alternativa que propone. Esas dos reacciones simultáneas y complementarias, por parte de la academia y del resto de los agentes culturales, tiene su correlato pop en los *booktubers*, en los *instagramers* especializados en fotos de libros, en los usuarios de Facebook que publican *selfies* leyendo o en los blogueros que comentan infatigablemente sus últimas lecturas. En otras palabras: pese a que ya no tenga sentido hablar de «alta» y «baja» cultura, porque nuestras vidas son una montaña rusa constante entre producciones de diferente calidad y signo, porque todos somos productores culturales y porque la horizontalidad democrática ha barrido la verticalidad aristocrática, de modo que el académico que por la mañana publica en una revista indexada un estudio sobre la edición en Barcelona en el siglo XVII, por la tarde cuelga en Facebook una foto leyendo en la playa con una camisa hawaiana, lo cierto es que sí existen frecuencias y canales diferenciados de opinión, información e imaginación respecto a los muchos libros que nos rodean. Y tanto los ya existentes como los nuevos, tanto los más graves como los más desenfadados, se han puesto de acuerdo en reivindicar de una forma u otra el objeto libro. Al fin y al cabo, no existe ningún otro producto cultural con tanto prestigio: por eso para tantos *instagramers* ser incluidos en el volumen *We Instagram* de @martaar [2016] fue ver un sueño hecho realidad.

Por todo ello ha proliferado en los últimos años la conciencia de que es importante crear topografías de la circulación libresca. Si las calles y los barrios de libros —de Onceles en Ciudad de México a Port'Alba en Nápoles, de Charing Cross Road en Londres al Bazar de los Libros de Estambul— han existido desde hace miles de años, los mapas que los representan y los promocionan, aunque haya excepciones ilustres (como el del «Book Row of America» de mediados del siglo pasado, representando el mítico tramo de la 4.^a Avenida de Nueva York), se han vuelto habituales sobre todo en este cambio de siglo. En todos los casos existen al mismo tiempo en papel y, tal vez decisivamente, en la Red. En el año 2014 visité Río de Janeiro y pude conseguir uno de los 100 000 ejemplares que en el 2010 se editaron de la versión impresa del *Roteiro das Livrarias do Centro Histórico* [AEL/EJ 2010]. Al año siguiente, de un proyecto colaborativo de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cuajimalpa [2011], surgió el primer mapa de las librerías de viejo de Ciudad de México. En paralelo, el grupo editorial Contexto [2014] publicó *El mapa de las librerías de Madrid*, que contaba con 122 puntos y, como el resto, se encuentra en línea. Mientras tanto, la Associació de Llibreters de Gràcia ponía en su web un mapa de Google con la localización de los treinta establecimientos de ese barrio barcelonés. Y nacían al menos tres páginas webs especializadas en la

materia: dos locales, *Librerías BCN* y *Librerías de Zaragoza*, repertorios ilustrados de las librerías de ambas ciudades; y la otra estatal, *Llanuras*, con la voluntad de dar cuenta de la agenda de eventos en librerías de toda España. El subtítulo de *Llanuras* es «Rutas para lectores».

Esos mapas, esas rutas, esas asociaciones, hablan de una nueva cultura de la cooperación. Su ejemplo más elocuente es La Conspiración de la Pólvora, tal vez la primera asociación interurbana de librerías con el objetivo de crear rutas de actividades (porque han existido tradicionalmente asociaciones de librerías, como Bestiari, que agrupa a 17 establecimientos independientes catalanes y ha cumplido este año 40 de existencia, pero que raramente coordinan actividades conjuntas). La acción combinada de Letras Corsarias (Salamanca), Intempestivos (Segovia) y La Puerta de Tannhauser (Segovia), en cambio, está perfectamente planificada y consensuada. Esa sincronía les valió el Premio Nacional de Fomento de la Lectura del 2016. No fue casual, por cierto, que se les concediera *ex aequo*: también lo ganó Ana Garralón, librera y bloguera, por su blog de literatura infantil y álbum ilustrado *Ana Tarambana*. Digo que no fue casualidad porque de ese modo se premió la promoción lectora tanto en la dimensión física de la cultura como en la virtual, entre el público adulto y entre los niños (durante la crisis económica las librerías infantiles han ganado peso: podemos ahorrar en nosotros, pero no lo hacemos en nuestros hijos, quienes además consumen un tipo de libro que, por su factura, difícilmente tiene sentido leer en otro formato que no sea el papel).

Más allá de la existencia de excelentes librerías en una misma ciudad, como ocurre en Sevilla (La Extra-Vagante o Palas), Zaragoza (Los Portadores de Sueños, Cálamo, Antígona), Palma de Mallorca (Literanta, Babel, Los Oficios Terrestres) o Valencia (Bartleby o Ramon Llull), establecimientos que los lectores pueden conectar con sus intereses y sus cuerpos, la llegada de Amazon España invita al fortalecimiento de las redes de colaboración entre las librerías independientes de una misma ciudad o de una misma región o de un mismo idioma. En el 2008, Amazon compró AbeBooks, cuya sección en español es *Iberlibro*, un buscador que permite acceder a los catálogos de miles de librerías y comprar libros en línea, de modo que en estos momentos, en términos globales, son la plataforma digital de la cadena La Casa del Libro, Unilibre (especializada en libros antiguos) y el buscador *Todos tus libros* de CEGAL (que permite saber qué librería más o menos cercana tiene el libro que buscas) las tres grandes herramientas de localización y compra que tiene a su disposición el lector español, si no desea comprar en la multinacional norteamericana.

Las librerías híbridas

Ulises Carrión fundó Other Books and So en 1975. El escritor y artista mexicano vivía muy precariamente en Ámsterdam y, con la apertura de la librería, trató de solucionar sus problemas de residencia en Holanda, al tiempo que construía un espacio donde se encontraran los lectores y coleccionistas con los libros artísticos que producía la comunidad internacional de creadores afincados en la ciudad.

El local, un semisótano, se encontraba en el canal de los Herengracht, número 277 (dos años más tarde se trasladaría al 259). Tal vez no fuera exactamente una librería, pero tampoco era una galería de arte. Se exhibían objetos parecidos a libros, cuyos autores no eran escritores, sino artistas. Se conversaba. Se proponía. Se intercambiaba. Se actuaba. Carrión se refirió a su Other Books and So como «espacio público» [Maderuelo 2016: 106]. En el centro, según se ve en las fotografías que se conservan, estaba la mesa con la máquina de escribir de Ulises Carrión. En el centro, por tanto, se encontraba la escritura. No ya la literatura, porque el concepto se había expandido hacia otros lenguajes y otros objetivos. En el centro, por tanto, se encontraba también el librero. O el comisario. O el escritor. O el artista. O el gestor cultural. Una persona que entendió que el principal valor de su proyecto eran otras personas: por eso las fotografió, porque el espacio era mucho menos importante que el constante tráfico.

Carrión era mexicano. Su no librería ni galería de arte estaba en Ámsterdam. Le puso un nombre inglés. Creía en un libro después del libro y en una topografía después de las fronteras nacionales. Las fotografías de Other Books and So formaron parte de la exposición que el Museo Nacional Reina Sofía de Madrid dedicó a Carrión en el 2016. Es una más de las pruebas que demuestran que las librerías invisibles se están haciendo visibles. Y que en cultura no tiene ningún sentido hablar de regiones o estados: las librerías, concretamente, son embajadas que no tienen otra razón de ser que tender puentes, superar límites. Experimentar. Como hizo el autor de *El arte nuevo de hacer libros* [Carrión 2012] en los años 70.

A las pocas semanas de su inauguración a principios del 2016, Ubik —la biblioteca de creación del centro cultural Tabakalera de San Sebastián— ya se había consolidado en la vida cotidiana de los donostiarras. El espacio produce vértigo intelectual. Los libros, las películas, los cómics, los juguetes o los videojuegos conviven en la misma estantería, pues la clasificación no es por géneros o por lenguajes, sino por temas. Las mesas donde apoyar una novela o un ordenador portátil conviven con los módulos en los que construir cosas,

sillones para jugar a la *play*, una batería y una guitarra eléctrica, los televisores donde ver series o películas con auriculares, un estudio de grabación y grifos para lavarse las manos. Los niños, los adolescentes, los mediadores y los adultos conviven en las mesas, los ordenadores, la sala de lectura en silencio, el cine experimental o los rincones para encuadernación, manufactura, robótica, edición digital, interpretación musical o juegos. He repetido tres veces el mismo verbo, porque la clave es la *convivencia*. Esa palabra define nuestra época en la que confluyen todas las épocas.

En el nuevo orden de los textos que propone Ubik veo una vía de futuro de las librerías. Si en Altaïr, de Barcelona, los libros han estado tradicionalmente clasificados por áreas geográficas, de modo que en las estanterías de «Nueva York» o de «Australia» conviven las guías de viaje con las novelas, los ensayos, los cuadernos ilustrados, las novelas gráficas o los libros de poemas que atañen a esa ciudad o esa isla continente, se trataría de añadir a la sección los deuvedés, los juguetes, los cedés o incluso la tecnología más adecuada para disfrutar de la capital del siglo XX o para orientarte en el desierto. Los objetos culturales también son textos. En una ordenación temática de la librería, que significara la superación definitiva tanto de las fronteras nacionales y lingüísticas como de los géneros aristotélicos que ya a ningún escritor pueden hacer justicia, sería natural que quien busca información o placer sobre el «viaje», la «teoría queer», las «islas», el «periodismo» o «El Polo Sur», tuviera a su disposición tanto novelas como antologías, tanto ensayos como cómics, tanto mapas como películas, tanto juegos de estrategia como álbumes infantiles. La página web de la librería solamente tendría que ser coherente con esa filosofía, ofreciendo no sólo los objetos (el libro, el deuvedé, el cedé) sino también sus versiones electrónicas o el acceso a plataformas donde *consumirlos*.

Desde el 2013 un equipo de Tabakalera venía trabajando, en clave experimental, en el proyecto «Biblioteca aumentada», para decidir las líneas maestras que han cuajado en Ubik. Una de ellas ha sido la mutación del bibliotecario generalista en un mediador experto, cuyo tiempo puedes reservar en píldoras, asesorías particulares sobre temas teóricos o aprendizajes prácticos. Qué debo leer sobre la ciudad. Cómo puedo construir mi propio dron. Porque una biblioteca es sobre todo un territorio de diálogos.

¿Sería posible ampliar la dimensión prescriptora del librero hasta convertirla en formativa? ¿No ha sido tradicionalmente el librero un animador de conversaciones, un tertuliano, un profesor informal? ¿No es común en las librerías infantiles que el librero o la librera te cuenten el cuento, haciendo énfasis en las escenas más importantes, en los dibujos más llamativos, indicándote de ese modo la mejor manera de transmitirles la historia a tus

hijos? Por supuesto que esa ampliación del concepto de «anaquel de librería» para que acoja también objetos que no son libros, paralela a la del «librero» como «mediador» o «formador» pone en peligro la identidad de la propia librería y del librero. En un taller en el que participé en la Feria del Libro de Torino del 2015 —cuyo nombre era «Diseñando la librería del futuro»— discutimos en términos cuantitativos la identidad de la librería. ¿En qué momento deja de serlo? ¿Cuando es menos del 60 %, del 50 %, del 40 % el espacio dedicado a los libros y es mayormente una cafetería u otro tipo de establecimiento? Esa supuesta amenaza a la identidad, sin embargo, está en el ADN de la librería, que durante siglos se confundió con la sede de una editorial o de una imprenta, con el hogar del editor-librero, y en la modernidad lo ha hecho de un modo natural con la galería de arte o con la tienda de museo. Garoa Kultur Lab, en San Sebastián, se define como un «espacio para la experimentación cultural». Leemos en la página web: «En este espacio sucederán cosas que ninguno de nosotros puede anticipar, y eso es, exactamente, lo más bonito. Cultura, letras, arte, nuevas tecnologías y encuentros». Encuentros incluso políticos. La Atómica, de Valladolid, por su parte, ha sumado a la librería y la galería un espacio de *coworking* (como hizo inmediatamente antes de ella Open de Milán). En Madrid, La Fiambrera, que se define a sí misma como «Art Gallery & Bookshop» o Swinton & Grant es la suma de dos identidades, Swinton Gallery y Ciudadano Grant.

En *El arte nuevo de hacer libros* de Ulises Carrión se incluye el texto de presentación del establecimiento, una fotocopia en la que leemos: «The first gallery-shop in Amsterdam specialized exclusively in the sort of books that *you* make» [Carrión 2012: 29]. En la retrospectiva de Ulises Carrión en el Reina Sofía se podía ver más publicidad de la no librería. Por ejemplo, una tarjeta con que se presentaba el proyecto, donde dice: «other books, non books, anti books, pseudo books, quasi books, concrete books, visual books, conceptual books, structural books, project books, statements books, instruction books, and musical scores, postcards, posters, objects, sound poetry». El catálogo también reproduce el póster que anunciaba la exposición de Eduard Bal, donde se habla de «Books, Boxes, Cards, Objects, Prints, Stamps». Libros, papeles, cosas. La inauguración consistía en una «filmperformance». Esa palabra que hibrida otras dos me recuerda a la más famosa de esas palabras siamesas, que no es «blaugrana», sino «baciyelmo». Es sabido que gracias a ese neologismo solucionan don Quijote y Sancho Panza su discusión sobre qué diablos llevaba aquel desconocido en la cabeza, si una bacía, es decir, una suerte de palangana, o el archifamoso Yelmo de Mambrino. Esa palabra resume dos visiones del mundo en principio antagónicas. Las concilia.

Referencias*

- BORDIEU, Pierre, *La distinción*, trad. de María del Carmen Ruiz de Elvira. Madrid: Taurus, 1999.
- CARRIÓN, Ulises, *El arte nuevo de hacer libros*, trad. de Heriberto Yépez, Ciudad de México: Tumbona Ediciones, 2012.
- CATELLI, Nora, *Testimonios tangibles. Pasión y extinción de la lectura en la narrativa moderna*, Barcelona: Anagrama, 2001.
- FONTCUBERTA, Joan, *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*, Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2016.
- GARCÍA TUR, Víctor, *Afterword (with permission)*, Barcelona: New Niu Press, 2015.
- MADERUELO, Javier, *Ulises Carrión, escritor*, Heras: Ediciones La Bahía, 2016.
- @martaar, *We Instagram*, Madrid: Espasa, 2016.
- SCHRAENEN, Guy, ed., *Ulises Carrión. Querido lector. No lea*, Madrid: Museo Nacional Reina Sofía, 2016.

Webs de librerías y colectivos

- ASSOCIAÇÃO ESTADUAL DE LIVRARIAS DO RIO DE JANEIRO (AEL/EJ), <http://www.aelrj.org.br/website2010/images/stories/mapaelistadaslivrariasdoroteiro2010_capa.pdf>
- ASSOCIACIÓ DE LLIBRETERS DE GRÀCIA, <<http://www.llibretersdegracia.com>>
- CEGAL, <<http://www.todostulibros.com>>
- GAROA KULTUR LAB, <<http://www.egaroa.com/es/garoa-kultur-lab>>
- GRUPO CONTEXTO, *El mapa de librerías de Madrid*, Madrid, 2014 <<http://www.contextodeeditores.com/wordpress/wp-content/uploads/2014/12/MapaLibrMadrid.pdf>>
- IBERLIBRO, <<https://www.iberlibro.com>>
- LA ATÓMICA, <<http://www.laatomica.es>> (en construcción)
- LA CASA DEL LIBRO, <<http://www.casadellibro.com>>
- LA FIAMBRERA, <<http://www.lafiambrera.net>>
- LIBRERÍAS BCN, <<http://www.libreriasbarcelona.es>>
- LIBRERÍAS DE ZARAGOZA, <<http://www.libreriasdezaragoza.com>>
- LLANURAS, <<http://www.llanuras.es>>
- LOS PORTADORES DE SUEÑOS, <<http://www.losportadoresdesuenos.com>>

* Las páginas web se han de entender visitadas en septiembre del 2016.

JORGE CARRIÓN

SWINTON & GRANT, <<http://www.swintonandgrant.com>>
TRAFICANTES DE SUEÑOS, <<https://www.traficantes.net>>
Proyecto, <<https://www.traficantes.net/proyecto-traficantes-de-sue%C3%B1os>>
UNILIBER <<http://www.uniliber.com>>
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD CUAJIMALPA, *Mapa de las librerías de viejo de Ciudad de México*, México, 2011 <<http://libreriasdeviejomexico.org/wp-content/uploads/mapa/mlv-descargas-mapa.pdf>>



Bibliotecas escolares a pie de página

INÉS MIRET Y MÒNICA BARÓ

Un informe sobre las bibliotecas escolares autocalificado de *a pie de página* parece desvelar sus conclusiones desde la primera línea. Pero, en este caso, esto no será del todo cierto.

Anthony Grafton [1999] dedicó una monografía a ilustrar históricamente los usos de este recurso textual y a situar «los pensamientos al margen en el lugar adecuado, en el centro de la vida literaria de la mente».

En las siguientes páginas trataremos de poner en discusión ambos polos: la débil consideración de la biblioteca escolar en las políticas públicas de nuestro entorno, junto a su centralidad en un momento de cambio profundo en los sistemas educativos, a lo que se suma la vitalidad de iniciativas y programas que buscan —ahora sí— dejar de situarse exclusivamente en la marginalidad y disponer de un marco estable que asegure unas condiciones al menos convergentes con los estándares internacionales.

Para ello se ha optado por un análisis mixto, basado en:

- Resumen de las iniciativas autonómicas [MECD 2015], actualizado con informes de siete Gobiernos autónomos preparados expresamente por sus responsables para este Informe de la lectura (Andalucía, Aragón, Cataluña, Castilla y León, Extremadura, Galicia y Valencia).
- Datos estadísticos de la situación en España procedentes del último estudio realizado en el periodo 2006-2011 [Miret, Baró, Mañá, Vellosillo y Martín 2013].
- Informaciones de diversa naturaleza que dan cuenta de la actividad, en su mayoría no institucional, pero importantes para entender la presencia de este tema: redes informales, proyectos de cooperación, espacios de encuentro, investigación y publicaciones.
- Documentos de referencia internacional que reflejan un acuerdo acerca del papel y los requisitos de la biblioteca en la educación.

La biblioteca escolar como inquietud

Los años transcurridos desde 2008 hasta hoy han sido, sin lugar a dudas, los de máximo desarrollo de nuestras bibliotecas escolares. Sin embargo, en este periodo encontramos un momento de impulso inicial, que finalizó hacia el 2011, y una etapa de estancamiento —cuando no de retroceso— que llega hasta el 2016.

En el primer periodo, hubo avances significativos como respuesta al apoyo que supuso la aprobación del artículo 113 de la LOE en el 2006, gracias al cual se reconoce la obligatoriedad de la biblioteca en todo centro educativo. En esta etapa el Ministerio de Educación comprometió un apoyo económico mantenido a lo largo de siete años que supuso un total de 79 millones de euros, a los que hay que sumar las cantidades aportadas por las administraciones autonómicas, que prácticamente duplicaron esa cifra. Esto ayudó a que las distintas administraciones, autonómicas o provinciales, crearan servicios para las bibliotecas escolares que, en los territorios más activos, han gestionado las aportaciones económicas y han podido planificar acciones en el tiempo así como crear programas y redes estables.

Durante este tiempo la biblioteca escolar fue una inquietud compartida. Se crearon estructuras de coordinación interterritoriales y documentos técnicos de referencia, se inauguró *leer.es*, un centro virtual con materiales y propuestas de formación [Miret 2010], se apoyó la investigación, se premiaron y divulgaron las mejores prácticas mediante el concurso nacional, con un incentivo económico nada desdeñable. Pero este impulso institucional no hubiera sido posible sin las numerosísimas experiencias y grupos de trabajo que durante años mantuvieron como objetivo la innovación en este tema.

De este modo, la Comisión Técnica de Cooperación en Bibliotecas Escolares [Comisión Técnica... 2011], creada con la participación de técnicos autonómicos y ministeriales, elaboró el *Marco de referencia para las bibliotecas escolares*, que busca establecer un modelo de biblioteca, aportar orientaciones sobre su funcionamiento y, lo que es más importante, detallar los recursos —físicos, materiales y humanos— necesarios. Del mismo modo, desde el Grupo Estratégico para el Estudio de Prospectiva sobre la Biblioteca [Gallo-León (coord.) 2013] se elaboró la *Prospectiva 2020*, con indicaciones de interés para las políticas públicas de bibliotecas escolares. Por último, el Grupo de Trabajo de Alfabetización Informacional [2016] acaba de hacer público un documento para la integración de las competencias en medios e información en el sistema educativo, donde se proponen cincuenta medidas que tienen que ver con la biblioteca escolar.

En este periodo fue una novedad el apoyo económico a la investigación en lectura y bibliotecas escolares, mediante una línea específica, lo que permitió hacer estudios diagnósticos, estudios etnográficos en casos [Miret *et al.* 2010] y propuestas de autoevaluación [Miret *et al.* 2011], que resultaron instrumentos para la toma de decisiones y de orientación para las escuelas.

Esta dinámica se mantuvo al menos hasta el 2011, cuando el Ministerio de Educación convocó el Congreso Nacional de Bibliotecas Escolares en Tránsito (Galicia, noviembre 2011), que supuso un punto de inflexión para el diseño futuro de las bibliotecas. A partir de esa fecha, el cese de las aportaciones directas por parte del Ministerio de Educación incidió negativamente, y solo algunos gobiernos más comprometidos mantuvieron sus servicios así como los recursos económicos imprescindibles. Ello ha contribuido a una clara descompensación territorial, con zonas mucho más activas (Galicia, Andalucía, Extremadura) que contrastan con otras que suspendieron sus unidades al menos temporalmente (Aragón es un ejemplo, que ahora recupera nuevo impulso). Los servicios autonómicos más dinámicos han apoyado a las escuelas mediante convocatorias que apuestan por las condiciones para garantizar la continuidad, bien sea mediante planes de lectura liderados por la biblioteca (Andalucía y Valencia) o por medio de requisitos de distinta índole (Galicia). Sin embargo, ante la falta de recursos, difícilmente se pueden establecer políticas a largo plazo y, a cambio, los esfuerzos se han puesto en el reconocimiento de prácticas (concursos, premios...). En una línea más innovadora, en Galicia se ha creado una asignatura de libre configuración en Secundaria titulada *Investigación y tratamiento de la información*.

Por su parte, han seguido estando presentes los espacios de encuentro e intercambio de experiencias, vía portales o jornadas (Extremadura, Galicia y Andalucía). Durante este tiempo, quizás uno de los logros más interesantes ha sido la consolidación de verdaderas redes territoriales, en ocasiones de carácter institucional (Galicia, Andalucía y Cataluña) y en otras al margen de la administración (Castilla-La Mancha).

La formación para los responsables de las bibliotecas escolares ha tenido cierta continuidad. Ha habido cursos tanto técnicos como orientados a explorar metodologías desde la biblioteca (proyectos documentales integrados y alfabetización informacional), e incluso las universidades se han sumado a esta inquietud por la biblioteca escolar mediante menciones en los grados de formación inicial del profesorado y másteres oficiales.

Los recursos y los resultados

La asignación de recursos económicos durante siete años continuados ha tenido un impacto en mejoras notables, según indica el estudio *Las bibliotecas escolares en España. Dinámicas 2005-2011* [Miret, Baró, Maña, Velloso y Martín 2013]. Como ejemplo, más de la mitad de las bibliotecas estudiadas, además de tener recursos económicos extraordinarios, participó en proyectos de innovación y mejora durante esos años y, uno de los datos más relevantes, una de cada tres bibliotecas fue creada en ese periodo. No disponemos de datos estadísticos que muestren la evolución desde entonces, pero no es arriesgado suponer que la situación no ha cambiado favorablemente.

Las mejoras afectaron tanto a las estructuras y los recursos —en particular, a los espacios, con una organización más flexible y adecuada para la lectura y la investigación— como a las tecnologías y los presupuestos, que ascendieron sustancialmente. Del mismo modo, mejoraron las dinámicas promovidas desde la biblioteca, la variedad de actividades, y la respuesta por parte de alumnos y profesores, lo que favoreció una colaboración más estrecha con las aulas. Como fruto de este proceso, todos los agentes que participaron en la investigación (responsables, docentes, estudiantes y equipos directivos) manifestaron una visión y unas expectativas positivas y compartidas acerca del papel de la biblioteca en su escuela o instituto.

Desde los años noventa los estudios sobre el impacto de la biblioteca escolar en los sistemas educativos se han ocupado no solo del diagnóstico, sino de medir los efectos en el rendimiento de los estudiantes. EE. UU. y Australia han sido los pioneros en esta línea de investigación, pero a su vez destacan países que representan contextos educativos tan diversos como Canadá, Escocia, Inglaterra, Holanda, Noruega, Nigeria, Uganda, Hong Kong o Pakistán. De acuerdo a la última recopilación de investigaciones acerca del impacto de la biblioteca escolar en los resultados académicos, los datos revelan [Williams, Wavell, y Morrison 2013]:

- Puntuaciones más altas en las pruebas estandarizadas, lo que incluye mejores resultados en lectura, lengua y literatura, historia y matemáticas.
- Resultados más exitosos en lectura y alfabetización en información, lo que comprende habilidades en relación con la información y la comunicación, resolución de proyectos de investigación y ciudadanía digital.
- Lectura más frecuente y profunda cuando los alumnos tienen acceso a buenas bibliotecas escolares, con una colección de calidad y personal

adecuado, lo que es más destacable en estudiantes procedentes de entornos vulnerables para los que la biblioteca es la única posibilidad de acceso a estos recursos.

- Actitudes más positivas hacia el aprendizaje, mayor motivación y autoestima, y más lectura autónoma.
- Desarrollo profesional de los docentes, en concreto, en cuanto a que los profesores que colaboran con bibliotecarios escolares obtienen puntuaciones de excelencia en alfabetizaciones notablemente superiores frente a aquellos que trabajan sin este apoyo.

En España no disponemos de trabajos con esta orientación, pero podemos verificar si los factores que estos estudios indican como clave en el impacto positivo sobre los resultados académicos han tenido o no una evolución favorable. Según Williams, Wavell y Morrison [2013], los recursos de la biblioteca que mejor explican el efecto sobre los resultados de los alumnos son:

- Bibliotecario cualificado con dedicación a tiempo completo además de personal de apoyo.
- Acompañamiento en el acceso a los recursos durante el horario escolar y más allá del horario lectivo.
- Formación directa a alumnos en la alfabetización en medios e información y en relación a los intereses personales de lectura.
- Colección actualizada y diversa, que apoye el conjunto del currículo escolar y resulte atractiva para los intereses y el ocio de los estudiantes.
- Tecnología en red para el acceso a contenidos así como para la construcción y difusión del conocimiento.
- Colaboración con el equipo de profesores, la dirección, otros bibliotecarios y redes profesionales.

Algunos de estos requisitos, considerados indispensables para lograr un verdadero impacto de la biblioteca escolar, están insuficientemente cubiertos en nuestro entorno educativo. Así lo manifiestan los datos de 2005-2011 y, como se ha dicho, previsiblemente esta situación no ha mejorado desde entonces.

En cuanto al responsable, los datos indicaron que la persona a cargo de la biblioteca estaba más preparada, había recibido formación en lectura y literatura infantil y juvenil, en técnicas bibliotecarias y en la integración de recursos digitales a su actividad, pero su dedicación a la biblioteca había descendido notablemente: en 2011, el 71 % de los centros educativos tenía un

responsable con una dedicación inferior a una hora diaria. A pesar del tiempo tan limitado, aumentaron las visitas a la biblioteca por parte de los estudiantes y, en su opinión, la propuesta de actividades que encontraron era más variada y atractiva: préstamo, clubes, exposiciones, investigación y programas de formación.

En este último aspecto, las bibliotecas han sido cada más activas y, de hecho, un tercio de los profesores dice haber participado con sus alumnos en actividades de formación promovidos por la biblioteca. Puesto que los proyectos de investigación están cada vez más presentes en las aulas (en el periodo 2005-2011 habían ascendido 10 puntos), la biblioteca se presenta como un apoyo imprescindible. La aportación de la biblioteca a la denominada alfabetización en medios e información [UNESCO 2013] así como la instrucción directa a alumnos han ido ganando espacio.

Por su parte, la evolución de las colecciones fue limitada, a pesar de disponer de más recursos económicos. Se observó un mayor equilibrio entre ficción y no ficción, pero el volumen total de los fondos permaneció estable, aunque aumentó el expurgo que se compensó con la adquisición de algunas novedades. En relación con el presupuesto, de forma generalizada se incumplen las recomendaciones acerca del presupuesto global para la biblioteca propuestas por IFLA [2015]: como criterio, el presupuesto debe ser, al menos, el 5 % del gasto por estudiante de la escuela, excluyendo salarios, inversión en educación especial, transporte y mejoras en infraestructuras u otros capítulos semejantes.

Buena parte de estos resultados destacan la escasa relevancia de la investigación local e internacional en las decisiones de política pública y la limitada apuesta por requisitos imprescindibles que la investigación muestra como imprescindibles, específicamente los referidos a la integración de este nuevo perfil profesional en los centros educativos así como a la asignación de unos recursos económicos que hagan viable el proyecto de biblioteca escolar y, consecuentemente, su esperable repercusión en la mejora de la vida académica.

Desencuentros entre modelo y prácticas

Existe un acuerdo internacional básico acerca del modelo de biblioteca escolar, a pesar de estar en un momento convulso para las bibliotecas en cualquiera de sus subsistemas (nacionales, públicas, universitarias, escolares o especializadas). Si se repasan documentos de referencia procedentes de Australia, Canadá, EE. UU., Portugal o Reino Unido, por ejemplo, la visión

hacia el futuro de la biblioteca escolar es semejante, como se plantea en las últimas recomendaciones de IFLA [2015].

En este contexto, resulta destacable comprobar cómo, en España, se ha hecho un esfuerzo por concretar el modelo a las características locales, lo que ha sido fruto de un acuerdo interterritorial [Bernal, Macías y Novoa 2011]. En estos años, haber puesto en discusión el horizonte de las bibliotecas en la educación y formalizarlo mediante guías y orientaciones, ha supuesto un apoyo indudable para las prácticas. De este modo, publicaciones como las que se impulsaron en Navarra hace años o actualmente en Andalucía, cuya colección *Documentos de referencia para las bibliotecas escolares* [Junta de Andalucía s. a.] ha sido consultada por toda la comunidad de habla hispana, resultan de un valor estimable. Así, la biblioteca escolar se abre a nuevas perspectivas (introduce el concepto alfabetizaciones múltiples, incluidas las audiovisuales, mediáticas y en información), se plantea el papel de la biblioteca en relación al fracaso escolar o su función en el marco del aprendizaje por proyectos, se consideran las bibliotecas escolares en los modelos de medida del retorno social de la inversión, se dibujan nuevos escenarios como los laboratorios o espacios *maker* (el proyecto Infolab del Ministerio de Educación o el de programación y robótica de Galicia); se abordan nuevos retos en relación con las redes sociales y la curaduría de contenidos. Todo ello ha contribuido a un modelo de biblioteca escolar más abierto y dinámico, atento a las nuevas necesidades de un mundo cambiante.

Sin embargo, esta voluntad se confronta con la atención, desde las políticas públicas, a necesidades de naturaleza diversa que se van adhiriendo de manera desigual al proyecto de biblioteca escolar (PISA, lectura en voz alta, ortografía, leer en familia...) y van conformando un marco de implantación no siempre ordenado ni atento a lo imprescindible. De este modo, los pobres resultados obtenidos en PISA o los bajos índices de lectura han tenido un cierto papel en las líneas de acción política. En los últimos diez años, ambos temas se han apoyado en los denominados *Planes de lectura de centro*, en los que la biblioteca se ha visto directamente concernida, por cuanto es la fuente de recursos para la lectura y por su capacidad para aglutinar al equipo docente en una visión transversal de la lectura en el conjunto del currículo escolar. No olvidemos que, por ejemplo, en Galicia, donde el presupuesto para las bibliotecas escolares es el más elevado comparativamente en relación al número de alumnos (una media de un millón de euros para cada curso escolar), en PISA 2012 obtuvo resultados en competencia lectora superiores a la media de España, OCDE y UE.

No obstante, de forma bastante generalizada se ha priorizado lo que tradicionalmente se ha entendido como promoción a la lectura, especialmente

la literaria. De hecho, este ha sido el foco mayoritario desde las Consejerías de educación, mediante iniciativas como: entornos virtuales y redes sociales, programas de lectura con las familias (Andalucía, Aragón, Euskadi y Extremadura), encuentros de autores con lectores (Aragón y Euskadi), concursos de lectura en voz alta (Aragón, Galicia, Castilla y León) o clubes de lectura (Galicia es un ejemplo excelente). En este contexto, se pueden citar las acciones conjuntas con las bibliotecas públicas (maletas viajeras o bancos de libros en Cataluña, Aragón, Galicia, Asturias) u otras vías de colaboración, lo que ha permitido ampliar acciones y optimizar recursos.

Sin embargo, esta biblioteca real cubre solo parte de los planteamientos teóricos iniciales y no está en condiciones de asumir los retos que la sociedad digital y en red plantean al mundo educativo. La biblioteca escolar digital está muy lejos de ser una realidad y existen pocas experiencias que exploren nuevas formas de gestión y explotación de contenidos, más allá de experiencias aisladas de préstamo de tabletas o libros electrónicos. Obviamente esto exige una intervención política en otro plano, más allá de las iniciativas de promoción de la lectura, que apueste por la integración de un nuevo perfil en los centros escolares, especialista en la gestión de la información y el conocimiento, tal como lo sugiere el reciente documento del Grupo de trabajo de alfabetización informacional [2016]. La propuesta incluye una normativa que regule la función y los requisitos del profesor-bibliotecario, así como un proceso de acreditación para el ejercicio de este puesto en todo centro de enseñanza, que habrá de comenzar en el curso escolar 2016-2017.

¿Marginalia?

Las dificultades o los titubeos —de PISA a la lectura en voz alta, de la ortografía a las múltiples alfabetizaciones— en la configuración de un marco que no logra articularse políticamente de acuerdo a lo que establecen los organismos internacionales e incluso los nacionales, es un síntoma claro de la fragilidad de este tema en nuestro sistema educativo.

En todo caso las vías para alcanzar los objetivos deseados están teñidas de ambigüedades. Mientras los usuarios solicitan programas de formación en herramientas digitales e impresoras 3D en la biblioteca, no están convencidos de la posibilidad de retirar libros físicos de los almacenes en favor de más espacio para *Tech Labs* [Horrigan 2016]. Junto a la demanda de la última tecnología en la biblioteca, se extienden iniciativas como las *Silent Reading Parties*, maratones de lectura desconectada celebrados en distintas partes del

mundo con una excelente acogida de público, sobre todo, joven. La práctica social de actividades consideradas hasta ahora *antisociales* o la búsqueda de espacios de desconexión tecnológica son tendencias para considerar. ¿Cómo repensar las bibliotecas a partir de propuestas tan aparentemente contradictorias?

Ante la velocidad del cambio, Robert Darnton habló del *desconcierto* como escenario [Darnton 2008]. Encontrar caminos atractivos para afrontar el desconcierto obliga a ampliar la perspectiva más allá del estricto círculo profesional de las bibliotecas o la educación. García Canclini [2015] plantea que «las interacciones sociales contienen claves de lo que sucede al leer que permanecen ocultas para las encuestas» e incluso para las políticas públicas de lectura, que suelen dirigirse a cada persona «como si leer fuera un acto solitario y se estimulara convenciendo a cada individuo de los beneficios de hacerlo para su trabajo, su desarrollo y sus placeres». Para abordar el futuro inmediato, puede ser productiva la discusión acerca del rol de la biblioteca dando cabida al nuevo ecosistema de interacciones, consumos culturales y aprendizaje.

De este modo, considerar las formas en que los jóvenes construyen su identidad como aprendices tomando como referencia los contextos de aprendizaje informal puede ayudar a reconfigurar el mapa cultural y de aprendizaje de los estudiantes, como lo sugieren los trabajos de Ito [2010]. O bien, repensar el qué y el cómo de la mediación en la biblioteca desde las nuevas formas de consumo cultural o tomando en cuenta los efectos de los algoritmos del gusto [Keen 2016] y las denominadas burbujas de ocios [Parisier 2011e Igarza 2009]. Y, un ejemplo más, partir de la investigación acerca de los modos de interacción de los jóvenes con la información [Connaway *et. al.* 2013] y en relación con los nuevos criterios de asignación de credibilidad, donde se ponen en cuestión los modelos tradicionales de atribución (múltiple frente a jerárquico, distribuido frente a centralizado, construido colectivamente frente a apropiado individualmente), pueden ayudar a dar forma al trabajo con la información y los medios en la biblioteca [Metzger *et al.* 2013].

Pensar el futuro de la biblioteca escolar no solo tiene que ver con la incuestionable implantación de aquello que forma parte del acuerdo internacional y está avalado por la investigación, sino sobre todo con la capacidad para participar activamente en un debate que afecta al conjunto de la educación y ocupar un lugar relevante en este flujo de cambios.

En un reciente trabajo coral junto con Henry Jenkins y danah boyd, Mizuko Ito habla de las experiencias de *aprendizaje conectado* como entornos capaces de poner en relación tres culturas diferentes: 1) las prácticas de aprendizaje informal alrededor de los nichos de interés de los jóvenes (música, deporte,

juegos, libros, vídeos...), 2) los tipos de interacciones que regulan las relaciones entre los iguales y 3) las necesidades derivadas de la institución escolar [Jenkins, Ito y boyd 2016]. Un análisis crítico de estos tres focos puede ayudar a un debate fértil para afrontar un futuro desconcertante —sí—, pero que sitúe a la biblioteca escolar como el entorno de *aprendizaje conectado* probablemente más viable de la educación formal. Su centralidad en la vida académica y, a su vez, la marginalidad respecto a ciertas prescripciones que imponen las dinámicas de las aulas, la sitúa en un lugar privilegiado para tender puentes, lo que hoy se configura como una de las claves de la educación. Recuperando a Gafton y las notas a pie de página, al explorar ese estimulante espacio de convergencia cultural podemos situar a la biblioteca en el centro de la vida de toda institución escolar.

García Canclini [2015] habla de que, en Ciencias Sociales, lo importante son las preguntas más que las respuestas. En vez de preguntarnos sobre cuál es el futuro de las bibliotecas escolares, deberíamos discutir qué bibliotecas escolares son las que tienen futuro [Igarza 2016].

Referencias*

- BERNAL, Ana Isabel; MACÍAS, Casildo, y NOVOA, Cristina, coord., *Marco de referencia para las bibliotecas escolares*, Madrid: Ministerio de Educación, 2011 <<http://www.ccbiblio.es/wp-content/uploads/Marcoreferenciacolares.pdf>>
- COMISIÓN TÉCNICA DE COOPERACIÓN EN BIBLIOTECAS ESCOLARES, *Informe noviembre 2015*, Madrid: Consejo de Cooperación Bibliotecaria, 2015 <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/bibliotecas/mc/consejocb/comisiones-tecnicas-de-cooperacion/escolares/InformeCTCBE2015/Informe_CTCBE_%202015.pdf>
- CONNAWAY, S. Lynn; WHITE, David; LANCLOS, Donna & LE CORNU, Alison, «Visitors and residents: what motivates engagement in the digital information environment», en *Information Research*, 18 (1), 2013 <http://www.informationr.net/ir/18-1/paper556.html#.V_6IsuCLTb1>
- DARNTON, Robert, «The Library in the New Age» [en línea, con suscripción], en *New York Times*, 12 junio de 2008 <<http://www.nybooks.com/articles/archives/2008/jun/12/the-library-in-the-new-age/>>

* Las páginas web se han de entender visitadas en septiembre del 2016.

- GALLO-LEÓN, José Pablo, coord., *Prospectiva 2020. Las diez áreas que más van a cambiar en nuestras bibliotecas en los próximos años*, Madrid: Consejo de Cooperación Bibliotecaria, 2013 <<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/meed/cultura-meed/areas-cultura/bibliotecas/mc/consejocb/grupos-de-trabajo/21/estudio-prospectiva-2020.pdf>>
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Hacia una antropología de los lectores*, México D. F.: Ediciones Culturales Paidós, Fundación Telefónica, Universidad Autónoma Metropolitana, 2015 <http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/469/>
- , *El mundo entero como lugar extraño*, Barcelona: Gedisa, 2015.
- GRAFTON, Anthony, *The Footnote*, Cambridge MA: Harvard University Press, 1999.
- GRUPO DE TRABAJO DE ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL, *Integración de las competencias ALFIN/AMI en el sistema educativo: referencias, contexto y propuestas*, Madrid: Consejo de Cooperación Bibliotecaria, 2016 <http://www.ccbiblio.es/wp-content/uploads/Integracion_competencias_ALFIN-AMI_-sistema_educativo.pdf>
- HORRIGAN, John B., *Libraries 2016*, Washington D. C.: Pew Research Center, 2016 <<http://www.pewinternet.org/2016/09/09/libraries-2016/>>
- INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS (IFLA) SCHOOL LIBRARIES STANDING COMMITTEE, *IFLA School Library Guidelines 2nd edition*, Dianne Oberg and Barbara Schultz-Jones, eds., Den Haag: IFLA, 2015 <<http://www.ifla.org/files/assets/school-libraries-resource-centers/publications/ifla-school-library-guidelines.pdf>>
- IGARZA, Roberto, *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*, Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2009.
- , «Bibliotecas escolares y futuro digital», en *Laboratorio Emilia*: 2016 <<http://laboratorioemilia.com/web/category/highlights/>>
- ITO, Mizuko *et al.*, *Hanging Out, Geeking Out and Messing Around. Kids Living and Learning with New Media*, Cambridge MA: The MIT Press, 2010 <https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262013369_Hanging_Out.pdf>
- JENKINS, Henry; ITO, Mizuko and BOYD, Danah, *Participatory Culture in a Networked Era. A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*, Malden MA: Polity Press, 2016.
- JUNTA DE ANDALUCÍA, *Documentos de referencia para las bibliotecas escolares*, s. a. <<http://www.juntadeandalucia.es/educacion/webportal/web/lecturas-y-bibliotecas-escolares/documentos-de-referencia>>
- KEEN, Andrew, *Internet no es la respuesta*, Barcelona: Catedral, 2016.

- METZGER, Miriam, J. *et al.*, «The Special Case of Youth and Digital Information Credibility», en Moe Folk and Shawn Apostel, *Online Credibility and Digital Ethos*, Hershey PA: Information Science Reference, 2013, págs. 148-168 <[http://www.comm.ucs.edu/faculty/flanagin/CV/Metzgeretal2013\(CredEthos\).pdf](http://www.comm.ucs.edu/faculty/flanagin/CV/Metzgeretal2013(CredEthos).pdf)>
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE, <<http://www.leer.es>>
- MIRET, Ines (dir.), *Bibliotecas escolares «entre comillas». Estudio de casos: buenas prácticas en la integración de la biblioteca en los centros educativos*, Madrid: Ministerio de Educación/Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2010 <http://leer.es/bibliotecas/buenas-practicas/detalle/-/asset_publisher/GoPCz0QWtesy/content/bibliotecas-escolares-entre-comillas-;jsessionid=20B7F98DF8015D50442C804D0C29FAC8>
- , *Bibliotecas escolares ¿entre interrogantes?*, Madrid: Ministerio de Educación/Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2011 <<https://sede.educacion.gob.es/publiventa/bibliotecas-escolares-entre-interrogantes-herramienta-de-autoevaluacion-preguntas-e-indicadores-para-mejorar-la-biblioteca/educacion-bibliotecas/14849>>
- MIRET, Inés; BARÓ, Mónica; MAÑÁ, Teresa; VELLOSILO, Inmaculada, y MARTÍN, Elena, *Las bibliotecas escolares en España. Dinámicas 2005-2011*, Madrid: Ministerio de Educación Cultura y Deporte/Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2013 <<http://fundacionsr.com/wp-content/uploads/2016/03/BE-estudio.pdf>>
- PARISIER, Eli, *The Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You*, New York: Penguin Press, 2011.
- UNESCO, *Global Media and Information Literacy Assessment Framework: Country Readiness and Competencies*, Paris: UNESCO, 2013 <<http://www.uis.unesco.org/Communication/Documents/media-and-information-literacy-assessment-framework.pdf>>
- WILLIAMS, Dorothy; WAVELL, Caroline, and MORRISON, Katie, *Impact of school libraries on learning: critical review of evidence to inform the Scottish education community*, Aberdeen: Robert Gordon University, Institute for Management, Governance & Society(IMaGeS), 2013 <<https://openair.rgu.ac.uk/bitstream/handle/10059/1093/Williams%20Impact%20of%20school%20libraries%20on%20learning%20SLIC.pdf?sequence=4>>



Clubes de lectura

JESÚS ARANA PALACIOS

Los clubes de lectura y las bibliotecas públicas

En los últimos quince años los clubes de lectura se han extendido en España formando una red que abarca todo el territorio. Seguramente porque la mayoría de ellos han surgido al amparo de las bibliotecas públicas y éstas son un servicio de proximidad que llega por igual a los centros históricos de las grandes ciudades y a los pueblos más recónditos. La consecuencia es que en un periodo relativamente corto los clubes han pasado de ser un fenómeno casi exótico a convertirse en parte de nuestro paisaje cultural. Es raro que alguien no tenga un club de lectura a pocos minutos de su domicilio o que no conozca a una persona que forme parte de alguno de ellos. Incluso en pueblos muy pequeños son los propios bibliobuses, que suplen la falta de bibliotecas, los que están organizándolos <Soto 2016>. [Entre ángulos, las referencias que se encuentran en el Apéndice web. N. del E.].

No abundan las estadísticas sobre el número exacto de clubes existentes, pero a partir de las cifras que dan algunas comunidades autónomas podemos hacernos una idea (a pesar de que no tienen la misma implantación en todas ellas). En Extremadura existen 260 clubes de lectura <Noticias EFE 2015>, en Andalucía, 430 <Teletipos 2015>, en Murcia, 178 <eBiblio 2016>, en Navarra, 125 <Oliveira Lizarrabar 2015>. En bibliotecas dependientes de la Diputación de Barcelona, unos 300 <Disfrutar 2013>. Sólo en la provincia de Albacete, más de 300 <Cultura 2016>, Podríamos seguir, pero no dejarían de ser cifras aproximadas, cambiantes y que no siempre hablan de lo mismo: en unos casos se están refiriendo solo a clubes de lectura para adultos, en otros se incluyen también los infantiles y juveniles, unas veces se contabilizan los que dependen de las bibliotecas públicas, otras los que hacen uso del servicio de préstamos de lotes. En cualquier caso se trata de cifras considerables y que siguen aumentando.

Lo que está claro es que en lo que se refiere a las bibliotecas públicas, los clubes de lectura han ido adquiriendo cada vez un mayor protagonismo. Prácticamente en todas las comunidades autónomas hay servicios centralizados de adquisición y préstamo de lotes de libros para sus clubes de lectura, se

organizan cursos para coordinadores, se editan folletos, agendas y pósters anunciándolos, se convocan encuentros provinciales o regionales. También en los últimos años ha empezado a aparecer bibliografía especializada [Arana y Galindo 2009 y Carreño 2012]. Todo esto tiene al menos dos efectos. Por una parte, cada vez hay más facilidades para que cualquier biblioteca pueda poner en marcha un club de lectura, y por otra, van ganando en visibilidad. Los clubes suelen generar en la prensa local más noticias que cualquier otro servicio bibliotecario. La visita de un autor, la excursión del club de una localidad a una bodega para hacer una cata de vino, un viaje literario, un recital, un pequeño concierto son actividades complementarias que con frecuencia aparecen recogidas en los periódicos o en los programas de radio locales. Son tremadamente variadas y originales las propuestas culturales que se llevan a cabo en el entorno de los clubes de lectura. Muchas personas que no son usuarias de las bibliotecas se enteran así de su existencia. La aparición de un nuevo club, y más cuando es especializado (en ciencia-ficción, en literatura de viajes, etc.) se convierte en noticia. A veces, incluso es el propio concejal o concejala (cuando no la consejería) quien se encarga de anunciarlo. Así, es muy habitual que, incluso en aquellas localidades donde la biblioteca no los ofrece, terminen surgiendo por demanda de los propios usuarios y usuarias. Hasta los políticos han empezado a interesarse. Eso sin contar con que la mayor parte de los clubes disponen de blogs y páginas web donde anuncian sus programaciones, publican reseñas de los libros que están leyendo y dan cuenta de su actividad y todo esto es en sí mismo un escaparate.

La percepción social de los clubes de lectura

Además, otros fenómenos se han venido a sumar a la proliferación de estos grupos. De un tiempo a esta parte da la impresión de que la lectura en general y los clubes de lectura en particular tienen más *glamour* y gozan de una mayor atención por parte de suplementos de periódicos y de revistas de moda. Algo que está relacionado con el hecho de que actrices famosas como Emma Watson o Reese Witherspoon hayan decidido poner en marcha su propio club de lectura en Twitter y en Instagram <Alyssa Bailey 2016>. Lo mismo que ha hecho el creador de Facebook, Mark Zuckerberg <Fernández S. 2015>. Existen tiendas de lencería y productos eróticos que disponen de un club de lectura y hasta Lisa Simpson (la hija empollona de Los Simpson) tiene el suyo. A veces saltan a los grandes periódicos noticias curiosas como la existencia de un club de lectura de mujeres en topless de Nueva York —El club *Topless Pulp*

Fiction— que en realidad es parte de una campaña más amplia sobre el derecho a decidir sobre el propio cuerpo <Segurola 2016>. Pero más allá de lo anecdótico de estas noticias, es evidente que contribuyen a cambiar la percepción que algunas personas pueden tener *a priori* de los clubes de lectura, como algo cerrado, académico y excesivamente serio. Se empieza con eso y se termina, como hizo no hace mucho el suplemento «Metrópoli» del diario *El Mundo* <Caso 2015> con un reportaje en el que se reseñan (y se destacan) diez clubes de lectura con una trayectoria ya consolidada.

Efectivamente, los medios de comunicación tienen un papel relevante en este *boom* de los clubes de lectura. Es difícil medir la influencia que ha podido tener en Estados Unidos, donde se calcula que al menos cinco millones de personas forman parte de algún club de lectura <Kirch 2016>, alguien como Oprah Winfrey con su club (primero en televisión y después en la Web). Desde luego en España no hay nada parecido, pero que programas de radio con audiencias más que respetables, como *A vivir que son dos días* (de la Cadena Ser) o periódicos como *Diario de Navarra*, tengan clubes de lectura ya muy asentados sin duda contribuye a que los clubes de lectura formen parte de la vida cotidiana de mucha gente.

Y si la percepción que la población en general tiene respecto a los clubes de lectura ha ido cambiando en los últimos años, esto es mucho más acusado en el caso de los escritores y escritoras. Son habituales (cuando no abrumadoras) las invitaciones para participar en encuentros más o menos multitudinarios de clubes de lectura y raro es el autor de novelas sobre todo que no ha tenido alguna experiencia en este sentido. Es algo que tiene su reflejo en las propias obras. Si en los años ochenta habría sido casi imposible encontrar una novela donde se mencionara un club de lectura, en lo que llevamos de siglo han aparecido unas cuantas en las que el devenir de un club de lectura y sus miembros son el *leit motiv*, el eje central de su argumento.

Muchos escritores y escritoras son miembros de un club de lectura al que acuden con regularidad, y lo hacen por las mismas razones que cualquier otra persona. Muchos de ellos se han convertido en coordinadores. Incluso son llamados para apadrinarlos. Así, no hace mucho aparecía en un periódico este titular: «Nueve escritores vallisoletanos apadrinan sendos clubes de lectura» <Europa Press 2014>. Los talleres de escritura creativa también han descubierto las ventajas de los clubes de lectura y la mayoría de ellos —Fuentetaja <s. a.>, Hotel Kafka <2015>, etc.— disponen de clubes o en cualquier caso recomiendan a los futuros escritores que se inscriban en uno. Existen experiencias en las que un club de lectura se ha utilizado como filtro durante algunas de las fases de deliberación sobre los relatos presentados a un certamen. Habla-

mos siempre de clubes de lectura presenciales porque algunas escritoras de éxito como J. K. Rowling <«La creadora...» 2012> o Laura Gallego tienen sus propios clubes virtuales con muchos seguidores.

Los clubes de lectura, las librerías y las editoriales

Si las bibliotecas públicas son las instituciones que primero acogieron los clubes de lectura y que más han hecho por extenderlos hasta el último rincón del país, en los últimos años las librerías han apostado decididamente por ellos. A menudo con planteamientos más rompedores y más originales. Se trata de un aspecto más de la tremenda reconversión que han experimentado las librerías y que las ha llevado a convertirse en espacios híbridos donde no es solo habitual que dispongan de cafetería y restaurante sino que en ocasiones los clientes pueden encontrar entre los libros expositores con botellas de vino, productos ecológicos, juguetes eróticos o, en el otro extremo, repostería elaborada por monjas de clausura. Lo que está claro es que los espacios están cada vez más cuidados y son más acogedores, y que entrar en una librería es en sí mismo toda una experiencia. Por supuesto se presentan libros por parte de los autores, como se ha hecho siempre, pero también se organizan conciertos, conferencias, exposiciones, degustaciones, y en ese contexto, los clubes de lectura encuentran un caldo de cultivo idóneo.

Los clubes son grandes generadores de relaciones y tienen tendencia a fidelizar a sus miembros. Esto es común a los clubes de las bibliotecas y los de librerías, pero tienen diferencias evidentes. No es raro, por ejemplo, que las librerías cobren por formar parte de un club. O que lancen ofertas como descuentos sobre el precio del libro que se va a comentar o que inviten a tomar algo (un café, un vino) como parte de la inscripción. Así se describía en el dominical de *El Periódico* <«Clubs de lectura...» 2013> una reunión del club de lectura de la librería L'Espolsada con la presencia del autor de la novela que habían leído:

Hay que apartar mesas y estantes para despejar parte del espacio y formar el gran círculo de sillas plegables en las que se sentarán los miembros del club. Aquí todo el mundo se arremanga. A medida que van llegando los participantes, se suman a la tarea de transformar la librería en ágora, entre efusivos saludos, relatos de las últimas novedades vitales y preguntas por los que aún no han llegado. Son más que compañeros de lecturas: han surgido amistades.

En otro momento el periodista recoge otra reflexión de la librera a propósito de lo importante que es la complicidad con los editores para el éxito de los clubes:

Cuando empecé, en el 2007, me sorprendió ver que los dos colectivos nos dábamos la espalda, cuando vamos en el mismo barco. Pero en este tiempo, supongo que por la crisis, muchos editores han empezado a ser conscientes de que nos necesitamos, y se han puesto a nuestra disposición para llevar a cabo actividades como esta.

Es cierto que algunas editoriales —como Pulpture, especializada en libros de ciencia-ficción— tiene su propio club que se reúne en la librería Tuuu de Madrid <Sánchez 2015>, pero sorprende que no haya una mayor voluntad de colaborar entre los clubes y las editoriales. Estas últimas podrían utilizar de vez en cuando a los clubes como banco de pruebas (se trata al fin y al cabo de una muestra muy representativa de un universo mucho más amplio) donde experimentar con determinadas colecciones antes de su lanzamiento, por ejemplo, a cambio de ser generosos y proporcionar lotes de libros en *stock* o de facilitar encuentros con autores. Sería uno de esos casos de *win-win*, en el que las dos partes obtienen beneficios.

El hecho de que las bibliotecas públicas y las librerías pongan en marcha clubes de lectura está dentro de lo que podríamos considerar la misión de estas instituciones y su compromiso con el fomento de la lectura. Lo dice claramente la librera Fe Fernández: «A mí lo que más me satisface de haber puesto en marcha estas sesiones mensuales es haber conseguido que gente que a lo mejor leía un libro al año ahora lea al menos 11» <«Clubs de lectura...» 2013>. Solo por eso estaría justificado. Por supuesto que luego están todos los efectos psicológicos, de participación en los debates sociales, de ejercicio de democracia y de escuelas de ciudadanía sobre los que no falta literatura profesional, pero la lectura tiene un papel central.

Lo que empieza a resultar mucho más novedoso son fenómenos como el de Ciervo Blanco. En poco más de dos años pasaron de reunir a cuatro personas en una primera tertulia a convertirse en una comunidad de más de 1500 lectores <Pérez 2015>. Ellos mismos se definen como un club de lectura con presencia en distintas plataformas, que organiza tertulias literarias en español y en inglés, talleres de escritura creativa y otros eventos. Y recalcan que siempre de forma gratuita, siempre en el mundo real, siempre en relación con las letras y que se reúnen en distintos locales de Madrid, adaptando el espacio a las necesidades del grupo y del evento.

En este planteamiento hay varios aspectos que llaman la atención. En primer lugar que son grupos abiertos, que pueden cambiar, y de hecho

cambian, de una tertulia a otra tanto en su número como en su composición, y que no están ligados a un único espacio. Es necesario inscribirse, reservar plaza y a través del correo electrónico o las redes sociales se les informa de la diferentes ofertas. Esta variedad, apertura y falta de compromiso hace que esté mucho mejor adaptado a un público más joven. Además tienen menos prejuicios a la hora de seleccionar las lecturas y no les importa programar tertulias sobre *bestsellers*, lo que ellos mismos consideran parte de su éxito. Y también llama la atención la insistencia en lo de «siempre en el mundo real». Porque lo que han proliferado también en los últimos años y han sido muy estudiados son los clubes de lectura virtuales en todo tipo de plataformas, lo último en WhatsApp.

Para terminar con estos clubes de lectura orientados sobre todo a ser una oferta de ocio cultural, deberíamos mencionar las cafeterías y restaurantes. Ya no es tan extraño que un club de lectura de una biblioteca abandone su sede habitual y por una u otra razón celebre su tertulia en los lugares más insólitos: la sala de un museo, una bodega, un casino y, por supuesto, un restaurante o un café más o menos literario. Lo que está pasando desde hace algún tiempo además es que existen cafeterías con sus propios clubes.

Los clubes de lectura y el ámbito educativo

Existe un cierto consenso en considerar que los clubes de lectura en bibliotecas públicas surgieron en nuestro país a mediados de los años ochenta. Lo que ha pasado en la última década es que se han extendido a otros ámbitos. Y con respecto a esto, donde parece que se han descubierto de manera algo tardía pero entusiasta ha sido en la comunidad educativa. En todos sus niveles, además. No hay prácticamente universidad española que no cuente con su oferta de clubes de lectura. En muchos casos, cuando están compuestos por alumnos, tienen algún tipo de compensación y reconocimiento académico. No hay que molestarse mucho en buscar argumentos que avalen esta dimensión educativa de los clubes. Y no solo porque fomenten el gusto por la lectura. El hecho de que los alumnos y alumnas aprendan a elaborar un discurso verbal, a argumentar, a persuadir y en definitiva a trabajar técnicas comunicativas puede ser tan importante o más que la propia lectura. Se trata de un complemento idóneo para una educación que está mucho más orientada a trabajar la expresión escrita. Esto es algo que también han descubierto los profesores de institutos y en alguna medida también los de las escuelas de Primaria.

A veces con los clubes se buscan otros objetivos, como mejorar el conocimiento mutuo y la convivencia. Hay muchísimas experiencias, y muy positivas, de grupos de lectura compuestos por profesores y padres y madres de alumnos. Es una manera de estrechar lazos, lo que sin duda redundar en la calidad de la enseñanza. También hay clubes mixtos de profesores y alumnos. En algunos casos es una asociación de exalumnos la que propone un club de lectura como una manera de mantenerse en contacto y tener una excusa para reunirse. Incluso hay un club de una asociación de docentes jubilados con un nombre bien significativo, La Tribu Educa <2012> y que pone de manifiesto algo que es bien sabido, y es que cuando una vocación se vive de manera apasionada la jubilación no es ni mucho menos un punto final. Con un objetivo parecido, orientado sobre todo a la reflexión, lanzó no hace mucho la Asociación de Maestros Rosa Sensat su propio club de lectura Educación y Sociedad <Rosa Sensat 2015>.

Y con todo, donde los clubes de lectura han demostrado con mayor claridad su eficacia (hablando de sus cualidades educativas), es en el aprendizaje de idiomas. A nadie se le escapa que se trata de un entorno propicio para la práctica de un idioma que se está estudiando. El Instituto Cervantes (IC) tiene clubes de lectura prácticamente en todas sus sedes diseminadas por el mundo (por ejemplo, en Lisboa [s. a.] o Estambul [s. a.]). Además de los presenciales, el IC tiene clubes virtuales de lectura <RBIC 1996-2016>. Existen también en España muchos clubes de lectura ELE (español como lengua extranjera) pensados en personas que ya están viviendo en nuestro país y quieren mejorar su conocimiento del idioma. Y lo mismo ocurre con los organismos equivalentes —el British Council, la Alliance Française— en España. Las escuelas de idiomas, los departamentos de inglés, francés, alemán, italiano en los institutos y universidades también han encontrado en ellos unos perfectos aliados. Cada vez más bibliotecas públicas y librerías, conscientes de que hay una demanda creciente, ofertan clubes de lectura en inglés. Y, por supuesto, en las comunidades bilingües existen clubes en euskara, catalán y gallego para las personas que se están introduciendo en estos idiomas y también, lógicamente para aquellas para los que alguno de estos idiomas cooficiales es su lengua materna. Los clubes de lectura pueden servir eficazmente también para mantener la lengua materna en personas que viven en el extranjero <Millán 2013>.

Los clubes de lectura como instrumentos de difusión y sensibilización

Todas las instituciones que tienen como una de sus principales misiones la difusión (de sus colecciones o sus actividades) parecen haber descubierto últimamente las bondades de los clubes de lectura. Hace un par de años fue noticia que la Real Academia Española ponía en marcha un club de lectura como parte de las celebraciones de III centenario de la institución <Huelva 2014>. Con ese mismo espíritu existen museos que tienen su club de lectura. El Museo del Romanticismo, el Museo América, El Museo Cerralbo, el de Ramón Gaya son algunos ejemplos <Redacción 2013>. También existen asociaciones, ateneos y fundaciones de todo tipo con su propio club. El centro de documentación de las artes escénicas de Huelva tiene el suyo, lo mismo que el parque de las ciencias de Granada, la casa natal de Pérez Galdós o espacios musicales, como el de Tarrasa. El Instituto Elcano tiene un club de lectura de política itinerante, que como los de Ciervo Blanco, va trasladando el lugar de sus reuniones temáticas, que se anuncia en su web *Blogger Elcano* <2015>.

Podríamos incluir entre estos clubes de lectura orientados a la difusión, los que organizan instituciones como Casa África, Casa Asia, la Fundación Euroárabe, etc. Lo que pretenden todas ellas lógicamente es transmitir el conocimiento y el respeto por los países, los continentes y las culturas de las que se ocupan y hacernos tomar conciencia de la diversidad de nuestras propias sociedades. Opinan con razón que solo desde el reconocimiento se puede construir una convivencia plena. También podríamos mencionar en este sentido algunas experiencias interesantes de clubes de lectura «transfronterizos» como el que constituyeron la Biblioteca de Guadalajara y la de Cologno Monzese (en Milán), que compartían lecturas y de vez en cuando tertulias conjuntas por videoconferencia <Calvo et. al. 2008> o el de Barcelona-Medellín <Medellín 2016> o la experiencia de lectores de Mieres con lectores guatemaltecos <A. L. 2009>.

En cuanto a la sensibilización, es muy habitual que los clubes programen la lectura de determinados libros para hacerlos coincidir con campañas puntuales. Pueden, por ejemplo, buscar lecturas para debatir (a veces con la presencia de expertos) sobre los inmigrantes, el cambio climático, los desórdenes alimenticios, la salud mental, el acoso escolar, etc. Existe un club de lectura ecologista —el club Petra Kelly— vinculado al *think tank* EcoPolítica, en el que debate sobre ensayos de temática medioambiental, energía, las ciudades, el ciberespacio, etc. <EcoPolítica 2013>. Por supuesto, existen clubes de lectura

con perspectiva de género o clubes LGTB, como el que oferta la biblioteca Francesca Bonnemaison <s. a.> de Barcelona en colaboración con el Programa de Derechos Civiles del Ayuntamiento, y que se anuncia como un foro para reflexionar sobre la búsqueda de la identidad sexual.

Los clubes de lectura y el ámbito sanitario

En un club de lectura organizado por la Dirección para la Promoción de la Cultura Científica (del Instituto de Cultura de Barcelona) <Nota de prensa 2008> se proponía hace algún tiempo la lectura de la novela de Martin Winckler *Las confesiones del Doctor Sachs* en la que se narra el día a día de un médico de familia en una pequeña población francesa, con el objetivo explícito de debatir sobre «el papel de la atención primaria en el sistema sanitario y cómo mejorarlo». Los usuarios del Centro de Rehabilitación Psicosocial del Hospital San Juan de Dios de León disponían de una sala para desarrollar un club de lectura que ya tenía nombre —El Club de los Poetas— y que iba a estar coordinado por los propios monitores del centro <Redacción 2015>. En el Hospital Ciudad de Jaén se ponía en marcha un club para las personas que siguen tratamiento en el centro abierto de neurotraumatología <Centro Andaluz de las Letras 2013>. En el Hospital de Torrecárdenas (Almería), también existe un club para usuarios y profesionales de la unidad de Nefrología y Hemodiálisis. La iniciativa, aclaraban sus responsables cuando la dieron a conocer, pretende «fomentar la lectura entre los usuarios de hemodiálisis, así como entre los profesionales que los atienden, y mejorar las relaciones personales y de amistad entre los integrantes del club» <J. M. 2010>.

El Colegio de Enfermería de Navarra o el Hospital Universitario de Móstoles (por poner dos ejemplos) tienen clubes de lectura orientados al personal sanitario que comparte su afición por la lectura, aunque en principio no buscan libros que tengan relación con el trabajo que desempeñan. Pero hay casos en que sí lo hacen. El año pasado fue noticia que el congreso más importante que se celebra en el mundo sobre el cáncer —el de la Sociedad Americana de Oncología Clínica— con más de 30 000 asistentes, programa entre las ponencias, comunicaciones, mesas redondas, pósters y encuentros de todo tipo, tenía también un club de lectura, y no para debatir sobre artículos profesionales sino sobre novelas que tienen, eso sí, relación con el cáncer <Iriberry 2015>. La promotora de este club es la oncóloga Teresa Gilewski, experta en cáncer de mama y partidaria de «una visión humanística del tratamiento de la enfermedad».

En otros casos, como el Club de Lectura de Ciencias de la Salud y de la Vida de la Universidad Europea de Madrid <s. a.>, su vocación es mucho más formativa. Se leen ensayos de bioética, biografías de médicos, obras que analizan aspectos psicológicos de la enfermedad, etc. En esa misma línea, tanto el Hospital Universitario Puerta del Mar de Cádiz, como el Hospital Psiquiátrico Román Alberca de Murcia, proponen clubes de lectura de artículos profesionales (la mayoría en inglés) para el personal médico.

La dimensión integradora de los clubes de lectura

Hemos dejado para el final, quizás porque es la más importante, la dimensión integradora de los clubes de lectura. Es aquí donde encontramos sin duda las experiencias más conmovedoras, reconfortantes y necesarias en relación con este fenómeno. Voluntarios y voluntarias que van a las cárceles cada mes a proporcionar, a través de los debates sobre libros, un momento para desconectar y hacer un paréntesis en sus vidas. Hay ejemplos muy consolidados, como el de Alcalá de Gaudaira, en colaboración con la biblioteca pública <Bibliotecas Públicas 2007> y otros mucho más recientes, como el de Jaén, que se ha creado hace apenas unos meses <Europa Press 2016>. O experiencias tan geniales como la del club de lectura de Gibraleón con los miembros del club de lectura de la prisión <Regueira 2016>. Que un grupo de personas se presten a leer una novela, como hacen habitualmente, pero esta vez para comentarla en el interior de una cárcel con un grupo de presos con quienes comparten la afición por la lectura es sin duda una experiencia que tiene aspectos muy positivos para ambas partes. Hay clubes de lectura, como el del Café Stevia de Lorca que se comprometen en campañas solidarias junto con la Cruz Roja y se molestan en conseguir que algunos escritores donen libros, en organizar una rifa y comprar con los beneficios juguetes para niños de familias desfavorecidas <Redacción 2015>.

Existen clubes de lectura en el marco de programas como el de las Bibliotecas Interculturales de Andalucía <2003> con el propósito de favorecer la integración de la población inmigrante. Clubes de lectura como Seis Puntos de la ONCE (el nombre del club hace referencia al sistema Braille), que no solo promueve y fomenta la lectura, sino el encuentro y el intercambio de opiniones de personas con problemas de visión <Pérez-Bryan 2014>. En Llodio existe un club para personas con discapacidad intelectual <Zuin, s. a.>, en La Alhondiga (en Bilbao), otro para personas con parálisis cerebral <Horra 2015>.

No hemos mencionado hasta ahora la variable de la edad. Existen muchísimos clubes de lectura infantiles y juveniles repartidos por todo el país, dependientes a veces de centros educativos, pero también de bibliotecas, espacios culturales (como Laboral <s. a.>, de Gijón). Tienen sus propios encuentros, como los celebrados recientemente en Sevilla y en Almería. Con iniciativas tan importantes como el premio Mandarache en Cartagena. Por existir, hasta existe un club de lectura para bebés, como el que propone la librería A Peu de Pàgina, de Sarriá <Redacción 2014>. Y con gozar de buena salud, estos clubes juveniles, fenómenos como los *booktubers* o las grandes tiradas de algunas novelas, que van cambiando de temporada en temporada, nos permiten anticipar que se pueda producir una explosión de clubes de lectura de jóvenes en los próximos años.

Si relacionamos la variable de la edad con esta vertiente integradora de la que veníamos hablando, encontramos que se están llevando a cabo experiencias sumamente interesantes para favorecer la convivencia y la solidaridad intergeneracional. Un programa pionero y valioso fue Leo para Ti de Peñaranda <Moreno 2013>. Más recientemente, el proyecto del Club de Lectura Intergeneracional del Ayuntamiento de la Vall de Uxó fue uno de los finalistas del premio Biblioteca Pública y Compromiso Social que otorga la Fundación Biblioteca Social <Redacción 2016>. Las tertulias intergeneracionales que organizan constituyen un espacio de encuentro y convivencia entre los alumnos del PMAR (Programa de Aprendizaje y Mejora del Rendimiento) del IES Benigasló, el club de lectura de gente mayor de la Biblioteca Municipal y los residentes del Hogar Sagrada Familia. Y también desde aquí se han llevado a cabo experiencias interesantes con la población inmigrante.

En este ámbito de la integración se está haciendo una labor extraordinaria desde las asociaciones de lectura fácil. Se está utilizando esta técnica con mucho éxito para personas con dificultades de lectura por razones físicas, psicológicas o sociales. La escritora Almudena Grandes hablaba de un grupo de mujeres en Sanlúcar de Barrameda. Algunas de ellas, que habían sufrido situaciones de pobreza y hasta de malos tratos, habían tenido que aprender a leer para llegar a participar en un club de lectura que les llena de dignidad y respeto de sí mismas <Grandes 2012>.

No es necesario insistir en esta capacidad de los clubes para proporcionar a sus miembros autoestima y sensación de pertenencia a una comunidad. En sí mismos constituyen mecanismos de participación y son grandes generadores de capital social. Una capacidad que quizás está menos presente en los clubes virtuales, los que nos faltaría mencionar para completar esta panorámica. Hay

clubes que utilizan todo tipo de plataformas y aplicaciones (WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, blogs, páginas web, etc.). Por supuesto, no hay que negarles su importancia a la hora de llegar a personas que por cualquier razón no tienen posibilidad de ser miembros de clubes de lectura presenciales. Además, están cumpliendo una labor importantísima al menos en dos aspectos: por una parte en la alfabetización, sobre todo de personas adultas, en las tecnologías de la información, lo que contribuye a reducir la brecha digital, y al mismo tiempo se han convertido en prescriptores para muchas lectores y lectoras que confían en las sugerencias de los coordinadores de estos clubes, y se avienen a seguir un ritmo determinado de lecturas, además de disfrutar escribiendo sus comentarios y leyendo los de los demás. ¿Qué se pierde en estos clubes? Obviamente el contacto directo.

Lo que podemos concluir después de esta mirada a vista de pájaro de los clubes de lectura en España es que son unos grupos en los que en todos, en mayor o menor medida, están presentes estas dimensiones: cultural, integradora, formativa e incluso terapéutica. Algunos son muy participativos y en otros hay un liderazgo indiscutible de su coordinador o coordinadora; a unos les gusta la rutina e incluso los rituales, y otros están continuamente improvisando. Cada vez se utilizan más para explorar otros ámbitos fuera de la literatura y a través de ellos se propician encuentros con científicos, artistas o deportistas. Con el club de lectura se viaja, se va al teatro o al cine, se tienen experiencias gastronómicas, se participa en maratones de cuentos. Se proponen citas a ciegas (como la Olvidoteca de la biblioteca de Córdoba), con libros a los que se les elimina la portada, contraportada y todo tipo de paratextos para ver hasta qué punto nos influye conocer la identidad de un autor. Se hacen catas de libros. El club de lectura es una pieza importante de proyectos que movilizan a toda una ciudad. Pero a veces es el propio club el que se ramifica y a partir de un grupo de lectores se llegan a organizar ferias, mercadillos y proyectos de participación aún más ambiciosos. Los encuentros provinciales y regionales de clubes de lectura suponen una de las fiestas literarias más importantes que puede vivir una ciudad a lo largo del año. Y es que esta parece ser la más secreta vocación de los clubes de lectura, que esa cultura del diálogo que representan termine impregnando la ciudad en su conjunto.

JESÚS ARANA PALACIOS

Referencias

(Para las referencias de artículos sobre comunidades y proyectos de lectura concretos, véase el Apéndice web de este capítulo)

ARANA PALACIOS, Jesús y GALINDO LIZALDRE, Belén, *Leer y conversar: una introducción a los clubes de lectura*, Gijón: Trea, 2009.

CARREÑO, Óscar: *Clubes de lectura: obra en movimiento*, Barcelona: UOC, 2012.



La próxima lectura. Modelos de recomendación de libros en línea

JULIETA LIONETTI

Cinco millones de españoles pasan más de cinco horas diarias de su tiempo personal y de ocio en Internet, según un estudio reciente de la empresa de servicios Nominalia [*TreceBits 2016*]. Sus edades van de los 18 a los 35 años. Son aquellos a los que se ha dado en llamar *millennials* y, en el territorio de los libros, son los que se iniciaron en la lectura inmersiva con la saga de Harry Potter.

El resto de la población está en línea —por motivos personales o de ocio— un promedio de tres horas diarias, aunque el tiempo dedicado a Internet disminuye cuando la edad de los encuestados supera los 54 años.

Si bien los españoles compran mucho menos en línea que el resto de los europeos, un 50 por ciento reconoce consultar al menos tres fuentes en Internet antes de decidir sus compras y un 21,6 por ciento dice que el grado de satisfacción de sus contactos en las redes sociales con un producto es primordial para activar la compra [Kennedy y Hauksson 2012].

Con esta migración de los hábitos cotidianos, no es de extrañar que muchos lectores encuentren su siguiente lectura en entornos virtuales. Ya para comprar libros en las tiendas de comercio electrónico, ya para informarse en profundidad y a partir de opiniones independientes sobre la calidad de lo que leerán. Los libros no son caros, pero la lectura activa exige tiempo y atención, dos recursos más escasos que el dinero y que merecen que uno esté bien informado.

Las herramientas de las que disponen los lectores españoles para la selección en línea de sus lecturas se pueden clasificar en:

- automatizadas y centradas en el comercio electrónico,
- de mediación humana y prescriptivas.

Su eficacia es variable; sus audiencias, distintas; sus objetivos, divergentes. Que la consulta de estas recomendaciones finalice en una compra —en la

tienda en línea, en el sitio web de la editorial o en la librería tradicional— es incierto y en algunos casos como, por ejemplo, los *booktubers* o los blogs especializados, ni siquiera está entre sus objetivos.

El secreto no está en el algoritmo

En el comercio electrónico, la personalización —aunque todavía sea una utopía de *marketing*— es cuestión de vida o muerte. Como la interacción entre humanos ha desaparecido, es la tienda la que debe cambiar en cada caso para adaptarse a los intereses del usuario. Y los cambios pueden ser radicales si quien entra en una librería en línea es un ingeniero electrónico en busca de lo último sobre Python o una madre primeriza preocupada por el desarrollo psicomotor de su bebé. La eficacia de las listas de más vendidos o de los banners de publicidad es muchísimo menor que una oferta dirigida, como bien saben quienes se dedican al *email marketing*.

El entorno del comercio electrónico es uno de los más exigentes para los algoritmos de recomendación. Deben encontrar en tiempo real artículos que resulten relevantes para el posible cliente, en un catálogo que tal vez tiene millones de referencias, con el objetivo de personalizar una tienda con millones de clientes, cada uno de ellos con su historial de compras y de clasificación de artículos. Más otros clientes recién llegados, sin ningún historial, pero a quienes hay que dar el mejor servicio.

Tanto La Casa del Libro como Amazon tienen activados sistemas de recomendación basados en algoritmos híbridos. Detrás de ese *los clientes que compraron este libro también compraron...,* que aparece cuando hacemos clic en una cubierta cualquiera, hay una gigantesca operación computacional que se realiza en menos de medio segundo y que incorpora y guarda nuestro clic —nuestra huella— en el sistema para futuros cálculos y recomendaciones.

Tenemos que saber que estamos en un mundo de correlaciones, en el mundo de los datos masivos o *big data*, sin los cuales cualquier empresa de comercio electrónico se vuelve impracticable. Las predicciones basadas en correlaciones no pretenden —ni pueden— ser exactas, puesto que sólo detectan la mayor o menor dependencia entre variables aleatorias. El lector omnívoro tiende a recibir recomendaciones menos relevantes a sus intereses que el lector que se especializa en leer *best-sellers* o libros de empresa o novela romántica.

Para entender la solución algorítmica diseñada por Amazon —que más que una tienda es una empresa de datos masivos— para su sistema de recomenda-

ciones automatizadas, es necesario tener en cuenta las magnitudes que están en juego a escala global. El catálogo de libros en oferta (incluidos libros electrónicos y audiolibros) en siete idiomas suma 32,8 millones de referencias, de las cuales 2 millones son en español. A fines del 2015, Amazon declaraba tener 304 millones de cuentas activas de clientes (la empresa ha declinado precisar cuántas cuentas activas tiene en España).

Si con estas magnitudes el algoritmo de recomendación tuviese que realizar su computación en línea y en menos de un segundo, se rompería. La solución estaba en que una parte de ese cálculo pudiera realizarse fuera de línea sin comprometer la eficacia de las recomendaciones. Nació así lo que, en amazónico, se llama el «filtro colaborativo artículo por artículo» (*item-to-item collaborative filter*).

La base de este algoritmo, que se itera constantemente, la describieron tres ingenieros de Amazon [Lindel, Smith y York 2003]:

- Por cada artículo en el catálogo de producto I_1
- Por cada cliente C que compró I_1
- Por cada artículo I_2 comprado por cliente C
- Registrar que un cliente compró I_1 e I_2
- Por cada artículo I_2
- Computar la similitud entre I_1 e I_2

En lugar de establecer comparaciones entre usuarios —304 millones son demasiados millones y, además, las personas siguen siendo elementos caprichosos y bastante imprevisibles— el filtro colaborativo artículo por artículo establece la coincidencia entre cada artículo comprado o clasificado por el cliente con otros artículos (similitud o vecindad). El filtro combina esos artículos en una lista de recomendaciones. *La clave de la escalabilidad del algoritmo es que la computación de artículos similares se realiza en una tabla fuera de línea.* Mientras que la computación en línea escala sin problemas e independientemente del tamaño del catálogo o del número total de clientes, ya que solo tiene en cuenta los artículos comprados y/o clasificados por un usuario concreto en relación a la tabla.

Las tablas de similitud o vecindad tienden a cierta rigidez porque los vecinos no son independientes. Piénsese, por ejemplo, en el caso de la trilogía de *El señor de los anillos*, cuyos tres tomos son vecinos de cada uno de los siete (ahora ocho) títulos de la saga de Harry Potter. Por otro lado, los títulos pueden necesitar un número diferente de vecinos para que la predicción sea acertada. Hay obras que necesitan de un solo vecino para que la recomendación resulte relevante. Por ejemplo, si alguien ha comprado el primer volumen de *Los*

juegos del hambre y la recomendación es *Sinsajo*, su continuación, se habrá acertado. Pero hay obras que necesitan más vecinos, como podría ser el caso de una novela literaria como *Si te dicen que caí*. Y otras que no tienen buenos vecinos como, por ejemplo, *Pandemonio*, de Francis Picabia, la única novela que dio el movimiento dadá.

Lo que se gana en velocidad y eficiencia se pierde en materia de sorpresas, diversidad y serendipia.

A esto hay que agregar que la granularidad del árbol de categorías tiene su influencia. Tomemos la categoría de Novela Romántica. La Casa del Libro tiene dos subcategorías: Romántica y Erótica. Amazon.es no tiene subcategorías, ya que la novela erótica forma una categoría en sí misma en esta tienda. Amazon.com, en cambio, tiene 36 subcategorías para Romántica, que van desde novelas románticas con hombres lobo a las que se desarrollan en el período de la Regencia (guiño a los amantes de Jane Austen) pasando por la comedia amorosa o la romántica de temática LGTB. Obviamente, el filtro colaborativo artículo por artículo, trabaja mejor con mayor granularidad.

Y una nota de visibilidad para editores: si el título no ha sido comprado ni clasificado por ningún usuario, no entra en la matriz de similitud o vecindad. Esto es, no entra en las recomendaciones.

Datos y desechos de datos

La personalización de las recomendaciones automatizadas, sin embargo, no termina con el diseño del algoritmo. Hay otra dimensión: los datos y los desechos de datos. Contribuyen a darles ventajas competitivas a las empresas de datos masivos (Amazon) por sobre las tiendas de comercio electrónico de libros (La Casa del Libro).

Para la fuerza bruta de cómputo es preferible tener más datos que mejores algoritmos, algo que probó en la práctica Microsoft en el siglo pasado trabajando sobre su corrector ortográfico para Word. Y que Google aplica con ferocidad y buen tino en su proyecto de traducción automática entre idiomas. Las recomendaciones de libros no escapan a esta ley de los datos masivos y del aprendizaje automatizado. Pero ¿qué son los desechos de datos y por qué son tan importantes?

Digamos, a riesgo de que un científico de datos nos reprenda, que Amazon necesita, para ser eficiente en su sistema de recomendaciones —que según los entendidos representa un 29 por ciento de optimización global de las compras reales de clientes— que $n = \text{todo}$. En ese «todo» está comprendida cada acción

que lleva a cabo un usuario, considerada como una señal que ha de ser analizada y vuelta a incorporar al sistema. Los «desechos de datos» no son más que la huella digital que dejamos cada vez que visitamos la tienda.

Cuando Amazon registra no sólo los libros que adquieren sus clientes, sino las páginas web que simplemente miran, sabe que usará estos datos [desechos de datos] para ofrecer recomendaciones personalizadas [Cukier y Mayer-Schönberg 2013]. Son datos implícitos que entran en el cálculo. Por ejemplo, si un cliente tiende a visitar con asiduidad la categoría de Ciencia-Ficción y Fantasía y nunca visita la categoría de Novela Histórica, se le supone una preferencia por el primer género.

Para ir corrigiendo los parámetros del filtro, se da a los usuarios la posibilidad de «colaborar» activamente en la mejora de sus recomendaciones. En el caso de Amazon, para eso existe, en segunda línea de navegación, el apartado *Mi Amazon*, donde se puede trastear en las recomendaciones personalizadas, aceptarlas o rechazarlas y calificar con estrellas los libros que se han comprado o pedir que no se tengan en cuenta para futuras recomendaciones. Hasta hace poco, también existían notificaciones por correo electrónico una vez que se terminaba de leer un libro electrónico (otro «desecho de datos» que dejamos: cuándo hemos terminado un libro, si es electrónico) para incitar a la calificación y al comentario en la tienda.

Cada vez que visitamos una tienda electrónica de venta de libros, estamos generando valor para la empresa que la gestiona, además de los euros que nos dejamos por el producto en sí. Como bien lo explican Cukier y Mayer-Schönberg [2013]:

Los desechos de datos pueden suponer una enorme ventaja competitiva para las empresas, y también pueden transformarse en una poderosa barrera para evitar la entrada de rivales. Piénsese: si una compañía recién establecida desarrollase una página web de comercio electrónico, una red social o un motor de búsqueda que fueran mucho mejores que los de los líderes actuales, como Amazon, Facebook o Google, se vería en dificultades para competir no sólo a causa de las economías de escala y los efectos de red o marca, sino porque *una parte tan grande del rendimiento de esas firmas punteras se debe a los desechos de datos que recopilan de las acciones de los consumidores y luego vuelven a incorporar al servicio* [cursivas nuestras].

Desde el 13 de noviembre del 2015, Amazon Web Services (AWS) ofrece a los desarrolladores el secreto para implementar el algoritmo detrás de su famoso *los clientes que compraron este producto también compraron...* [Ernest 2015]. Ahora bien, los conjuntos de datos necesarios para entrenarlo quedan a cargo

del consumidor. La ventaja competitiva lograda por el gigante de Seattle en tantos años de recopilación le permite compartir el algoritmo. Lo que nunca compartirá, como bien saben los editores, serán los datos.

La evolución de los blogs

Sólo en la plataforma de autopublicación Blogger hay cientos de blogs españoles dedicados a la recomendación y crítica de libros. Otro tanto pasa con la plataforma Wordpress. Una búsqueda sencilla en Google da como resultado 739 blogs dedicados a reseñas de material de lectura. Sus temáticas, estilos y calidad dan para todos los gustos y excede en mucho el propósito y la extensión de este artículo hacer una relación detallada de todos o una parte de ellos.

Hay blogs aficionados, como *Detectives de libro*, que llevan adelante una labor bibliográfica sobre el género policiaco y detectivesco que los convierten en parada esencial para un amante de la novela negra tradicional y contemporánea. Hay otros más rompedores, como *Neorrabioso*, que firma el poeta madrileño Batania, cuyo tono es casi satírico. O un blog que parece dedicado a quienes no encuentran su libro en las recomendaciones automáticas de las tiendas digitales: *Escritores que nadie lee*, donde se habla de autores y libros de calidad que están olvidados o que no han tenido suerte editorial.

Teads Labs [2015], de la empresa francesa Teads, se ha dedicado a poner un poco de orden en este universo fragmentado y caótico seleccionando los 100 blogs de libros y literatura más influyentes de España. El criterio de influencia se basa en varios parámetros:

- cantidad de enlaces entrantes desde otros blogs y páginas web,
- cantidad de *shares* en Facebook,
- cantidad de menciones y retuits en Twitter,
- frecuencia de las actualizaciones.

Aconsejo visitar la selección en el enlace de Referencias para ir familiarizándose con la compleja blogosfera literaria española. No figura ninguno de los blogs mencionados más arriba, que, sin embargo, recomiendo.

Plataformas de recomendación

La fragmentación de la prescripción en el terreno de los libros ha llevado a que algunos blogs más ambiciosos hicieran el esfuerzo de transformarse en plataformas de recomendación. Compiten así con medios establecidos, como

los suplementos literarios de los grandes periódicos, que han pasado de un reinado absoluto en la primera mitad de los 2 000 a una influencia mucho más modesta cuando quienes escriben las recensiones no son firmas reconocidas por todo el mundo.

Es el caso de *El placer de la lectura*, dirigida por el reconocido blogger Pepe Rodríguez, que ha logrado más de 260 000 suscriptores a su plataforma y 2 millones de seguidores en Facebook. El nuevo algoritmo de Facebook, que sólo les permite llegar orgánicamente a un 5 por ciento de esa gente, les ha obligado a centrarse en su propiedad web y en el crecimiento de suscriptores.

El placer de la lectura tiene varias secciones, a las que se accede en su totalidad después de abrir una cuenta y completar un perfil, en el que el usuario indica cuáles son sus géneros favoritos. Información sobre novedades editoriales, reseñas, listas imaginativas y un blog donde se da cuenta de la actualidad del mundo editorial y de los libros, además de algunos *posts* con curiosidades para librófagos. Rodríguez, que se enorgullece de recibir unas 400 000 visitas únicas cada mes, dice que «lo más popular son las listas». Como, por ejemplo, «Siete libros dignos de ser salvados de una invasión alienígena» o «Libros para leer cuando te obligan a esperar». Las listas que se refieren a una situación imaginaria del lector permiten una conexión emocional y despiertan la curiosidad. También sirven para remediar la inexistencia de un algoritmo de recomendación, ya que permiten poner de relieve partes del catálogo vivo que, de otra manera, quedarían sepultadas por el aluvión de novedades. Fomentan, además, cierto grado de serendipia.

El equipo editorial que encabeza Rodríguez se compone de cuatro becarios, encargados de las listas, y cinco colaboradores que se ocupan de las reseñas. La plataforma ha llegado a acuerdos de cooperación con *Todo literatura*, para una mejor cobertura de la actualidad, y con *Entre montones de libros*, un blog de literatura alojado en Blogger, que tiene una pequeña comunidad de comentaristas muy activos. Con respecto a esta última alianza, Rodríguez comenta:

Nos gustaría, en el futuro, transformarnos en una especie de Goodreads, la red social americana propiedad de Amazon que une a lectores voraces a través de sus comentarios y clasificación de títulos. Este es el motivo de nuestro acuerdo estratégico con *Entre montones de libros*. Esos son los planes, aunque para ello necesitamos un desarrollo tecnológico que no estamos en condiciones de hacer, de momento.

Los usuarios de *El placer de la lectura* no tienen preferencia por las firmas de renombre. Según Rodríguez, «es la temática o el libro reseñado lo que se vuelve popular, sin importar quién firme el artículo». Esto habla bien de la

credibilidad de la plataforma entre sus seguidores. Las reseñas de *Cien años de soledad* y de *El señor de las moscas* son las que se llevan la palma en el histórico de visitas y páginas leídas: una audiencia conservadora, poco dispuesta a descubrir lo nuevo o a internarse en territorios poco conocidos. Las recomendaciones que reciben en línea son manuales y toman como base los géneros en los cuales el usuario ha manifestado interés al completar su perfil.

Los problemas de supervivencia de un modelo como este se emparentan directamente con la crisis de los medios de comunicación en la Web. Desde el momento en que un blog deja de ser una afición o una simple inversión de tiempo para el desarrollo de la marca personal, ¿cómo se sostiene económicamente?

La afiliación a tiendas como Amazon o La Casa del Libro —que permite al lector comprar un libro desde un botón de enlace en la reseña y hace que la plataforma reciba un porcentaje por esa venta— «tiene una incidencia puramente testimonial en nuestros ingresos», dice Rodríguez, que confiesa desconocer la causa de esta falta de entusiasmo comprador de la audiencia de *El placer de la lectura*.

A la afiliación también ha recurrido una plataforma mucho más reciente: Librotea, nacida del grupo Prisa a raíz de una iniciativa de Pepe Verdes, aunque en el futuro y cuando tengan el suficiente tráfico piensan financiarse con publicidad nativa, también conocida como *branded content*. Al igual que en *El placer de la lectura*, en Librotea hay listas, pero en este caso están avaladas por nombres famosos.

Para sostenerse, *El placer de la lectura* ofrece servicios de *marketing* a las editoriales con campañas que desarrollan a través de la plataforma y una gran actividad en las redes sociales. La explotación de sus 2 millones de seguidores en Facebook para dar a conocer títulos se ha visto disminuida, a menos que se realice una inversión en anuncios y/o *posts* promocionados. Entre sus servicios está el envío de *newsletters* a una amplia base de suscriptores, siempre respetuosas de las preferencias indicadas por los usuarios en su perfil. Recientemente, ha extendido esta oferta de *marketing* a autoeditados, un colectivo siempre en busca de su lector.

También, en la busca de un modelo de negocio viable, *El placer de la lectura* está tratando de desarrollar verticales como, por ejemplo, transformarse en un *marketplace* que conecta a empresas no editoriales, que tienen necesidad de producir libros electrónicos para campañas de *inbound marketing* o de circulación interna, con los proveedores adecuados. Otra de las líneas que está en exploración son acuerdos con compañías aéreas, aunque Rodríguez no entró en detalles.

Cabe preguntarse si, en esta lucha por la supervivencia, *El placer de la lectura* no perderá por el camino una de sus grandes bazas y virtudes: la independencia editorial y la frescura que han premiado cientos de miles de usuarios a lo largo de los 11 años que Pepe Rodríguez lleva promoviendo el conocimiento de los libros.

Literatura infantil y juvenil

Boolino es un caso aparte. Nació en el 2011 como un blog de recomendación de literatura infantil y juvenil (LIJ) y a comienzos del 2014 se transformó en una plataforma de suscripción con dos objetivos:

- fomentar la lectura en los niños desde los 18 meses a los ocho años incentivando la participación de los padres en la iniciación de sus hijos en esta actividad,
- ser un escaparate para las editoriales especializadas.

Sven Huber, uno de sus dos fundadores, apunta que ha notado que los padres españoles se implican menos que los padres hispanoamericanos en el fomento de la lectura de los más pequeños. De allí que Boolino apunte a la educación parental para superar las bajas tasas de lectura, que terminan incidiendo en el rendimiento escolar.

El ADN de Boolino es claramente prescriptivo, al punto de que prescribe incluso la interpretación de los cuentos que recomienda. La herramienta es Boolino Book Box: una caja con un libro, una guía de lectura para padres —en la que se señalan los valores que se pueden transmitir con ese título— y tres elementos que apuntan a la realización de manualidades u otras actividades relacionadas con el argumento del cuento o con sus personajes. Para acceder a ella, los padres deben ser suscriptores de la plataforma, que tiene varios planes que van desde la caja individual a las doce cajas, una fórmula útil para las familias numerosas con hijos en distintas etapas de crecimiento, ya que las cajas se tematizan por edades.

Boolino ha realizado una labor de indexación de más de 70 000 títulos de LIJ y no se olvidan de los chicos mayores de nueve años, para quienes también hay recomendaciones, aunque para ellos —más independientes en sus lecturas y actividades— ya no produce cajas con guías de lectura ni juegos.

Esta indexación les permite tener un filtro de recomendaciones en su navegador cuya matriz se centra en el usuario. Este tipo de filtros, que suele ocasionar grandes problemas en contextos de gran diversidad de usuarios

porque exige mucha capacidad computacional y los resultados no son excesivamente relevantes, es ideal para una plataforma dirigida a la prescripción de LIJ. La audiencia de Boolino es fácilmente segmentable por tramos etarios y capacidades cognitivas. Son niños. [Lionetti 2016].

La otra pata de la viabilidad de Boolino son las editoriales, que pueden encontrar en la plataforma una solución de *marketing* para sus títulos. A partir de la creación de una página corporativa, los editores pueden contactar de forma segmentada con los padres, que son quienes deciden la compra de los libros infantiles.

En tanto mediadores entre quienes hacen los libros y quienes los compran, Boolino podría categorizarse como una librería digital especializada, en la que el filtro de recomendación basado en usuarios hace las veces de anaquel de clasificación.

El reino del adjetivo

Let me photograph you in this light
In case it is the last time
That we might be exactly like we were
Before we realized
We were sad of getting old
It made us restless
I'm so mad I'm getting old
It makes me reckless [Adele Adkins 2015].

Cuando Javier Ruescas, hoy autor de 19 títulos de LIJ publicados en distintas editoriales de primera línea y con más de 140 000 seguidores en YouTube, subió su primera crítica de libro a la red social [Ruescas 2010] todavía no era un *booktuber*.

El joven de 21 años que aparece en esta videorreseña tranquila y sosegada, realizada con un equipo de filmación de gama baja que escamotea los detalles y tiñe todo de esos tonos rojizos que uno identifica con un buen estofado de ternera, no había adherido a la estética universal de la comunidad *booktuber*. Si bien ya hacía uso y abuso de los adjetivos denotadores de entusiasmo que dos años más tarde caracterizarían a los *booktubers* de todo el mundo. En cuatro minutos y cuarenta segundos aparecen y se repiten: maravilloso, adictivo, genial, vertiginoso, memorable, redondo y emocionante, con sus correspondientes plurales y variaciones de género. Si al cabo no te has convencido de que debes leer *Los juegos del hambre*, de editorial Molino —cuyo

logo se muestra en pantalla en dos oportunidades y que recibe el agradecimiento del reseñador también dos veces—, es que eres un lector de hielo, porque Ruescas está diciéndote todo esto «de verdad» y «de corazón».

El movimiento *booktube* es un fenómeno anglosajón que se da a conocer en el 2012 y se expande casi inmediatamente a todo el planeta. Ese mismo año llega a España, donde hoy ya ha adquirido la condición de tendencia dominante, al igual que en Hispanoamérica. La espontaneidad que los comentaristas le adjudican a las actuaciones de sus integrantes es en realidad la puesta en escena de un estilo que quiere provocar la ilusión de espontaneidad. Algo que se torna evidente cuando se sigue a varios *booktubers* de distintas latitudes y contextos culturales y uno se da cuenta de que un chico de Lugo y otro de Londres participan de los mismos estereotipos.

El estilo *booktube* va desde la apariencia de estos fantásticos comediantes, que han hecho de los libros la temática de sus espectáculos, hasta los formatos en los cuales se presentan esos libros. Sin formato canónico, no eres *booktuber*.

Los peinados y cortes de pelo de los chicos son variaciones de los muchos que ha exhibido y exhibe Justin Bieber y, cuando ya se acercan a la treintena, se pasa a una imitación del Ryan Gosling clásico, con sombra de barba entera y leve connotación *hipster*. Para las chicas, lo que se lleva son colores de pelo en la gama de los pasteles: rosados, turquesas, malvas y algún morado que pueden compartir una *booktuber* australiana y otra de México. Aunque no faltan las pelirrojas y morenas naturales.

Es importante, también, mostrar los defectos y, si se tiene acné o puntos negros, aprovechar para promocionar algún producto de Garnier o de L’Oreal y hacerse una mascarilla en línea mientras se habla de libros sobre amores imposibles. A los seguidores no les echa para atrás, porque los *millennials* entienden que sus ídolos deben ganarse la vida y, además, mostrar carencias y debilidades —reales o no— es una de las piedras de toque de YouTube para alcanzar el éxito: la franqueza y el humor crudo son lo que rinde entre los famosos de esta red, se hable de libros o de cualquier otra cosa.

Las actuaciones son exageradas y de un histrionismo afectado, un poco en el estilo de los *camp movies*, que buscan el efecto cómico en la falta de naturalidad de los actores. El tono general es de alegría exacerbada, aunque hay excepciones como, por ejemplo, la pareja que forman las españolas Drew y Yaiza del canal *Never Be Hopeless*, en el que se reparten los roles de chica seria y algo melancólica y el de jubilosa inocencia con un toque de manga.

La imagen de fondo o el decorado suele ser la librería de la casa o la habitación del *booktuber*, aunque también están quienes se arriesgan a salir del territorio familiar, especialmente los que logran que las editoriales les concedan

entrevistas con autores. La iluminación ha pasado de la calidez rojiza y crepuscular que caracterizaba a los primeros vlogs (video bitácoras) de Javier Ruescas a temperaturas más optimistas y cercanas a la luz del mediodía en un interior bien ventilado. Los planos picados, con la cámara en un ángulo levemente oblicuo desde arriba de la escena, contribuyen a la impresión general de simpatía e inseguridad de los protagonistas (*soy igual que tú*), siempre en primer plano. El montaje sincopado, con escenas superpuestas y frases inconclusas, le dan un ritmo rapero a los videos, gracias al cual las repeticiones de conceptos y adjetivos en lugar de resultar redundantes sirven a la acumulación de sentido. Un trabajo profesional.

Los formatos a los que debe atenerse un *booktuber* que se precie son los siguientes:

- **BOOK HAUL.** Se presentan todos los libros que el *booktuber* ha conseguido en determinado período (la semana o el mes anterior, aunque también pueden ser períodos más largos). Los libros pueden ser comprados, en cuyo caso dirá por qué los compró, o regalados, en cuyo caso agradecerá a la editorial que los ha enviado. También se admiten libros cedidos en préstamo por bibliotecas, pero es menos común que aparezcan. Hay Book Hauls de 10 minutos en los que se presentan hasta 40 títulos diferentes.
- **IMM (*In My Mailbox*).** El *booktuber* abre delante de cámara todos los paquetes de libros recibidos durante un período: ya sea de sus compras por correo o de regalos de las editoriales o de otros *booktubers*. Con esta acción, comparte la excitación ante las sorpresas y novedades con sus seguidores. Un IMM puede presentar 20 o más títulos en menos de ocho minutos.
- **TBR (*To Be Read*).** Lista de los libros que el *booktuber* se propone leer en el futuro cercano. Casi siempre en el mes siguiente, aunque no es excluyente.
- **WISH LIST.** Libros ya editados que el *booktuber* desea leer. O libros cuya traducción al español recomienda o exige. Las editoriales están (o deberían estar) muy atentas a estas sugerencias.
- **RESEÑA.** Con un ritmo más sosegado, el *booktuber* hace la crítica y reseña las grandes líneas argumentales de algún libro que le ha gustado. Esto incluye la opinión sobre las cubiertas, que no siempre es positiva aunque el libro salga bien parado.
- **WRAP UP.** Breves comentarios sobre todos los libros leídos en un período determinado. Hay quienes las hacen mensualmente y otros que prefieren presentar este formato una vez a la semana.

- BOOK TAG. Es un juego que puede iniciar el *booktuber* o sus seguidores. Se trata de preguntas sencillas sobre libros que se deben responder. Por ejemplo: libros con la cubierta de color azul. En un Book Tag, el *booktuber* puede «taguear» (etiquetar) a otros *booktubers* o a seguidores influyentes para incentivar su participación.
- BOOK CHALLENGE. Es un Book Tag, pero con preguntas más difíciles y que suelen exigir que quien responde haya leído el libro.
- BOOKSHELF TOUR. Paseo por la biblioteca personal del *booktuber*, en la que nunca faltan los siete volúmenes de la saga de Harry Potter. Aunque he de confesar que vi aparecer, para mi sorpresa y alegría, un solitario Stefan Zweig. No por prejuicio elitista, sino por comprobar que algunos de estos jóvenes —que en varios casos están más cerca de la treintena que de la adolescencia— no se niegan en masa a crecer.

Estos mimados de la industria editorial dedicada a la LIJ, viajan a las ferias del libro de todo el ámbito de la lengua y colaboran entre sí, sin importar si son de Chile, Colombia, México o España. Cubren con creces las exigencias de todas las métricas de éxito en YouTube, especialmente en el apartado de comentarios, que no sólo son abundantes sino que, en muchos casos, resultan más interesantes y reflexivos que los mismos videos. Los *booktubers* con más de 100 000 suscriptores tienen un crecimiento medio de 165 nuevos seguidores por día y un promedio de 9 800 visitas diarias a sus canales. Y algunos de ellos empiezan a apuntar en sus contenidos al enorme mercado de los autopublicados, con lecciones de cómo escribir un libro o cómo llegar hasta el ansiado sí de una editorial.

Puestos a curiosear métricas, es interesante ver con quiénes tienen seguidores en común en YouTube. *El Rubius*, *DalasReview* y *HolaSoyGermán* (el *youtuber* chileno que ha publicado su libro de consejos con Alfaguara) son cuentas comunes a muchos *booktubers*. Pero *AdeleVEVO*, el canal de YouTube de la cantante británica, es omnipresente entre la audiencia de los *booktubers* españoles.

Tal y como canta Adele en «When we were young», nos encontramos ante un colectivo muy joven, pero ya con una clara y articulada nostalgia del pasado. O tal vez con miedo a un futuro incierto, a pesar del optimismo exasperado que derrochan.

Los lectores siempre encuentran su próxima lectura. El de las recomendaciones y la visibilidad es un problema de los editores, un problema de la oferta, que debe buscar su optimización, y no de la demanda.

Lo que hemos visto en este repaso de la situación de las recomendaciones virtuales es que, en el ámbito digital, lograr que se produzca el fenómeno boca

a boca exige magnitudes casi inimaginables. Ya se trate de la recomendación mediada por algoritmos como de las más humanizadas de prescriptores y *booktubers*.

Despojada de la intimidad del gusto en común con alguien a quien se aprecia, del tiempo largo de la reflexión en solitario de una crítica bien fundada y profunda, la recomendación se vuelve tópica y estereotipada. Por simples razones de supervivencia, tanto quienes gestionan las tiendas de venta en línea como los *booktubers* o los prescriptores deben apuntar al bullo, y hacerlo a gran velocidad. Transformar una crítica en un listado que descontextualiza; una reseña en una repetición de adjetivos de impacto; una recomendación automática en la inclinación por el título más comprado o más visto.

Los datos masivos que dan vida a los algoritmos, pero que también deciden la suerte de sitios web o canales de video gestionados por humanos, llevarán la lectura —ese reino de la causalidad— a los bajíos de las correspondencias.

Referencias*

- ADKINS, Adele Laurie Blue, «When we were young», en *Adele 25*, álbum publicado por la discográfica Columbia, noviembre 2015. [Traducción propia: «Deja que te fotografíe en esta luz / por si fuera la última vez / en que podríamos ser como éramos / antes de que nos diéramos cuenta / de que estábamos tristes porque envejecemos. / Nos dejó sin sosiego. / Me desquicia estar envejeciendo / me vuelve temeraria»].
- CUKIER, Kenneth y MAYER-SCHÖNBERG, Viktor, *Big Data. La revolución de los datos masivos*, trad. Antonio Iriarte Jurado, Madrid: Turner, 2013 (original: *Big Data: A Revolution That Will Transform The Way We Live, Work and Think*, London: Hodder & Stoughton, 2013).
- ERNEST, Guy, «Building a Recommendation Engine with Spark ML on Amazon EMR using Zeppelin», *AWS Big Data Blog*, 13 noviembre 2015 <<https://blogs.aws.amazon.com/bigdata/post/Tx6J5RM20WPG5V/Building-a-Recommendation-Engine-with-Spark-ML-on-Amazon-EMR-using-Zeppelin>>
- KENNEDY, Anne y HAUKSSON, Krisján Már, *Global Search Engine Marketing. Fine-tuning Your International Search Results*, Indianapolis: QUE, 2012.
- LINDEN, Greg; SMITH, Brent, and YORK, Jeremy, «Amazon.com Recomendations. Item-to-Item Collaborative Filtering», en *IEEE Internet*

* Las páginas web se han de entender visitadas en septiembre del 2016.

- Computing*, IEEE Computer Society, enero-febrero 2003, págs. 76-80
<<http://www.cs.umd.edu/~samir/498/Amazon-Recommendations.pdf>>
- LIONETTI, Julieta, «Por qué no hay un Netflix de los libros», *Content.os*, enero 2016 <<http://contentsolutions.pro/blog/por-que-no-hay-un-netflix-de-los-libros>>
- RUESCAS, Javier, «Quinto Video Blog [sic]. Los juegos del hambre», en *El cazador de libros*, 2010 (canal de YouTube) <<https://www.youtube.com/watch?v=1fU195GKb7c>>
- TEADS LABS, «Top Blogs. Literatura», en *Teads*, septiembre 2015 <<http://es.labs.teads.tv/top-blogs/literatura>>
- TreceBits, redacción, «¿Cuánto tiempo pasamos conectados a Internet cada día?», en *TreceBits*, 12 mayo 2016 <<http://www.trecebites.com/2016/05/12/cuanto-tiempo-pasamos-conectados-a-internet-cada-dia/>>

Blogs y *booktubers*

- AdeleVEVO*, <<https://www.youtube.com/user/AdeleVEVO>>
- Coleccionista de mundos*, <<https://www.youtube.com/user/channelcoleccionista>>
- DallasReview*, <<https://www.youtube.com/user/DallasReview>>
- Detectives de libro*, <<http://detectivesdelibro.blogspot.com.es/>>
- ElRubiusOMG*, <<https://www.youtube.com/user/elrubiusOMG>>
- Escritores que nadie lee*, <<https://escritoresquenadielee.com/>>
- HolaSoyGerman*, <<https://www.youtube.com/user/HolaSoyGerman>>
- Javier Ruescas*, <<https://www.youtube.com/user/ruescasj>>
- Neorrabioso*, <<http://neorrabioso.blogspot.com.es/>>
- Never Be Hopeless*, <<https://www.youtube.com/user/neverbehopeless>>



El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación

CARLOS A. SCOLARI

La nueva ecología de la comunicación

Cuando en 1990 Tim Berners-Lee, investigador del CERN en Ginebra, hizo circular entre sus colegas un *paper* donde proponía la creación de una «web of notes with links» no podía imaginar que estaba dando ignición a la revolución mediática más importante desde la invención de la imprenta. Pero sostener que Internet es «la imprenta del siglo XXI» [Piscitelli 2009] no es suficiente: la transformación, ahora, es mucho más profunda y rápida que el proceso iniciado por Gutenberg en el siglo xv. Un dato puede servir para comparar las dimensiones de ambas «revoluciones»: el libro reproducido mecánicamente tardó más de cuatro siglos en convertirse en un objeto de uso masivo. Recién con la llegada de la escuela pública y gratuita en el siglo XVIII, la Revolución Francesa —que extendió los derechos de la nueva clase social emergente— y la Revolución Industrial —que acopló a la imprenta una máquina de vapor— el objeto de Gutenberg llegó realmente a las masas y se convirtió en un objeto popular en manos de los ciudadanos. La World Wide Web tiene menos de diez mil días de existencia y ya cuenta con 3500 millones de usuarios, cerca del 40 % de la población mundial.

Desde la perspectiva de la ecología de los medios [Scolari 2015], la emergencia de la World Wide Web constituyó un verdadero terremoto. La Web no es «un medio más» como la televisión o la radio: es un gran nicho dentro del ecosistema de medios que, desde su aparición, no paró de generar nuevas formas disruptivas de comunicación. En la Web nacieron la Wikipedia y los blogs, Twitter y Facebook, YouTube y Amazon..., la Web es un espacio abierto a la innovación donde se generan nuevos entornos y experiencias comunicativas. Por este motivo es necesario defender la apertura y la neutralidad de la World Wide Web.

La extensión de esta frenética actividad tecnológica al ámbito de los dispositivos móviles no hizo más que acelerar y aumentar las hibridaciones

intermediáticas y la aparición de «nuevas especies» como WhatsApp, Instagram o Snapchat, por no hablar de la difusión a escala planetaria, en sólo un par de semanas, de la primera experiencia masiva de uso combinado de realidad aumentada y geolocalización: PokemonGo.

Esta explosión de nuevos medios y plataformas ha transformado el consumo mediático. Si antes nuestra dieta mediática estaba conformada por pocos medios (a los cuales dedicábamos mucha atención), ahora pasamos poco tiempo en muchos medios. Nuestra dieta mediática se ha atomizado en cientos de situaciones de consumo a lo largo del día: miramos un vídeo en YouTube, un capítulo de una serie en Netflix y volvemos a ver esa vieja película en un DVD que compramos en oferta. También la lectura se fragmenta entre decenas de dispositivos: leemos un poco lo que está pasando en Twitter, de ahí saltamos a un correo electrónico, después damos una ojeada a Facebook, consultamos un diario en línea, repasamos un informe en el Kindle y, antes de dormirnos, nos dejamos arrullar por las viejas páginas de papel de un libro impreso con una máquina inventada hace 450 años por un orfebre alemán.

Datos 1.0

Según el Anuario 2014 del CIS [Centro de Investigaciones Sociológicas 2014] el 61,7 % de los encuestados demuestra mucho o bastante interés por la lectura. Este interés por la lectura se mantiene elevado en la población entre 25/65 años pero cae en los más ancianos y menores de 24 años, donde apenas llega al 53 %. Uno de los datos más difíciles de digerir es la frecuencia de lectura de los menores de 24 años: un 32,7 % de los encuestados de esa edad afirma que no lee casi nunca o directamente no leen libros. Es en este sector, el de la llamada Generación Z —los jóvenes nacidos con la Web hace menos de diez mil días— donde los nuevos hábitos de consumo cultural en general, y de lectura en particular, se vuelven más evidentes.

¿Qué es una narrativa transmedia?

El concepto de narrativa transmedia (*transmedia storytelling*) fue introducido por Henry Jenkins en un artículo publicado en enero del 2003 en *Technology Review*, la revista del MIT de Boston [Jenkins 2003]. Podemos decir que una narrativa transmedia tiene dos rasgos que la caracterizan: expansión narrativa y cultura participativa [Scolari 2013].

Por una parte, una narrativa transmedia es un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas. La narrativa comienza en un cuento o

novela, sigue en un cómic, continúa en una serie televisiva de dibujos animados, se expande en forma de largometraje y termina (¿termina?) incorporando nuevas aventuras interactivas en un videojuego. ¿Un ejemplo? Podríamos hablar del mundo narrativo de Sherlock Holmes, el cual nació en una serie de publicaciones periódicas a finales del siglo XIX, después se expandió al cine, la radio, el cómic y la televisión. Cada una de estas extensiones transmediáticas, por más que en muchos casos sólo fueran adaptaciones de los relatos originales, ampliaron el universo narrativo de Holmes y Watson; por otro lado, hay expansiones que fueron mucho más allá de la obra original de Conan Doyle, por ejemplo largometrajes como *The Private Life of Sherlock Holmes* <Wilder 1970> [entre ángulos, las referencias que se encuentran en el Apéndice web. N. del E.] o novelas como *Sherlock Holmes's War of the Worlds* <Wellman y Wellman 1975> —donde se propone un *crossover* entre los mundos narrativos de Conan Doyle y H. G. Wells—, por no hablar de series televisivas *Sherlock* o *Elementary*.

Pero las narrativas transmedia también se caracterizan por otro componente: una parte de los lectores no se limita a consumir el producto cultural sino que se propone ampliar su mundo narrativo con nuevas piezas textuales. Dicho en otras palabras: la expansión de un universo narrativo deja de ser patrimonio de su creador. Si ese mundo entusiasma a sus lectores y genera una comunidad de *fans*, no tardarán en aparecer nuevos relatos en Fanfiction.net, en la plataforma Wattpad o en YouTube.

Una narrativa transmedia puede ser sintetizada a través de una fórmula:

$$NT = IM + CGU$$

NT: narrativa transmedia

IM: industria de medios

CGU: contenidos generados por usuarios

También se podría sintetizar en otra expresión:

$$NT = canon + fandom$$

El *canon* es el mundo de los contenidos oficiales, cubiertos por el *copyright* y donde priman las lógicas comerciales. Por ejemplo, el canon de *Star Wars* está formado por siete largometrajes, una serie de videojuegos, cómics, animaciones, libros e infinidad de productos oficiales. El *fandom*, en cambio, es el reino de los *fans*. A medida que nos internamos en este territorio las leyes del derecho de autor dejan de tener valor; estas producciones no tienen fines de lucro y están regidas por los principios de la posproducción [Borriaud 2004], el *mashup* y el *remix* [Lessig 2008].

Si sumamos *canon* y *fandom* nos encontramos con mundos narrativos que se expanden a través de múltiples medios y plataformas con la complicidad de sus *fans*. Estos mundos narrativos puede seguir activos —o sea, se siguen expandiendo con nuevos textos— incluso mucho tiempo después de que el canon haya sido dado por concluido. Las narrativas transmedia se saben dónde comienzan pero nunca dónde acaban.

¿Por qué son importantes las narrativas transmedia? Por una parte, el *transmedia storytelling* ha puesto en evidencia un volcán narrativo a cargo de los usuarios que, si bien siempre existió, nunca había tenido tanta amplitud y alcance gracias a la existencia de la World Wide Web y decenas de plataformas nacidas en su seno. Por otro lado, la construcción de relatos que se cuentan en diferentes medios y plataformas son una posible estrategia para balancear la atomización de situaciones de consumo que se mencionó más arriba. Si bien las narrativas transmedia, incluso las más exitosas, difícilmente alcancen las cuotas de audiencia de las épocas de oro del *broadcasting* —cuando todos miraban lo mismo, a la misma hora y por el mismo canal—, constituyen una estrategia muy útil para construir nichos de fieles consumidores alrededor de un mundo narrativo. Si en la vieja ecología de los medios las audiencias eran *media-centred*, en la nueva ecología son *narrative-centred*.

Datos 2.0

Cualquier estudio de los hábitos de lectura debería ser complementado por los otros consumos culturales de los ciudadanos. El Anuario 2015 del CIS [Centro de Investigaciones Sociológicas 2015] abunda en datos sobre el impacto de las TIC en el ámbito familiar. En los últimos seis meses (la encuesta fue realizada en marzo 2015) un 80,4 % de los españoles había enviado mensajes por móvil y un 35,5 % compartido fotos o videos. Un 26 % había participado en foros, redes sociales o chats. Solo un 6,7 % había creado blogs o páginas web. Según el Barómetro de junio 2015 [Centro de Investigaciones Sociológicas (Estudio 3101) 2015], los españoles emplean el tiempo libre paseando (71,3 %) o mirando televisión (70 %). La lectura de libros, revistas o cómics aparece en tercer lugar (47,5 %) seguida por el consumo musical (46,6 %) y la navegación en la Web o las redes sociales (42,5 %). Esta última opción, sin dudas, es la que congrega a la gente más joven (76,6 % de los encuestados menores de 24 años).

Nuevas formas de leer... y de crear

Los cambios en el ecosistema mediático han jaqueado casi un siglo de teorías de la comunicación inspiradas por el modelo del *broadcasting*. Conceptos como «audiencia», «medio» o «comunicación de masas» deben ser revisados. ¿Podemos seguir hablando de «audiencia» cuando los viejos televidentes descargan videos, los modifican —por ejemplo manipulando los subtítulos de Hitler en la película *El Hundimiento*— y los vuelven a meter en circulación en las redes sociales? ¿Podemos considerar a Facebook un «medio» cuando en realidad no genera ningún tipo de contenido? ¿Sigue siendo útil el concepto de «comunicación de masas»? ¿O debemos apostar por la «autocomunicación de masas» de Manuel Castells [2009]?

El mismo tipo de interrogantes pueden plantearse a partir de los nuevos procesos de lectura e interpretación. En el 2007 Néstor García Canclini publicó un pequeño volumen titulado *Lectores, espectadores e internautas* donde daba cuenta de estas transformaciones:

El concepto de *lector* fue trabajado en el marco de una teoría de los campos, ya sea de forma restringida como lector de literatura (Iser, Jauss) o en sentido más sociológico como destinatario del sistema editorial (Chartier, Eco) (...). La noción de *espectador*, si bien es más difusa, fue definida en relación con campos específicos al hablar de espectador de cine, de televisión o de recitales de música (...). Si hablamos de *internauta*, en cambio, aludimos a un actor multimodal que lee, ve, escucha y combina materiales diversos, procedentes de la lectura y de los espectáculos [García Canclini 2007: 31-32].

García Canclini concluye que «ser internauta aumenta, para millones de personas, la posibilidad de ser lectores y espectadores (...). La pantallas de nuestro siglo también traen textos, y no podemos pensar su hegemonía como el triunfo de las imágenes sobre la lectura. Pero es cierto que cambió el modo de leer» [*op. cit.*: 78-83].

Estas transformaciones en la lectura no deberían sorprendernos: a lo largo de los últimos 6000 años (o sea, desde que se inventó algo llamado «escritura») las formas de leer han cambiado. De una lectura grupal y declamada en voz alta se pasó, después de muchos siglos, a una lectura silenciosa e individual. Para algunos investigadores como Marshall McLuhan [1962] ese cambio fue consecuencia de la introducción de la imprenta; otros investigadores —como Illich [1994]— sostienen que se produjo un par de siglos antes. No nos interesan aquí estos detalles históricos: la lectura que hasta hace muy poco era

considerada «normal» (la lectura silenciosa de un libro) es un fenómeno relativamente reciente en términos evolutivos que terminó de consolidarse, como ya indicamos más arriba, durante el siglo XIX.

Una vez más, lo que sorprende y hace que las mutaciones contemporáneas sean tan disruptivas, es la velocidad del cambio. El pasaje de la lectura grupal y declamada a la lectura individual y silenciosa tardó varios siglos; la transformación de los lectores en espectadores, y de espectadores en internautas, se dio en unas pocas décadas.

¿Cómo cambia la lectura en la nueva ecología mediática? Disminuyen los lectores fuertes (extensivos o intensivos) y aumentan los lectores débiles o precarios [García Canclini 2007]. Ya en 1997 Nicholas C. Burbules había introducido los conceptos de *hyperreader* y *hyperreading* para describir las transformaciones de la lectura en entornos digitales, lo cual lleva a que «el lector haga conexiones dentro y a través de los textos, a veces en maneras estructuradas por el diseñador/autor (por ejemplo, siguiendo notas o referencias), pero a menudo en maneras determinadas por el mismo lector» [Burbules 1997]. Podría decirse que en el siglo XXI cada vez más se lee escribiendo y modificando, ya sea cortando, desplazando, cambiando el orden o introduciendo la propia escritura. Estamos frente a nuevas lecturas que, desde el pedestal de la cultura letrada tradicional, se podrían calificar como «aberrantes» o «desviadas». Lecturas salvajes. Vicente Luis Mora [2012], en *El lectopectador*, profundiza en esta línea de reflexión y se pregunta: ¿Cómo lee el lectopectador? Hoy «leemos la página como si fuera una lámina electrónica emisora, un paisaje o un óleo» [2012: 109]. Las nuevas narrativas nos están confirmando la existencia de un relato diferente, que no desecha el papel pero lo utiliza de otra manera: «Pasando las páginas, mirándolas sin leerlas, el lectopectador puede advertir tratamientos textuales y paginales que apuntan a una literatura más próxima a su imaginario que al del siglo XIX» [2012: 118].

Para terminar con este breve repaso de nuevos conceptos, podemos agregar que la interpretación de mundos narrativos transmedia implica no sólo el conocimiento de las gramáticas de los diferentes sistemas de significación (escrito, audiovisual, interactivo, etc.) y de las competencias narrativas (por ejemplo de género), sino también una serie de saberes vinculados a la reconstrucción de las diferentes piezas textuales que lo componen. En otras palabras: las narrativas transmedia promueven los llamados *multialfabetismos*, o sea la habilidad para interpretar e integrar en un único mundo narrativo discursos provenientes de diferentes medios y lenguajes. Como en los hipertextos, donde el lector puede elegir el recorrido a seguir y debe hacer un esfuerzo cognitivo por integrar los diferentes componentes, en los mundos

narrativos transmedia esas competencias se ponen en juego de manera extendida a muchos medios y plataformas. En cierta forma las obras transmedia acercan al lector a una experiencia cercana a la *Gesamtkunstwerk* de Richard Wagner, esa obra de arte total que integraba música, teatro y artes visuales.

Todas estas nuevas formas de lectura van más allá de la figura del «lector crítico» que la hermenéutica o los estudios culturales venían reivindicando desde los años 1980 o incluso antes: en la nueva ecología mediática emerge un *hiperlector* que no se limita a integrar e interpretar componentes textuales de forma activa sino que, además, se convierte en un *prosumidor* (productor + consumidor textual), un concepto introducido por el futurólogo Alvin Toffler [1980] y popularizado en el último lustro. Otros investigadores de los nuevos medios interactivos han propuesto un concepto aún más actual: *produsuario* (productor + usuario) [Bruns 2008]. El lector ya no está donde solía estar: solo, encerrado en la lectura, inmerso en un volumen impreso.

Si a esta dimensión productiva le agregamos la *transmediática*, podemos entonces comenzar a construir un identikit del *translector*. A esta figura dedicaremos la última parte de este texto.

Datos 3.0

Según el informe La sociedad de la información en España [Fundación Telefónica 2016] el 78,7 % de la población española entre los 16-74 años había utilizado Internet en los tres meses precedentes (+2,5 respecto al año anterior). El uso de Internet por parte de la población infantil (10-15 años) llega el 93,6 %. Una de las actividades que más ha aumentado es el consumo de videojuegos, películas o música a través de la Red, que crece 15,2 puntos respecto al año anterior y sitúa su porcentaje en el 67,5 %.

El translector: un identikit

Como ya se dijo, una narrativa transmedia es un relato que se expande en muchos medios y plataformas con la cooperación de los *fans*. Para interpretar ese universo narrativo el «lector» debe activar una serie de competencias y experiencias previas que no están presentes en la lectura tradicional. El lector transmedia es un lector multimodal que debe dominar diferentes lenguajes y sistemas semióticos, desde el escrito hasta el interactivo, pasando por el audiovisual en todas sus formas. En otras palabras: para comprender el

universo de *Star Wars*, *Juego de tronos*, *Harry Potter* o de *El Ministerio del Tiempo* no basta saber leer. El translector debe moverse en una red textual compleja formada por piezas textuales de todo tipo y ser capaz de procesar una narrativa que, como una serpiente, zigzaguea entre diferentes medios y plataformas de comunicación. La historia que nace en un largometraje (*Star Wars*) continúa en un cómic, en libros o en una serie de animación después de pasar por los videojuegos; el relato que comenzó en forma de libro (las sagas de George R. R. Martin o J. K. Rowling) se extiende al cine o la televisión, incorporando nuevos puntos de vista y situaciones; lo que nació como serie de televisión de RTVE en el 2015 (*El Ministerio del Tiempo*) al año siguiente ya incluía miniepisodios en *podcasting*, realidad virtual y hasta una novela. La existencia de relatos fragmentados, que se despliegan a través de varios medios, hace que el lector adopte una nueva táctica de interpretación: «La primera regla de lectura de las obras transmedia es la misma que rige la del proceso detectivesco: reunir todas las piezas del puzzle, saber dónde termina la obra, si es que la obra termina» [Mora 2012: 151].

A estas competencias multimodales del translector —que le permiten reconstruir un mundo narrativo transmedia y colocar cada pieza textual en su lugar— se deben agregar las competencias (pos)productivas ya indicadas en la sección 2. El translector como creador de nuevos contenidos basados en la lógica de la apropiación, el *remix* y el *mashup*. La actividad de los *fans* conforma un extenso territorio muy difícil de mapear, está impulsada por la pasión y no tiene límites narrativos ni temporales. Los números hablan por sí mismos: en la web Fanfiction.net los *fans* de Harry Potter ya han compartido más de 720 000 relatos de su personaje preferido.

Para terminar con este identikit del translector, no podemos dejar de mencionar una cuestión: si bien canon y *fandom* son espacios culturales con lógicas opuestas (derecho de autor versus libertad de apropiación, explotación comercial versus trabajo colaborativo sin fines de lucro), existen procesos recíprocos de hibridación y reapropiación. Dicho de manera simple: el mundo del *fandom* es parasitario del canon (si no existiera *Star Trek* no habría *trekkies*) ya que se produce una transferencia de contenido desde la industria de los medios al mundo de los *fans*. Por otra parte, también la industria de los medios, cuando detecta algún producto de los *fans* que puede generar ganancias, lo lleva hacia su terreno. Muchos *best-sellers* de los últimos años, que incluso generaron películas —desde las *Cincuenta sombras de Gray*, una saga nacida originalmente como *fanfiction* de *Crepúsculo*, hasta *El marciano*— nacieron como productos de *fanfiction* posteriormente introducidos en el circuito comercial. En este contexto no debería sorprender que Amazon lanzara en el 2014 el

programa Kindle Worlds para capitalizar este tipo de producción escrita. Kindle Worlds invita a los escritores a sumarse a un mundo narrativo, protegido por el *copyright* y cuyas características están claramente expresadas en unas *Content Guidelines* que los autores deben escrupulosamente respetar, enriquecerlo con sus propios aportes y vender esas contribuciones dentro de la plataforma.

Como sostiene Lawrence Lessig [2012], el pasaje de una *Read Only Culture* (RO) a otra *Read/Write* (WR) genera una serie de efectos colaterales y desplazamientos dentro de la ecología mediática, desde la crisis del derecho de autor tradicional hasta el surgimiento de nuevos modelos de negocio, pasando por los procesos de autoorganización de los *fans* para afrontar producciones ambiciosas (por ejemplo largometrajes colaborativos) o la emergencia de nuevas formas de inteligencia colectiva (como la Wikipedia).

Los translectores y la nueva ecología mediática

Las estadísticas que han acompañado este informe nos muestran un panorama complejo, hasta cierto punto polarizado, en el cual emerge un sector de la sociedad prácticamente excluido de la lectura de libros, y otro que hace del consumo editorial uno de sus principales elementos de distracción. En el medio, una gran zona gris de españoles que apenas leen libros. Esta polarización es transversal a todas las edades y se repite entre los menores de 24 años. Por otro lado, las estadísticas hablan claramente de una tendencia a la fragmentación del consumo cultural y a la utilización creciente de nuevas aplicaciones y plataformas digitales para la lectura y producción textual.

Los datos sobre el bajo nivel de lectura que emergen de las encuestas pueden ser reinterpretados a la luz los cambios que vive el ecosistema de medios. Sí, se leen menos libros, pero en la tan glorificada «sociedad de la imagen» nos pasamos una buena parte del día leyendo... mensajes breves en WhatsApp, Twitter, Facebook y, los más jóvenes, en Snapchat. Y escribiendo. Podría decirse que en la historia de la humanidad nunca se habían escrito o leído tantos textos. Escribimos y leemos textos en otros formatos, más breves, más efímeros en muchos casos. Pero también se leen textos cada vez más largos. Ahí están las sagas de magos británicos, detectives nórdicos, jóvenes que luchan contra el Poder en un mundo distópico o vampiros sedientos de amor al alcance de cualquier lector. Es en esta nueva ecología mediática el espectro textual a disposición de los lectores se ha extendido: leemos muchos

textos breves pero también sagas interminables que se extienden cientos y cientos de páginas. Lo mismo sucede con los formatos audiovisuales: consumimos muchos clips, tráileres, cápsulas informativas, mobisodios y webisodios (vídeos de corta duración para dispositivos móviles y web respectivamente), pero también nos apasionan las grandes narrativas audiovisuales que, inspiradas en el folletín del siglo XIX, nos mantienen en vilo temporada tras temporada. A lo largo de la historia de la humanidad nunca se habían producido o consumido tantos textos escritos, audiovisuales o interactivos.

El mismo concepto de «lectura», como se ha visto, apenas alcanza para nombrar un conjunto, cada vez más rico, de prácticas lejanas a la tradicional «lectura silenciosa e individual» de libros. Los sujetos que encarnan estas nuevas prácticas pueden ser nombrados de diferente manera: *hiperlectores*, *lectoespectadores*, *prosumidores*, *produsuarios*, *translectores*... todo estos conceptos no son más que un intento de aprehender lo nuevo con los esquemas del pasado. Lo mismo sucede con conceptos como «audiencia» que han sido utilizados durante décadas por radios y emisoras televisivas para medir a sus consumidores: hoy también están sometidos a un proceso de revisión teórico. Los cambios en la ecología mediática nos obligan como mínimo a volver sobre algunos conceptos y abordar estas prácticas culturales desde una perspectiva más transmedia y menos librocéntrica.

Cualquier reflexión sobre las nuevas formas de lectura (y producción) textual debería evitar caer en discusiones maniqueas (Amazon versus librerías, papel *versus* bits, críticos literarios *versus* reseñas colaborativas, lectura superficial *versus* lectura profunda, etc.) para avanzar en la comprensión de la complejidad que caracteriza a la nueva ecología mediática. Los discursos de retaguardia *alla Umberto Eco* —el libro en papel es un objeto perfecto e insuperable— o de vanguardia —las interfaces digitales de silicio eliminarán a las interfaces orgánicas de celulosa— no llevan muy lejos. Cada vez que aparece una tecnología no tardan en surgir los discursos de retaguardia que la niegan («es una moda pasajera, el pasado siempre fue mejor») o los discursos vanguardistas que la ensalzan («lo nuevo se cargará lo viejo y acabará con los problemas del mundo»). Cada nueva tecnología, ya sea que hablemos del telégrafo, el teléfono, la World Wide Web o los dispositivos móviles, reformula conflictos del pasado y, al mismo tiempo, introduce nuevas contradicciones y desafíos.

Así como la discusión sobre la «lectura» no puede disociarse de las transformaciones en el consumo cultural en general —como hemos visto a lo largo de las páginas precedentes—, por otro lado tampoco puede aislarse de otros debates que están sobre la mesa (o el escritorio virtual de nuestros

ordenadores), como la evolución de las interfaces de la escritura, el futuro del libro (o el de las librerías) o los procesos que afectan al mercado editorial. Cuando un ecosistema ingresa en una fase de desequilibrio y transformación, todos los agentes involucrados y las relaciones que mantenían pasan a un estado de tensión; además, la presencia de nuevos actores tecnológicos, económicos o culturales aumenta aún más la complejidad de ese sistema.

De frente a esta realidad resulta imposible realizar predicciones o visualizar escenarios más allá del corto plazo. Lo que sí se puede hacer es analizar con detenimiento otras transformaciones precedentes de ese ecosistema para comprender su dinámica —aunque, como ya se dijo, el cambio que se está produciendo ahora mismo no tiene parangón con otras transformaciones del pasado, mucho más lentas y quizás más focalizadas en ciertos grupos o estamentos sociales— e identificar posibles tácticas de supervivencia y adaptación. Lo importante es adoptar una posición crítica, evitando caer en el apocalipticismo trágico o en el festejo banal de lo nuevo. Como sostenía Paulo Freire hace medio siglo, quizás lo más saludable sea defender un «optimismo crítico» que permita a las sociedades reflexionar sobre sus propias prácticas y descubrirse «inacabadas, con un sinnúmero de tareas por cumplir» [2007: 47]. Entre esas tareas se encuentra comprender las nuevas prácticas de lectura, promover los multialfabetismos y consolidar una cultura más polifónica, libre y democrática que aproveche las ventajas de las redes digitales de comunicación sin despreciar el legado de la tradición.

Referencias

(Para las referencias sobre obras de ficción y plataformas web, véase el Apéndice web de este capítulo).

Obras científicas y ensayos

- BORRIAUD, Nicolas, *Post Producción*, Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2004
(original, *Postproduction: Culture as Screenplay: How Art Repograms the World*, Nueva York: Lukas & Sternberg, 2002).
- BRUNS, Axel, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*, Nueva York: Peter Lang, 2008.

- BURBULES, Nicholas C., «Rhetorics of the Web: Hyperreading and Critical Literacy» en Ilana Snyder, ed., *Page to Screen: Taking Literacy Into the Electronic Era*, New South Wales: Allen and Unwin, 1997, págs. 102-122.
- CASTELLS, Manuel, *Comunicación y poder*, Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS (CIS), *Barómetro de junio 2015*, Estudio n.º 3101, Madrid: CIS, 2015 <http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3100_3119/3101/es3101mar.pdf>
- , *Anuario CIS 2014*, Madrid: CIS, 2015 <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/8_cis/Anuarios>Listadoanuario.jsp?anio=2014>
- , *Anuario CIS 2015*, Madrid: CIS, 2016 <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/8_cis/Anuarios>Listadoanuario.jsp?anio=2015>
- FREIRE, Paulo, *La educación como práctica de la libertad*, México: Siglo XXI, 2007 (original, 1969).
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA, *La Sociedad de la Información en España 2015*, Madrid: Fundación Telefónica / Ariel, 2016.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa, 2007.
- ILlich, Ivan, *Nella vigna del testo*, Milán: Cortina, 1994 (original, *In the Vineyard of the Text: A Commentary to Hugh's Didascalicon*, Chicago: University of Chicago Press, 1993).
- JENKINS, Henry, «Transmedia Storytelling», en *Technology Review*, January 15, Boston: MIT, 2003 <<https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>>
- LESSIG, Lawrence, *Remix. Making art and commerce thrive in the hybrid economy*, Nueva York: The Penguin Press, 2008 (edición en castellano: *Remix*, Barcelona: Icaria, 2012).
- MCLUHAN, Marshall, *The Gutenberg Galaxy*, Toronto: University of Toronto Press, 1962 (edición en castellano: *La Galaxia Gutenberg*, Barcelona: Planeta-Agostini, 1985).
- MORA, Vicente Luis, *El lectopectador*, Barcelona: Seix Barral, 2012.
- PISCITELLI, Alejandro, *Internet: la imprenta del siglo XXI*, Barcelona: Gedisa, 2009.
- SCOLARI, Carlos A., *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*, Barcelona: Deusto, 2013.
- SCOLARI, Carlos A. ed., *Ecología de los medios*, Barcelona: Gedisa, 2015.
- TOFFLER, Alvin, *The Third Wave*, Nueva York: Bantam Books, 1980 (edición en castellano: *La Tercera Ola*, Barcelona, Plaza y Janés, 1980).



Diario ilustrado de un lector contemporáneo

JOSÉ ANTONIO MILLÁN

Empezaré parafraseando a Montaigne [1580: LXV]: seré yo mismo el objeto de estas páginas.

La lectura es un acto íntimo y personal que sólo lateralmente se puede deducir de movimientos de libros por las librerías o de movimientos por la Red. Tampoco se puede reconstruir plenamente a partir de encuestas y estadísticas. Habría que saber, al final, qué ocurre en la soledad del encuentro entre la palabra escrita y la mente del lector. Por esa razón, me ofrezco como conejillo de indias: desvelaré mis intimidades lectoras y no ocultaré ningún dato o circunstancias, por vergonzosas que me puedan parecer.

Me presento, pues: soy lector desde hace muchos años, desde siempre. Digamos que soy un lector voraz y que, como mucha gente, leo por tres motivos: por razones profesionales, por informarme de cuestiones generales y por placer. Y, naturalmente, hay múltiples entrecruzamientos entre estas tres categorías.

La lectura *profesional* no puede evitarla nadie que esté en el mundo de trabajo con un cierto nivel de cualificación (cosa que, en este país de camareros, empieza a ser complicada). El médico, el *chef* de cocina, el abogado, el empleado de banca, el funcionario, todos practican lecturas que les ayudan a ampliar sus perspectivas profesionales, y eventualmente a promocionarse. Éstas se combinan con la lectura de *noticias* para «saber qué pasa». Por último, en el mundo actual hay multitud de otras lecturas propias de nuestra «profesión» de ciudadanos [Cassany 2008]: la lectura de un contrato de arrendamiento o de las condiciones de uso de un iPhone.

Por último, la lectura de *placer*, de ocio, para distracción o para conciliar el sueño, es un capítulo importante, tanto que amenaza con convertirse (para las encuestas y los medios de comunicación) en «la lectura» por antonomasia, abusivamente identificada como lectura de novelas.

Para responder a las demandas de estas tres categorías de intereses hay muchas informaciones que no vienen por vía del texto: existen multitud de videos de formación, programas audiovisuales documentales o de

entretenimiento, ficción fílmica, aplicaciones móviles... Hay consenso en que estas formas se están comiendo el tiempo que antes se destinaba a las distintas lecturas. Pero iba a hablar sobre mí: quizás por mi edad o mi formación libresca, tiendo a utilizar más textos que medios audiovisuales. He probado algún audiolibro, pero nunca me he enganchado con ellos. Y si quiero aprender a configurar la privacidad de Windows 10 no veré un video sobre el tema, sino que leeré un artículo. Un rastreo lector, aunque sea en diagonal, me resulta mucho más rápido que esperar a que el video me presente lo que busco. Confieso sin embargo que las películas, sean series o no, de ficción o documentales, han empezado a comer notables porciones del tiempo que antes dedicaba a la lectura «de ocio».

Tengo que añadir que en cualquiera de estas tres categorías leo indistintamente en español, catalán, inglés o francés. No quiere decir que domine estas cuatro lenguas (¡ojalá!), pero sí que en ellas tengo una competencia lectora suficiente. La lectura en lenguas no españolas empieza a ocupar un puesto importante entre nosotros (véase Recuadro 3 y, para los niños, R5). Además, en el terreno de mis lecturas de placer, y por supuesto de las profesionales, leo obras escritas en los últimos cuatro o cinco siglos. Sí: el ciudadano contemporáneo puede desplegar sus tentáculos lectores en el tiempo y en el espacio.

También para cualquiera de los tres fines se abre una nueva dicotomía: lectura en papel o lectura en pantalla... Y aquí la cosa se complica notablemente.

Lectura de noticias

Utilizo mucho la red social Twitter, en la que sigo tanto a usuarios que escriben sobre actualidad como a otros que tuitean sobre mis temas profesionales. Al menos un par de veces en un día normal invierto quince o veinte minutos en ver qué me proponen. Suele decirse por ahí que Twitter es el reino de la superficialidad, porque, ¿qué puede caber en 140 caracteres? La respuesta es muy clara: cabe un enlace a una página web y un breve comentario. Y créanme; puede ser mucho y muy bueno, siempre y cuando uno siga a la gente indicada.

Una primera consecuencia de espigar en mi Twitter es que me llegan inmediatamente las noticias generales («periodísticas»). Con algunas me basta leer su enunciado en el propio tuit. Para otras hago clic y, si la noticia es breve, la leo, íntegra o en diagonal. Si es más extensa, la almaceno en Instapaper

(inmediatamente contare qué es). Accedo a Twitter desde mi ordenador, desde la tableta o desde el móvil. Los tres me sirven para revisar lo que me interesa, pero en el *smartphone* me da más pereza leer algo que no sea muy corto.

También accedo a las noticias a través de las aplicaciones de los periódicos para móvil o tableta, y muchísimo menos a partir de la portada de su web. En ciertos medios me he registrado para que me envíen un boletín diario por correo electrónico, y por fin a otros me he suscrito para apoyar su línea editorial o evitar la molesta publicidad que tienen en línea. El problema de este acceso atomizado a las noticias es que puedo acabar por no saber dónde he leído qué, de la docena larga de fuentes nacionales y extranjeras en las que picoteo. En eso parece que soy igual a otra mucha gente [Moses 2016]. La tendencia creciente es que la unidad de acceso no sea ya el medio, sino la propia noticia: ¡hasta la Newspaper Association of America se ha reconvertido en News Media Alliance [Rutenberg 2016]!

R1

El País, uno de los diarios más leídos de España, es una buena muestra de los actuales hábitos de lectura de noticias. Un 20 % de los lectores de la versión digital llegan a través de las redes sociales (Facebook, Twitter...). Un 30 %, a través de los buscadores (sobre todo Google), y el resto por la portada, directamente a un artículo, o por medio de la aplicación móvil.

El 50 % se lee en teléfonos, el 10 % en tabletas y el 40 % en el ordenador. Los lectores que llegan por las redes normalmente salen del diario apenas han leído lo que quieren y tienen el menor tiempo de lectura: media de un minuto.

Entre semana, el primer pico de tráfico llega a las 9:00 de la mañana, dos horas antes empiezan a subir los accesos desde dispositivos móviles. Hay una pequeña caída al final de la jornada laboral. Remonta hacia las 23:00, cuando el tráfico móvil tiene la mayor aportación, y puede llegar a ser la más alta del día.

En fin de semana, el pico de tráfico y el despertar de los dispositivos móviles comienzan dos horas más tarde. A partir de ahí, los accesos caen, y empiezan a remontar al final de la tarde, especialmente los domingos. [Castellanos 2016]

¿Y en papel? La respuesta es curiosa: prácticamente sólo leo el periódico en vacaciones. Quizás por atavismo, en época de relajo me apetece desayunar hojeando un diario «de verdad». Otra oportunidad, más aleatoria, me la deparan los bares que compran diarios para sus clientes, algunos de ellos con una oferta espectacular de cabeceras de distintos posicionamientos políticos (ejem: no quisiera que este comentario tuviera el efecto indeseado de provocar la implantación de un canon a los bares que facilitan prensa...).

Y aquí confesaré algo tal vez vergonzoso... Me he sorprendido a veces releyendo en papel algo que un par de horas atrás había leído digitalmente, para descubrir sólo al final que era lo mismo. Quienes trabajamos en el mundo editorial sabemos que la tipografía y jerarquización de los textos influyen decisivamente en su recepción.

R2

Kiosko y + es un servicio de suscripción digital a 450 periódicos y revistas, que permite leerlas con la misma puesta en página que el papel. Sus datos de enero-septiembre del 2016, basados en más de 300 000 lectores españoles, indican que casi tres cuartas partes de sus usuarios son hombres, y el grupo de edad entre 36 y 45 años supone casi el 45 % del total (Gráfico 1, en el Apéndice web). Estos lectores no sólo disponen de tabletas y *smartphones*, sino que los cambian con frecuencia: Kiosko y + ha registrado más de dos millones de dispositivos en los últimos cuatro años.

La aplicación es accesible por tableta (la más usada globalmente) o por Web. Por horas, ambas experimentan un pico a primeras horas de la mañana y a partir de ahí la Web va disminuyendo y la tableta experimenta repuntes después de comer y hacia medianoche (Gráfico 2, en el Apéndice web). En fin de semana sube el uso de la aplicación de tableta y baja la de Web (Gráfico 3, en el Apéndice web). [Alonso Aranegui 2016]

De modo que ahí estoy, a las 10 de la mañana revisando mi línea de Twitter. La tarea básica es cribar, pero también tuiteo y retuiteo sobre la marcha; es decir: pongo a disposición de mis seguidores los enlaces, en mi caso básicamente profesionales, que creo que les pueden interesar [Millán 2010-16]. Éste es el aspecto llamado «social» de la lectura digital. Pero la lectura siempre ha sido «social». Como demuestran los trabajos con paneles de usuarios hechos en el marco de estos Informes [Contreras 2002 y 2008], los lectores siempre han compartido sus libros, los han prestado, los han recomendado y los han regalado. No soy usuario de los recursos sociales internos de las aplicaciones de lectura (compartir subrayados, hacer comentarios...), pero recomiendo fervientemente lo que me ha gustado, a veces en Twitter y mucho en mi círculo de amigos, y también escucho atentamente sus recomendaciones.

Guardar para el futuro

Para guardar los artículos que me interesan uso Instapaper, que me permite leerlos luego *off line* —es decir, sin conexión de datos— y conservarlos

clasificadas por temas. Un botón en mi navegador o en la aplicación móvil me permite hacerlo rápidamente (hay comandos en navegadores e incluso en diarios [Guardian 2015] que hacen lo mismo, pero sólo para guardar aquello a lo que se accede desde ellos). Luego, cuando preveo que tendré un rato de lectura tranquila, por ejemplo por la noche, vuelvo, normalmente en la tableta, a esos textos que he salvado. La lectura en tableta al final del día parece ser el uso más extendido entre nosotros (véanse **R1** y **R2**).

Instapaper suprime los anuncios, y además puedo personalizar tipo y tamaño de letra. Por supuesto, una de las grandes bazas de los textos digitales, sobre todo para gente de mi edad, es poder aumentar el cuerpo del texto. Si se ha dicho, medio en broma medio en serio, que se puede trazar una historia de la cultura a través de las gafas [Mora 2014], sin duda su último capítulo es Ctrl + ruedecita del ratón, la forma estándar de aumentar el texto en la pantalla de los ordenadores.

Otra ventaja de Instapaper (así como de otras aplicaciones para lectura) es que permite acceder a un diccionario desde cualquier palabra que plantea dudas. Confieso que el acto de levantarme del sillón y dirigirme a la esquina de mi biblioteca donde se acumulan los diccionarios es cada vez más infrecuente...

Así pues, conservo numerosos artículos en Instapaper, y no todos para ser leídos en seguida: muchos tendrán que esperar el momento en que sean necesarios. Normalmente en caso de duda siempre guardo todo: la experiencia demuestra que muchas veces, cuando uno vuelve meses o años después a una dirección web que había guardado, la pieza en cuestión ha desaparecido.

Revistas leo con bastante frecuencia, y se podrían inscribir tanto en mi lectura «de ocio» como en la de información de actualidad. Tengo alguna suscripción que me permite, por el mismo precio, recibir la revista en papel y además leerla en una aplicación en la tableta. Leo revistas en papel también en la biblioteca pública de mi barrio. De hecho, es lo único que leo de los fondos de la biblioteca (parece que esa es una tendencia general entre usuarios españoles [Luque 2016]). Sin embargo, más de una vez uso sus agradables locales para concentrarme y leer cualquier cosa, incluyendo las que yo mismo traigo, o a las que accedo por su buen wifi. Por último, puedo comprarme también revistas en papel para algún viaje largo... si encuentro un kiosko. [Véase el capítulo de José Manuel Anta en este mismo Informe. N. del E.].

Mientras tanto, accedo también a muchos artículos de revistas a través de las personas a quienes sigo en Twitter. Los suelo guardar en Instapaper, y muchos de ellos son lo que los anglosajones llaman *longreads* o *long forms*, más largos que los tradicionales artículos de prensa, pero que se adaptan bien a un

medio —el digital— donde la extensión no es un problema. Su triunfo desde hace unos años demuestra que los largos tiempos de lectura no arredran a los lectores. Por cierto: algunos medios ofrecen una estimación de cuánto se tardará en leer lo que publican. Al último artículo que publiqué en la web de un diario (2000 palabras) le asignaron 8 minutos...

Libros en papel compro muchos. A veces se acumulan en grandes pilas, que los japoneses llaman *tsundoku* [Crow 2014], a la espera de que les llegue su hora. Puede ser que planee investigar alguna cuestión, y entonces si se me cruza en una librería una obra que tenga que ver con ella la compro, aunque después me tenga que esperar unos añitos. La experiencia, de nuevo, me ha hecho desconfiado, y obras de editoriales pequeñas o raras prefiero comprarlas en cuanto me las encuentro, no vaya a ser... Compro también libros en papel de autores que admiro, o de cualquiera de mis temas favoritos en ediciones especialmente bellas.

Me gusta mucho visitar librerías, en España y en el extranjero, y soy comprador frecuente, aunque me controlo, no tanto por el precio como porque la gestión de millares de libros en papel se me ha convertido en un problema. Uso Amazon para pedir algunos libros extranjeros difíciles de conseguir. Y uso también Uniliber para las obras agotadas hace años. Aunque visite con placer las librerías de viejo, eso siempre es buscar una aguja en un pajar, y las bases de datos de estos servicios de libros agotados son una bendición, aunque conviertan las bandadas de libros salvajes (en la metáfora de Virginia Woolf) en volúmenes domesticados.

Por último, me he nutrido alguna vez de zonas de *bookcrossing*: en el mercado de mi barrio hubo durante años (aunque lamentablemente ha desaparecido) unas estanterías en las que uno podía dejar o coger libros, y ahí he tenido algunos hallazgos excelentes. Practico también, activa y pasivamente, el *bookcrossing* informal de libros dejados cuidadosamente al lado del contenedor de basura.

En caso de poder elegir, para lecturas serias prefiero leer en papel. Ya las primeras experiencias con *e-readers* en España [Fernández y Millán 2011] comprobaron que la lectura de estudio y memorización se realiza mejor sobre el papel, y lo siguen corroborando datos de otros países [Robb 2015]. Las razones están a estas alturas bastante claras, y Ferris Jabr (autor de un artículo titulado elocuentemente «Por qué el cerebro prefiere el papel») las resume muy bien [2013].

Lecturas digitales

Y, claro, soy lector habitual de libros en versión digital, tanto en la lectura por placer como en la profesional. Tengo que señalar que mi lectura de ocio y relajación, de libros o de artículos, no es necesariamente de ficción. Cada uno se divierte como quiere, y en los últimos años he comprobado que me satisfacen mucho más los ensayos de temas históricos o científicos que las novelas.

R3

24symbols es un sistema por suscripción, que permite leer a elección entre un número grande de obras. El 56 % de sus usuarios son mujeres, que de media leen el doble de páginas que los hombres. La franja de edad 26-35 años (de ambos性) es la que más páginas lee por usuario, seguida por la de 51-65.

Romance y ficción contemporánea son los géneros más leídos. Un 6 % de los usuarios activos (los que abren al menos una página durante el último mes) leen en inglés, y el 2 % en catalán.

El número total de lectores por página disminuye a medida que avanza la obra. En otras palabras, es la medida del abandono de la lectura (Gráfico 4, en el Apéndice web) [Hidalgo 2016].

De todas formas, mi lectura de ficción ha experimentado un curioso rebrote digital, gracias al servicio de lectura por suscripción 24symbols. Por un pago mensual se accede a un notable conjunto de lecturas, sobre todo literarias, en varias lenguas y en régimen de *bufete* (¡todo lo que usted pueda comer!). El servicio ofrece la posibilidad de almacenar obras en la tableta para lectura *offline*, y eso fue lo primero que me convenció: poder aprovisionarme de libros para unas vacaciones sin acarrear papel, y sin preocuparme de la conexión a Internet.

Un efecto secundario, que me sorprendió, es que empecé a leer libros «de actualidad», de los que hablaba la gente o los suplementos de cultura. Antes me habría limitado a hojearlos en una librería, o a bajarme un capítulo en una web de recomendaciones, pero ahora podía encarar su lectura completa sin mayores gastos. Eso me llevó a un tipo de consumo de libros que había practicado poquísimamente: su abandono. Por un prurito adquirido desde la niñez, los libros *había que acabarlos*. Pero con la suscripción por fin he podido dejar una obra empezada sin sentirme culpable. Y tengo que decir que unas cuantas lo merecían... Los servicios de lectura por suscripción podrán dar datos preciosos sobre el comportamiento real de los lectores (véase R3).

¿Cómo es mi lectura digital de placer? Puedo embeberme fácilmente en una novela o en un ensayo en la pantalla de mi tableta: si es absorbente, ni me daré cuenta de dónde la estoy leyendo. Sí que es cierto que la calidad de la conversión a archivo electrónico muchas veces es pobre, y que las depuradas convenciones tipográficas de los libros, desarrolladas durante siglos, se pueden ver afectadas por una adaptación defectuosa al medio digital. Pero en la alternativa entre no leer una obra y leerla con espaciados extraños y mala gestión de sus apartados, puedo escoger lo segundo.

Durante una época leí en un «libro electrónico» o *e-reader*, es decir en un dispositivo dedicado sólo a la lectura, que usaba la tecnología llamada «tinta electrónica», con una pantalla que no estaba iluminada por detrás sino que recibía luz de fuera —vamos, como el papel—. Aunque era satisfactorio, dejé de usarlo porque leer en una tableta era igual de cómodo (si uno graduaba el brillo de la pantalla, para no hacerse polvo los ojos), y con ella podía además leer el correo, navegar la Web, etc. ¡Y no iba a viajar con un *e-reader* más una tableta, más el teléfono, más un libro en papel por si acaso!

He leído mucho también en el teléfono móvil, y no precisamente en uno de los recientes, de pantallas grandes. Encontré desde que empecé a usarlo que era una buena alternativa a acarrear siempre un libro o un periódico. Como a todo lector voraz, la idea de quedarme sin lectura en un metro parado o en la sala de espera del dentista me aterraba. Empecé leyendo en el móvil incluso novelones de Galdós (y era divertido ver en la aplicación: «página 1589 de 5567»), pero pronto decidí que eso era excesivo. He descubierto, sin embargo, que autores amenos que escriben en párrafos cortos (y el caso arquetípico es el gran Kurt Vonnegut) son una lectura ideal en una pequeña pantalla. Y además parece que hoy en día en el mundo los que no pueden hacer otra cosa leen en el móvil [UNESCO 2014].

Leo muchos libros gratuitos de los que hay disponibles, libres de derechos, en la Web. Google Libros, un servicio de pésima interfaz, pero que contiene tantísimos libros, los proporciona directamente en pantalla (con texto que se puede buscar pero no copiar) o algunos libres de derechos como PDF, ese formato fijo que si se lee en una tableta obliga a mover el texto todo el rato. El Internet Archive los da además en el formato epub (que permite que el texto fluya y se adapte a la aplicación lectora). La Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes los tiene sobre todo en HTML, como páginas web. Pero cuando leo con propósitos de estudio o investigación, lo hago sobre todo en una pantalla de ordenador, que acoge sin problemas una página de artículo en PDF. Por cierto: un monitor grande y de buena resolución ayuda muchísimo a la lectura en el ordenador.

R4

La **Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes** ofrece abiertos en la Web clásicos de la literatura y humanidades españolas e hispanoamericanas, junto a estudios críticos y ensayos. Entre los que tienen un mayor número de páginas vistas desde España se cuentan obras obligatorias en el sistema escolar (como el *Lazarillo*), pero también otras que parecen lecturas de placer, como la novela de Blasco Ibáñez *Sangre y arena*. También son muy visitadas las obras infantiles en edición clásica, como *Ratón Pérez*.

Por tiempo de estancia en sus páginas (que puede orientar sobre el tiempo de lectura), el *Lucanor* tiene 300 segundos (=5 minutos) de media y el artículo de Larra «Vuelva usted mañana» más de 200 [BVMdC 2016].

La mayor maravilla del universo digital (en cualquiera de sus formatos) es la capacidad de encontrar textos que le interesan a uno, estén donde estén, a través de los buscadores generales, pero también de los buscadores internos de ciertos sitios muy ricos en obras, como la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes (**R4**). Y por supuesto, la posibilidad de localizar algo en el interior de un texto. Puedo leerme de cabo a rabo el *Vocabulario de refranes* que Gonzalo de Correas compiló a principios del XVII, y lo he hecho con placer, pero buscar una palabra concreta instantáneamente con Ctrl+F me sigue pareciendo cosa de magia. Otro valioso servicio que prestan los textos electrónicos es la facilidad de copia, por ejemplo con propósitos de cita. Desde hace siglos la lectura ha sido la gran avenida de entrada a la escritura, y los textos digitales permiten un cómodo tránsito entre ambas (sí, pueden ayudar al plagio, pero bueno: también los atracadores de banco huyen en coches y no por ello vamos a prohibirlos...). En el universo de la Web, además, cada texto está en el centro de una red: cualquier palabra, nombre propio o título de obra presente en nuestras lecturas nos puede lanzar a una búsqueda potencialmente.

Libros digitales con derechos compro menos, entre otras razones porque muchos tienen control de copia o DRM, que muchas veces dificulta su apertura en el dispositivo. Además, como parte de una familia cuyos libros han transitado entre generaciones, me repugna la idea de comprar obras que con toda probabilidad no podrá legar a mis hijos. Tampoco me seduce la idea de que, si quiebra la compañía fabricante de la aplicación de lectura, o la que ha vendido los libros en un formato no compatible con otras, me quedaré sin ellos, sumido en la misma estupefacción con la que Don Quijote buscaba —y no hallaba— el aposento de lectura que le habían tapiado. No extraña que esté en aumento el número de ediciones digitales sin DRM [Bookwire 2016: 1.11].

A veces (y ya dije que estas páginas iban a contener confesiones) me descargo libros sin licencia —*piratas*—, pero con arreglo a una ética que he ido configurando a lo largo de los años, cuyas líneas generales dicen así: sólo libros inencontrables por otros medios. Baste añadir que a veces no es muy fácil saber si la edición de un libro o un artículo encontrado en la Web es legal o no. Y en el terreno de los artículos científicos parece que muchísima gente está leyéndolos sin pasar por los canales de pago [Bohannon 2016].

La acumulación de libros, recortes y fotocopias siempre ha creado un gran problema: saber dónde está qué. Incluso las personas más ordenadas se han visto enfrentadas al problema de guardar un libro determinado entre los de tema A o los de tema B, cuando era pertinente para ambos (por no hablar de las obras de gran tamaño, que deben forzosamente pasar al estante de los «grandes»). Pues bien, con los libros y artículos digitales *libres* (aquellos que uno puede guardar en su ordenador) hay soluciones: yo uso el programa gratuito Calibre, que me permite asignar a cualquier obra una, dos o más etiquetas (es decir: la puedo colocar simultáneamente en varios estantes virtuales), hacer búsquedas o cambiarlas de formato. El mantenimiento de la base de datos de Calibre es ciertamente un trabajo añadido, pero vale la pena. Esta gestión integral no puede extenderse a libros en la aplicación Kindle de Amazon, en iBooks de Apple, etc. Uno sólo posee de verdad los libros digitales desligados de una plataforma forzosa.

R5

Amazon es, en cuanto librería (porque es otras muchas cosas), el potente proveedor mundial de obras en papel y electrónicas. Su política de comunicación es comunicar poco, pero en un par de conversaciones dispersas han accedido a darme estos escasos datos. Los géneros más leídos son muy idiosincrásicos de cada país; así, los libros religiosos y de autoayuda, que en México están entre los más vendidos, en España no tienen especial relevancia. Entre nosotros (y coincidiendo con otros datos, véase R3) los géneros romántico y novela histórica son los más vendidos.

En papel, la mayor sorpresa ha sido el ascenso de los libros infantiles en lenguas extranjeras, lo que se puede interpretar como el intento de los padres de formar hijos políglotas [Amazon 2016]. Otras fuentes ofrecen información sobre frases subrayadas (y compartidas), que es una huella indirecta de los intereses de la lectura: en ficción [El HuffPost 2016] y autoayuda [Rubio Hancock 2016].

La era de la distracción

Voy a terminar con una cuestión delicada, que fue planteada por primera vez por Carr [2008]: la capacidad de buscar, enlazar y saltar de un texto a otro, ¿es en detrimento de las capacidades de lectura inmersiva e intensiva? (lo que Carr sintetizó con un exagerado «¿Google nos está volviendo estúpidos?»). Lamentablemente, después de décadas de lectura, investigación y escritura digital, tengo que convenir en que algo de eso hay... En mi caso, es posible que me haya habituado al refuerzo positivo de la inmediatez en encontrar conexiones (por ejemplo, el salto a Google para aclarar una referencia o buscar una ampliación), que hace que a su lado la progresión a través de decenas de páginas grises, aunque de contenido potencialmente excitante, parezca algo aburrido.

¿Qué podemos hacer? Básicamente podría ser una cuestión de autocontrol: no, no voy a seguir este enlace, aclarar esa duda, hasta que no termine. Los autores (y editores) de textos en papel saben que cuentan con el estado de «tranquilidad apaciguada» que otorga su soporte, estado «mucho más difícil de lograr cuando leemos en el medio digital» [Powers 2008]. Pero, ¡ay!, eso era antes: hoy, a pocos centímetros del volumen abierto o del diario desplegado acecha un teléfono móvil con 4G que en un abrir y cerrar de ojos nos va a permitir explorar esa referencia, resolver esta duda (tal vez ramificándonos a una nueva referencia, o a la duda de dentro de la duda) mientras el papel aguarda con su pálido rostro desencajado, esperando que volvamos a él más sabios, puede, pero también levemente fuera del estado de ánimo y de concentración previstos por el autor.

Referencias*

- ALONSO ARANEGUI, Ramón, responsable para España de Kiosko y +, comunicación personal al autor, 2016.
AMAZON, comunicación personal al autor en los meses de julio y septiembre, 2016.
BOHANNON, John, «Who's downloading pirated papers? Everyone», en *Science*, 28 abril 2016 <<http://www.sciencemag.org/news/2016/04/whos-downloading-pirated-papers-everyone>>

* Las páginas web se han de entender visitadas en septiembre del 2016.

- BOOKWIRE, *Evolución del libro electrónico en América Latina y España. Informe 2016*, Bookwire-Dosdoce, 2016 <<http://www.dosdoce.com/2016/09/20/informe-la-evolucion-del-libro-electronico-america-latina-espana/>>
- BVMDC, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, comunicación personal al autor, 2016.
- CARR, Nicholas, «Is Google Making Us Stupid? What the Internet is doing to our brains», *The Atlantic*, julio-agosto 2008 <<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>>
- CASSANY, Daniel, «La lectura ciudadana», en Millán, coord., 2008 <<http://www.lalectura.es/2008/cassany.pdf>>
- CASTELLANOS, Guillermo, responsable de *El País* Digital (salvo Kiosko y +), comunicación personal al autor, 2016.
- CONTRERAS, Jesús, «La lectura y sus circunstancias», en Millán, coord., 2002.
- , «Leer en tiempos modernos: adolescentes y jóvenes profesionales frente a la lectura», en Millán, coord., 2008.
- CROW, Jonathan, «‘Tsundoku’, the Japanese Word for the New Books That Pile Up on Our Shelves, Should Enter the English Language», en *Open Culture*, 24 julio 2014 <<http://www.openculture.com/2014/07/tsundoku-should-enter-the-english-language.html>>
- EL HUFFPOST, «Las frases de libros más subrayadas en Kindle en España», *El Huffington Post*, 19 de abril 2016 <http://www.huffingtonpost.es/2016/04/19/libros-subrayados-espana_n_9721474.html>
- FERNÁNDEZ, Pura y MILLÁN, José Antonio, «Experiencia con préstamo de e-books en bibliotecas», Madrid: Obra Social de CajaMadrid, 2011 <<http://jamillan.com/librosybitios/2011/06/avance-de-e-book-biblioteca-y-lectura/>>
- GUARDIAN, «Introducing Save for later», *The Guardian*, 21 de julio 2015 <<https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2015/jul/21/introducing-save-for-later>>
- HIDALGO, Justo, responsable de 24symbols, comunicación personal al autor, 2016.
- JABR, Ferris, «The Reading Brain in the Digital Age: The Science of Paper versus Screens», en *Scientific American*, 11 de abril 2013 <<https://www.scientificamerican.com/article/reading-paper-screens/>>
- LUQUE, Imanol, «Ningún libro entre los 50 artículos más prestados en las bibliotecas municipales de Madrid», en *El Mundo*, 5 de septiembre 2016 <<http://www.elmundo.es/madrid/2016/09/05/57bf41f922601da0398b45fc.html>>

- MILLÁN, José Antonio, coord., *La lectura en España. Informe 2002*, Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2002.
- , coord., *La lectura en España. Informe 2008. Leer para aprender*, Madrid: Federación de Gremios de Editores de España y Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2008. Edición en línea en <<http://www.lalectura.es/2008/default.aspx>>
- , cuenta de Twitter, 2010-16 <<https://twitter.com/librosybitios>>
- MONTAIGNE, Michel de, *Ensayos*, París Garnier, 1580/1912; ed. digital en Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2003 <<http://www.cervantesvirtual.com/obra/ensayos-de-montaigne—0/>>
- MORA, Vicente Luis, «Gafas», en *El blog de Vicente Luis Mora, El Boomeran(g)*, 23 marzo 2014 <<http://www.elboomeran.com/blog-post/1506/14766/vicente-luis-mora/56-gafas/>>
- MOSES, Lucia, «43 percent of social media users don't know where the stories they read originally appeared», en *Digiday.UK*, 13 mayo 2016 <<http://digiday.com/publishers/57-percent-readers-aware-brands-theyre-reading-social/>>
- POWERS, William, declaraciones citadas en «The ‘Secret Weapon’ of newspapers in the Digital Age? Paper!», en *Media Update*, 17 octubre 2008 <<http://www.mediaupdate.co.za/media/12762/the-secret-weapon-of-newspapers-in-the-digital-age-paper>>
- ROBB, Alice, «92 Percent of College Students Prefer Reading Print Books to E-Readers», en *New Republic*, 14 enero 2015 <<https://newrepublic.com/article/120765/naomi-barons-words-onscreen-fate-reading-digital-world>>
- RUBIO HANCOCK, Jaime y BUENO BALLESTEROS, Anabel, «Las frases más subrayadas de los libros de autoayuda en Kindle», en *El País, Verne*, 27 abril 2016 <http://verne.elpais.com/verne/2016/04/20/articulo/1461163391_947399.html>
- RUTENBERG, Jim, «Yes, the News Can Survive the Newspaper», en *The New York Times*, 4 septiembre 2016 <http://www.nytimes.com/2016/09/05/business/yes-the-news-can-survive-the-newspaper.html?_r=0>
- UNESCO, *Reading in the mobile era: A study of mobile reading in developing countries*, París, 2014 <<http://www.unesco.org/new/en/unesco/themes/icts/m4ed/mobile-reading/reading-in-the-mobile-era/>>

Servicios web/móvil mencionados

AMAZON, <<https://www.amazon.es/>>
BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES, <<http://www.cervantesvirtual.com/>>
CALIBRE, <<http://calibre-ebook.com/>>
FACEBOOK, <<https://www.facebook.com/>>
GOOGLE LIBROS, <<https://books.google.es/>>
INSTAPAPER, <<https://www.instapaper.com/>>
INTERNET ARCHIVE, <<https://archive.org/details/texts>>
KIOSKO Y +, <<https://www.kioskoymas.com/inicio>>
TWITTER, <<https://twitter.com/>>
UNILIBER, <<http://www.uniliber.com/>>
24SYMBOLS, <<https://www.24symbols.com/?locale=es>>



SOBRE LOS AUTORES

Notas sobre los autores

José Manuel Anta

Es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Desde 1997, desempeña la labor de Director de la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE). Asimismo desde diciembre del 2015 es el Managing Director de la International Publishing Distribution Association (IPDA). Participa habitualmente como ponente en diferentes jornadas y seminarios internacionales sobre el sector del libro, las publicaciones y los contenidos digitales. Entre otros: Congreso Interamericano de Editores, Congreso Iberoamericano de Libreros, Foro Internacional de Edición de la Feria del Libro de Guadalajara (México), Frankfurt Supply Chain Specialist Meeting, etc.

Jesús Arana Palacios

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra, desde 1990 ha trabajado en diferentes bibliotecas universitarias, especializadas y sobre todo públicas. Es coautor del libro *Leer y conversar: una introducción a los clubes de lectura* (Trea, 2009) y autor del libro *Embarquen por la biblioteca: una aproximación a los viajes literarios* (Trea, 2012). Ha colaborado en publicaciones como *Revista de Occidente*, *Príncipe de Viana*, *Clij*, *Mi biblioteca*, etc. Además, desde el primer número coordina la revista cultural *TK*, editada por Asnabi, la Asociación Navarra de Bibliotecarios y Bibliotecarias.

Antonio María Ávila

Licenciado en Derecho (Premio Extraordinario, Sevilla, 1979). Licenciatura en Ciencias Políticas (1980). Doctor en Derecho (1994). Doctor en Ciencias Económicas (2004). Número uno de la XX Promoción del Cuerpo Técnico de la Administración Civil del Estado. Autor de numerosas publicaciones sobre

SOBRE LOS AUTORES

comercio exterior, OMC y el mundo del libro en ICE, BISE, *Noticias de la Unión Europea*, etcétera, y de los libros: *Manual práctico de comercio exterior* (Tecnos, 1986), *Regulación del comercio internacional tras la Ronda de Uruguay* (Tecnos, 1994), *Política comercial de la Unión Europea* (Pirámide, 1997), *Política de competencia y política comercial: ¿hacia un acuerdo multilateral?* (IMADE-COCIM, 2004) y *La propiedad intelectual en las relaciones económicas internacionales* (IMADE-COCIM, 2007). Es director ejecutivo de la Federación de Gremios de Editores de España.

Mònica Baró

Ha trabajado en bibliotecas escolares y bibliotecas públicas y, desde 1983 es profesora en la Facultat de Biblioteconomia i Documentació de la Universitat de Barcelona. Ha publicado distintos artículos y libros sobre las bibliotecas escolares como *Formarse para informarse* (1996) y *Bibliotecas escolares, ¿para qué?* (2001). También ha participado en estudios como *Las bibliotecas escolares en España. Análisis y recomendaciones* (2005); *Bibliotecas escolares entre comillas. Estudio de casos: buenas prácticas en la integración de la biblioteca en los centros educativos* (2010); *Bibliotecas escolares ¿entre interrogantes? Herramienta de autoevaluación* (2011) o *Las bibliotecas escolares en España. Dinámicas 2005-2011* (2013).

Jorge Carrión

Doctor en Humanidades por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, en cuya Barcelona School of Management imparte clases de creación literaria, literatura contemporánea y periodismo cultural. Colabora regularmente en el suplemento *Cultura/s* de *La Vanguardia* y en la revista *Letras Libres*. De su producción destacan los libros de ensayo: *Viaje contra Espacio. Juan Goytisolo y W. G. Sebald; Teleshakespeare, y Librerías* (finalista del Premio Anagrama de Ensayo, 2013); los libros de viajes: *La brújula, GR-83, Australia, La piel de La Boca, Crónica de viajes y Norte es Sur. Crónicas americanas*, y la trilogía de novela *Los muertos, Los huérfanos y Los turistas*.

José A. Gómez-Hernández

Profesor de Biblioteconomía desde 1988 y antes bibliotecario en la Universidad de Murcia, en la que se doctoró en Filosofía con Premio Extraordinario. Ha sido primer decano de la Facultad de Comunicación y

SOBRE LOS AUTORES

Documentación, Vicerrector de Comunicación y Cultura, director de la Editorial y del Servicio de Cultura de la Universidad de Murcia. Enseña sobre Gestión de bibliotecas y sobre los servicios educativos y culturales de las instituciones documentales, con publicaciones como *Estrategias y modelos para enseñar a usar la información*, *La información y las bibliotecas en la cultura de masas*, *Gestión de Bibliotecas*, *El copyright en cuestión* o el *Estudio FESABID sobre los profesionales de la información en España*.

Luis González

Licenciado en Derecho y Master en Asesoría Fiscal y Laboral. En 1992 ingresó en el Cuerpo Superior de Administradores del Estado y desde entonces ha ocupado diversos puestos directivos de la Administración española, siendo el último de ellos una Subdirección General del Ministerio de Cultura, desde la cual puso en marcha el Plan de Fomento de la Lectura 2001/4. En 2004 se incorporó a la FGSR y en ella ha lanzado proyectos internacionales como Readmagine, investigaciones como Territorio Ebook o plataformas como Lecturalab, Canal Lector, Lectyo, Will2 y Lectylab. Es profesor invitado y autor de *The Start-up of the Book* (2015) con Nina Klein, Pinterest para bibliotecarios (2013) con Natalia Arroyo y ha colaborado con otros autores en *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento* (2012), *¿La lectura en transformación?* (2011) y *La lectura en España. Leer para aprender* (2008).

Julietta Lionetti

Fue directora y editora de dos editoriales literarias: Muchnik Editores (hoy, El Aleph) y Poliedro. Introdujo en España a autores como Mo Yan (Premio Nobel de Literatura, 2012) y Fatema Mernissi (Premio Príncipe de Asturias de las Letras, 2003). Desde 2001 explora la edición digital y todos los cambios que la explosión de la Web ha traído al mundo del libro. Como periodista especializada, fue editora asociada en *Publishing Perspectives*, en la sección quincenal de noticias sobre el mundo editorial en español, hoy discontinuada.

Alberto Manguel

Escritor, traductor y editor argentino-canadiense, que escribe en inglés y en español. Entre sus obras más conocidas destacan los ensayos *Guía de lugares*

SOBRE LOS AUTORES

imaginarios (con Gianni Guadalupi), *Una historia de la lectura, Con Borges, La biblioteca de noche*, la novela *Todos los hombres son mentirosos* y muy recientemente *Una historia natural de la curiosidad*. Es director de la Biblioteca Nacional de la Argentina.

José Antonio Millán

Es doctor en Literatura Comparada por la Universidad de Barcelona. Novelista y ensayista de temas lingüísticos y semióticos. Fue editor tradicional (dirigió Taurus Ediciones) y desde hace años se dedica a temas relacionados con la lectura, el libro electrónico y la visualización de datos culturales. Forma parte del Consejo Científico de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Coordinó los informes *La lectura en España* de los años 2002 y 2008. Entre sus obras se cuentan: *Hacia la escuela 2.0. Proyectos con programas gratuitos para formar ciudadanos de la sociedad del conocimiento e Internet y el español*. Su sitio web <<http://jamillan.com>>, si bien irregularmente mantenido, acaba de cumplir 20 años de existencia.

Inés Miret

Consultora especializada en proyectos digitales relacionados con la lectura, el libro y las bibliotecas. Socia fundadora de Neturity. Ha coordinado el grupo de expertos en lectura y bibliotecas de la Organización de Estados Iberoamericanos (2006-2014); es asesora de Planes Nacionales de Lectura en Colombia, México y Uruguay; ha dirigido estudios de bibliotecas escolares en Argentina, Brasil, Chile, España y México, y ha coordinado iniciativas de formación en colaboración con la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad de Barcelona. En el 2016, junto con el Instituto Emilia de Brasil, ha creado la red iberoamericana Laboratorio Emilia de Formación.

Carlos A. Scolari

Profesor Titular del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). Doctor en Lingüística Aplicada y Lenguajes de la Comunicación por la Università Cattolica di Milano, se especializó en el estudio de los medios digitales de comunicación y la ecología/evolución de los medios. Es Investigador Principal del proyecto Transmedia Literacy (programa Horizon 2020

SOBRE LOS AUTORES

de la UE – 2015/18) y del proyecto Transalfabetismos (MINECO – 2015/17). Ha publicado más de veinte libros, entre ellos *Hipermediaciones* (2008), *El fin de los medios masivos* (con M. Carlón, 2009/2012), *Narrativas Transmedia* (2013) y *Ecología de los medios* (2015).

Fernando Trujillo Sáez

Es profesor titular en el departamento de Didáctica de la Lengua y la Literatura de la Universidad de Granada e imparte clases en la Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta. Ha sido miembro del Consejo Asesor de Política Lingüística de la Junta de Andalucía y del Comité para la Elaboración del Proyecto Lingüístico de Centro, además de coordinar el Programa «Proyecto Lingüístico de Centro» de la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía. Diseñó también el Proyecto Lingüístico de Centro del OAPEE. Sus líneas de investigación e interés son la enseñanza de lenguas, la interculturalidad, el uso educativo de las TIC y la enseñanza basada en tareas y proyectos.

Darío Villanueva

Es desde hace dos años director de la Real Academia Española. Ha sido rector de la Universidad de Santiago de Compostela, profesor universitario, crítico y editor. Entre sus obras destacan: *El polen de ideas. Teoría, Crítica, Historia y Literatura comparada*, *La poética de la lectura en Quevedo*, *Valle-Inclán, novelista del modernismo*, *Después de la Galaxia Gutenberg y de la Galaxia McLuhan*, *Imágenes de la ciudad. Poesía y cine, de Whitman a Lorca y El Quijote antes del cinema*. Ha sido editor de *La colmena*, de Camilo José Cela, y de la *Sonata de invierno*, de Ramón del Valle-Inclán, entre otras obras.

ÍNDICE



Índice de materias y selecto de nombres propios

- @martaar, 117, 122
24symbols, 195, 202
AbeBooks, 118
AdeleVEVO, 169, 171
Adkins, Adele Laurie Blue, 166, 170
AEDE, véase Asociación de Editores de Diarios Españoles
Agencia del ISBN, 37, 38, 39
Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, véase ONU
algoritmo de recomendación de libros, 158, 159
Alonso, J., 91
Alonso Aranegui, Ramón, 192, 199
Amazon, 118, 158, 160, 161, 163, 164, 170, 175, 182, 194, 198, 199, 202
~ algoritmo de, 159, 161
Andalucía, programas de lectura de, 103
ANDP, véase Asociación Nacional de Distribuidores de Publicaciones
Anglada, Lluís, 76
animación a la lectura, 99
Anta, José Manuel, 49-63
Apostel, Shawn, 138
aprendizaje conectado, 135
Aragón, programas de lectura de, 104
Arana Palacios, Jesús, 141-153
ARI, véase Asociación de Revistas de Información
Asociación de Cámaras del Libro de España, 56
Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), 56, 57, 63
Asociación de Maestros Rosa Sensat, 147
Asociación de Revistas de Información (ARI), 56, 57, 63
Asociación Nacional de Distribuidores de Publicaciones (ANDP), 53, 56, 57, 63
asociaciones, ateneos, fundaciones
~ clubes de lectura en, 148
audiolibro, 159, 190
autoayuda, 198
autoedición, crecimiento de la, 60
autores,
~, fotografía de los lectores con los, 116
~ conocimiento fomentado por la biblioteca, 74
~ de *fanfic*, capitalizados, 182-183

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- ~ diseñadores de hipermedia, 180
- ~ encuentros con los lectores en clubes de lectura, 142, 143, 144-145
- ~ encuentros con los lectores en proyecto educativo, 134
- ~ presentes en la librería, por género y estatuto vital, 113
- ~ relación con el lector, 28
- autores-editores (o autoeditados), 37, 39, 42, 164
- Ávila, Antonio María, 37-45
- Bachillerato, 99, 100, 102
- Bal, Eduard, 121
- Baró, Mónica, 98, 127-138
- Barómetro, véase *Hábitos de lectura y compra de libros en España*
- Barómetro del CIS, 70, 89
- Bayón, Fernando, 91
- BBC, 27
- Bernal, Ana Isabel, 133, 136
- best-sellers, 18, 146, 158, 182
- biodiversidad, 37, 39, 43, 45, 56
- Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 196, 197, 200, 202
- bibliotecario, 67
 - ~, efecto de la crisis sobre el, 71, 72
 - ~ generalista, 120
 - ~ en la biblioteca escolar, 131
 - ~, profesor-bibliotecario, 134
 - ~ y profesiones afines, 70
- bibliotecas, 67-76
 - ~, crecimiento del número de, 68
 - ~, debilidades de las, 69
 - ~, entrada presencial y virtual a las, 71
 - ~, evolución de las, 75
 - ~, fortalezas y debilidades de las, 68, 69
 - ~, Internet en las, 71, 73
 - ~, número de, 71
 - ~, público de las, 70
 - ~, rol de las, 135
 - ~, tecnología en las, 68
 - ~, tendencias de las, 75, 76
 - ~ como centro local de conexión, 73
 - ~ como espacio abierto y libre, 76
 - ~ como espacio educador, 68
 - ~ como servicio de proximidad, 75
 - ~ «populares», 67
- bibliotecas escolares, 127-136
 - ~, actividades variadas y atractivas en las, 132
 - ~, apoyo económico a las, 129
 - ~, aumento de y mejoras en las, 130
 - ~, colaboración con las aulas de las, 130
 - ~, futuro de las, 135
 - ~, impacto de las, 130
 - ~, inquietud por las, 128, 129
 - ~, marginación de las, 69
 - ~, modelo de, 132, 133
 - ~, nuevas perspectivas de las, 133
 - ~, presupuesto de las, 133
 - ~, recursos y resultados de las, 130-132
 - ~ como apoyo imprescindible en el aula, 132
 - ~ como entorno de aprendizaje conectado, 136
 - ~ como fuente de recursos de lectura, 133
 - ~ como inquietud, 128, 129
 - ~ digitales, 134

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- bibliotecas públicas, 69, 70
~, beneficios de las, 73-75
~, descenso del número de, 71
~, descenso en los préstamos en las, 73
~, efectos de la crisis en las, 71-73
~, envejecimiento de la colección de las, 73
~, escasa presencia de lo digital en las, 69
~, modernización de las, 67
~, oferta de, 70
~ abandono del préstamo a favor del uso de dispositivos de lectura, 87
~ como servicio municipal, 67
bibliotecas universitarias, 70, 71
~, expansión de las, 68
Biblioteconomía, 68
Blogger, 162
blogs, evolución de los, 162
~ de recomendación y crítica de libros, 162
~ más influyentes de libros y literatura, 162
blogueros, 117
BOE, 108, 109
Bohannon, John, 198, 199
Boolino, véase recomendación de lectura en línea, plataformas
Bolívar, Antonio, 99, 108
bookcrossing, 194
booktube, estilo, 167
~, movimiento, 167
booktuber, comunidad, 166
~, principales formatos, 168
booktubers, 117, 151, 158, 166-170
Bookwire, 197, 200
Bourdieu, Pierre, 115, 122
Borriaud, Nicolas, 177, 185
boyd, danah, 138, 137
brick and mortar, 49
Bruns, Axel, 181, 185
Bueno Ballesteros, Anabel, 201
Burbules, Nicholas C., 180, 186
buscadores generales, 197
~ internos de sitios, 197
BVMdC, véase Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes
Caballud Albiac, Mercedes, 104, 108
Calibre, 198, 202
calles y barrios de libros, 117
canal de comercialización, medidas de apoyo al, 56-60
Canarias, programas de lectura de, 105
canon, véase narrativa transmedia
Cantabria, programas de lectura de, 104
Carbajo, F., 91
Carr, Nicholas, 199, 200
Carreño, Óscar, 142, 153
Carrión, Jorge, 113-123
Carrión, Ulises, 119-122
Casas, Bartolomé de las, 18
Cassany, Daniel, 189, 200
Castellanos, Guillermo, 191, 200
Castells, Manuel, 179, 186
Castilla y León, programas de lectura de, 104
Castilla-La Mancha, programas de lectura de, 104
Cataluña, programas de lectura de, 104
Catelli, Nora, 116, 122
CEGAL, véase Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- Centro de Arte Reina Sofía, 121
Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), 90, 91, 76, 176, 178, 186
Cervantes, Miguel de, 19-22
Choi, Álvaro, 101, 108
ciencia-ficción, 40, 41, 142, 145, 161
Ciervo Blanco, 145
CIS, véase Centro de Investigaciones Sociológicas
close reading, 31
clubes de lectura, aprendizaje de idiomas en los, 147
~, aumento de los, 141
~, *boom* de los, 143
~, dimensión educativa de los, 146
~, dimensión integradora de los, 150-152
~, *glamour* de los, 142
~, lecturas programadas en los, 148
~, mayor protagonismo de los, 141
~, número de, 141
~, oferta de ocio cultural en los, 146
~, otros objetivos de los, 147
~, percepción social de los, 142-144
~, propuestas culturales de los, 142
~, red de, 141
~, como bancos de pruebas, 145
~, como grupos abiertos, 145
~, como instrumentos de difusión, 148, 149
~, de medios de comunicación, 143
~, en el ámbito educativo, 146, 147
~, en el ámbito sanitario, 149, 150
~, fidelizadores, 144
~, infantiles y juveniles, 151
~, intergeneracionales, 151
~, transfronterizos, 148
~ y bibliotecas públicas, 141, 142, 145
~ y editoriales, 144, 145
~ y librerías, 144-146
clubes de lectura virtuales, 146, 151, 152
~, alfabetización en los, 152
~, como prescriptores de lectura, 152
coleccionable, 39
~, fórmulas de suscripción a, 59
~, reactivación del, 59
comercialización
~, cambio de modelo de la, 61
~, canales de, 43, 49, 50, 52
~, de demanda del producto, 61
~, de libro electrónico para profesionales y educación, 39
~, de oferta del producto, 61
~, de títulos, 42
comercio electrónico, algoritmo de, 158-159
~, datos masivos del, 158
~, entorno del, 158
~, personalización del cliente del, 158
~, tiendas de, 160
Comercio interior del libro en España, 37, 38, 39, 52
comercios en línea (Amazon), 114
cómic, 40, 41, 89, 115, 119, 120, 177, 178, 182
Comisión Técnica de Cooperación en Bibliotecas Escolares, 128, 136
competencia lectora, 97
~, lectura literaria, recuperación de la, 31
comportamiento lector, 82-86
comprensión lectora, 100

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- comunicación, nueva ecología de la, 175, 176
Comunidad de Madrid, programas de lectura de, 105
Comunidad de Murcia, programas de lectura de, 105
Comunidad Valenciana, programas de lectura de, 104
Conecta Research, 76, 83, 87, 91, 108
Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CE-GAL), 50, 62, 63, 114
Congreso Nacional de Bibliotecas Escolares en Tránsito, 129
Connaway, S. Lynn, 135, 136
Contreras, Jesús, 82, 91, 192, 200
Cordón, José Antonio, 91
crisis, efectos de la,
 ~ en bibliotecas, 71-73
 ~ en gasto en educación, 97-98
 ~ en número de librerías, 50-51
 ~ en librerías infantiles, 118
 ~ en puntos de venta de publicaciones periódicas, 55
 ~ y colaboración de los editores con los clubes de lectura, 145
crossover, 177
Crow, Jonathan, 194, 200
Cuenca, Jaime, 91
Cukier, Kenneth, 161, 170

Darnton, Robert, 135, 136
datos y desechos de datos, 160-162
Declaración de Lyon, 67
derecho de autor, crisis del tradicional, 183
~, *fanfiction* respetando el, 182-183
~, libros libres de, 196
~, *versus* libertad de apropiación, 182
 ~ y *fandom*, 177
 véase también DRM, *piratería*
Día de las Librerías, 115, 116
DILVE, véase Distribuidor de información del libro español en venta
Distribuidor de información del libro español en venta (DILVE), 38, 39, 42-45
Don Quijote de la Mancha, 18-22
DRM (control de copia), 197

ebook, véase libro electrónico
ecología mediática, cambios en la, 175, 178, 180-184
edad de lectura, 176, 183, 192, 195
edad de uso de Internet, 181
edición, cambios en la, 50
editar, facilidad para, 60, 61
editoriales,
 ~, apoyo por parte de las bibliotecas, 75
 ~, complicidad de los libreros con las, 145
 ~, número por provincias, 44
 ~, oferta de libros, 37-45
 ~, pequeñas, 39, 194
 ~ y modelos de recomendación de libros en línea, 157-171
 véase también autor-editor
Educación Primaria (EP), 98, 101, 105
Educación Secundaria Obligatoria (ESO), 98, 99, 101, 102, 129
El Corte Inglés, 52
El País en línea
 ~ lectura de, 191
El placer de la lectura, véase recomendación de lectura en línea, plataformas

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- ELE, *véase* español como lengua extranjera
Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015, 70, 84, 85, 86, 91
Encuesta MEC, *véase* Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España
Entre montones de libros, *véase* recomendación de lectura en línea, plataformas
e-reader, *véase* soportes digitales de lectura
EP, *véase* Educación Primaria
erótica, literatura, 40, 41, 160
escuelas y departamentos de idiomas, clubes de lectura en, 147
ESO, *véase* Educación Secundaria Obligatoria
español como lengua extranjera, 147
Eurostat, 84
Extremadura, programas de lectura de, 105
Facebook, 116, 117, 142, 152, 161, 162, 163, 164, 175, 179, 183, 191, 202
fandom, 182
fanfiction, 182
Fanfiction.net, 177
FANDE, *véase* Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones
Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE), 53, 63
Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), 27, 45, 52, 62, 63, 70, 83, 100
Ferlinghetti, Lawrence, 113, 114
Fernández, Daniel 9-10
Fernández, Pura, 87, 91, 194, 200
Fernández González, Noelia, 98, 108
FESABID, 74, 77, 206
FGEE, *véase* Federación de Gremios de Editores de España
FGSR, *véase* Fundación Germán Sánchez Ruipérez
filmperformance, 121
filtro colaborativo artículo por artículo, 159
FNAC, 52
Folk, Moe, 138
fomento de la lectura, *véase* lectura, fomento de
Fontcuberta, Joan, 116, 122
formato epub, 196
Foro de la Edición y Comercialización de Publicaciones Periódicas, 58
frecuencia de lectura, 83
Freire, Paulo, 185, 186
Fundación Francisco Giner de los Ríos, 87
Fundación Germán Sánchez Ruipérez (FGSR), 82, 86, 87
Fundación Telefónica, 181, 186
Galaxia de Gutenberg, 27, 175
Galaxia de Internet, 27
Galicia, programas de lectura de, 105
Galindo Lizalde, Belén, 142, 153
Gallo-León, José Pablo, 75, 76, 128, 137
García Canclini, Néstor, 135-137, 179, 180, 186
García Pérez, J. Ricardo, 100, 109

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- García Tur, Víctor, 113, 122
Generación Z, 176
géneros, lectura de, véase autoayuda, ciencia-ficción, erótica, infantil y juvenil, novela histórica, romántica, policiaca, religión
~, blogs dedicados a los, 162
Global Web Index, 88
Gómez, R., 91
Gómez-Hernández, José A., 67-77
Gómez-Yáñez, José Antonio, 77
González, Ángel, 28
González, Luis, 81-91
Google, 160, 161, 162, 191
Google Libros, 196, 202
Grafton, Anthony, 127, 136, 137
Granado, Cristina, 101, 108
Grupo de trabajo de alfabetización informacional, 128, 134, 137
Guardian, The, 193, 200
Guy, Ernest, 161, 170

hábito lector, pseudoproblema del, 100, 101
hábitos de lectura, 81-89, 178
Hábitos de lectura y compra de libros en España, 70, 83, 85, 86, 88, 108
Hauksson, Krisján Má�, 157, 170
Hidalgo, Justo, 195, 200
hiperlector, 181, 184
hombres, lectura de, 192, 195
horario de lectura digital, 191, 192
Horrigan, John B., 134, 137
hospitales y centros sanitarios, clubes de lectura en, 149
Huber, Sven, 165
Huysmans, F., 77

IBIC, véase International Book Industry Categories
iBooks, 198
IC, véase Instituto Cervantes
IEB, véase Instituto de Estudios Baleares
IFLA, véase International Federation of Library Associations and Institutions
Igarza, Roberto, 135, 136, 137
Illich, Ivan, 179, 186
impresión bajo demanda, 62
índices de lectura, principales factores de los, 85
industria del libro, 37
INE, véase Instituto Nacional de Estadística
infantil y juvenil, literatura, 40, 41, 42
~, formación en, para bibliotecas, 131
~, librerías especializadas en, 118, 120-121
~, recomendación de, en línea, 118, 165-166
~, álbumes, 120
~, clásicos en línea, 197
~, clubes de lectura, 151
~, multilingüe, 198
Ingarden, Roman, 29, 32
inmigrantes digitales, 27
Instagram, 116, 142, 152, 176
instagramers, 117
Instapaper, 190-193, 202
Instituto Cervantes (IC), 147
Instituto de Estudios Baleares (IEB), 105
Instituto Nacional de Estadística (INE), 50, 70, 77

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- interfaces de la escritura, evolución de las, 185
International Book Industry Categories (IBIC), 42, 43
International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), 67, 76, 77, 132, 133, 137
internauta, véase lectolector
Internet, 52, 157
 ~, imprenta del futuro, 175
 ~, nuevo modelo de negocio de, 60
 ~, tiempo dedicado a, 157
 ~ como canal de promoción, 61
 ~ como canal de venta, 61
 ~ en las bibliotecas, 70
Internet Archive, 196, 202
ISBN, véase Agencia del ISBN
Iser, Wolfgang, 28, 32
Islas Baleares, programas de lectura de, 105
Ito, Mizuko, 135, 137
- Jabr, Ferris, 194, 200
Javier Ruescas, véase recomendación de lectura en línea, plataformas
- Jenkins, Henry, 135, 137, 176, 186
Jerrim, John, 101, 108
- Keen, Andrew, 135, 138
Kennedy, Anne, 157, 170
Kindle, 176, 198
Kindle Worlds, 183
Kiosko y +, 192, 202
- La Casa del Libro, 52, 118, 158, 160, 164
La Rioja, programas de lectura de, 105
Laboratorio de Ideas sobre el Libro, 63
- Lanclos, Donna, 136
Larrañaga Rubio, Elisa, 100, 109
Le Cornu, Alison, 136
lectolector, 180, 184
lector, 28
 ~, proceso cooperativo del, 29, 30
 ~, reacciones del, 28
 ~, relación con el texto del, 28
 ~ contemporáneo, 189-199
 ~ crítico, 181
 ~ digital, 88, 189-199
 ~ español, perfil del, 88, 89
 ~ frecuente, 83-86, 90, 100
 ~ multilingüe, 52, 190, 195, 198
 ~ mujeres lectoras, 85, 88, 195
 ~ produsuario, 181, 184
 ~ prosumidor, 181, 184
 ~ según edad, género, hábitat y ocupación, 85
 ~ transmedia, véase translector, 181
- lectura, abandono de la, 195
 ~, cambios en la, 179
 ~, fomento de la, 85
 ~, frecuencia de, 176
 ~, hábitos de, generales, 81-89, 178
 ~, hábitos de, juveniles, 100
 ~, interés por la, 176
 ~, nuevas formas de, 179-181
 ~, nuevos procesos de, 179
 ~, otros fines de la, 89
 ~, rivales de la, 89, 157, 181, 189-190
 ~, tiempo de, 191, 197
 ~ como acto fundador, 17-23
 ~ como actualización de la potencia de una obra, 27-29, 180-181
 ~ como destreza fundamental, 98
 ~ como elemento transversal, 99
 ~ como entretenimiento, 85, 89, 189, 193, 195

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- ~ como herramienta clave para el aprendizaje, 102
- ~ conjunta, 31
- ~ de libros, 82, 83-84
- ~ de noticias, 82, 189-192
- ~ de webs, 88-89
- ~ desconectada, maratones de (*Silent Reading Parties*), 134
- ~ digital, 53, 86, 180, 192, 195-198
- ~ en la sociedad neoliberal, 97, 98
- ~ en soporte impreso *versus* el digital, 86-87, 90, 190, 199
- ~ en voz alta, 101, 134, 180
- ~ inmersiva, 157, 199
- ~ intensiva, 199
- ~ no percibida como tal, 82
- ~ por servicio de suscripción, 195
- ~ profesional, 39, 82, 87, 89, 150, 189
- ~ y otras actividades culturales, 86
- ~ y profesorado, 106, 107
- véase también sistema educativo, lectura en el; soportes digitales de lectura
- leer.es, 128
- lenguas cooficiales, edición en, 44
- Lessig, Lawrence, 177, 183, 186
- Ley 10/2007 de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas, 67, 69
- Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE), 99
- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE), 98, 101, 102, 108
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE), 101, 102, 108
- ~, enfoque de la lectura en la, 98-102
- librerías, actividades en las, 51
- ~, clubes de lectura en las, 144-146
- ~, evolución del número de, 50
- ~, fondo de las, 113
- ~, funcionamiento y servicios ofrecidos de las, 52
- ~, iniciativas colaborativas de las, 62
- ~, mapa de, 50, 51
- ~, misión de las, 113
- ~, nueva cultura de la cooperación de las, 118
- ~, número de, 50
- ~, oferta disponible en las, 60
- ~, opinión de los compradores sobre las, 52
- ~, presente y futuro de las, 62
- ~, situación del sector de las, 50-53
- ~, visitantes habituales en las, 52
- ~ como embajadas, 119
- ~ como espacios de convivencia, 120
- ~ como espacios físicos de compra de libros, 62
- ~ culturales, 113-115
- ~ de agotados y descatalogados, 62, 194
- ~ en la Red, 62
- ~ especializadas, 51
- ~ generalistas, 51
- ~ híbridas, 119-121
- ~ independientes, 51
- ~ invisibles, 119
- librerías con Sello de Calidad, medidas económicas de apoyo a, 57
- librero como animador de conversaciones, 120
- ~ como cuentacuentos, 120-121
- ~ como formador, 121

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- ~ como pequeño editor, 62
- ~ como prescriptor, 116
- ~ como seleccionador del fondo, 52
- ~ como profesor informal, 120
- ~ como tertuliano, 120
- ~ y libreras, 113
- libro, acercamiento al lector del, 61
 - ~, comercialización del, 50, 51, 60, 61
 - ~, historia del, surgimiento como disciplina, 116
 - ~, impresión bajo demanda del, 62
 - ~, venta por impulso del, 61
 - ~ como objeto estético, 116, 194
 - ~ como objeto material, 37, 85
 - ~ como lectura por excelencia, 82
 - ~ como producto de demanda, 61
 - ~ como producto de oferta, 61
 - ~ como discurso, 85
 - ~ de texto, 38, 41, 42, 44, 45, 61,
- libro electrónico, 62, 82, 86, 159, 161, 164, 196
 - ~, calidad del, 196
 - ~, número de títulos editados, 39
 - ~ en bibliotecas, 70
 - ~ en bibliotecas escolares, 134
 - ~ gratuito, 196-197
 - ~ ligado a dispositivos y plataformas, 197
- libros, distribución alternativa de, 117
 - ~, puntos de venta de, 49-52
 - ~, rutas de, 115-118
 - ~ impresos *versus* libros electrónicos, 90
 - ~ orientados a los intereses de los lectores, 67
- Librotea, véase recomendación de lectura en línea, plataformas
- Linden, Greg, 159, 170
- Lionetti, Julieta, 157-171
- Lison, B., 75, 77
- Lluch, Gemma, 107, 108
- LOE, véase Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
- logística de entrega del libro, metas futuras, 62
- LOGSE, véase Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo
- LOMCE, véase Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa
- long forms*, 193
- longreads*, 193
- Lope de Vega, 30
- Luque, Imanol, 193, 200
- Macías, Casildo, 133, 136
- Madariaga, Aurora, 91
- Maderuelo, Javier, 119, 122
- Man, Paul de, 31, 32
- Manguel, Alberto, 17-23
- Mañá, Amelia, 100, 108
- Mañá, Teresa, 127, 130, 138
- Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, 102
- Marco de referencia para las bibliotecas escolares, 128
- Martín, Elena, 102, 106, 108, 127, 130, 138
- Martín González, Manuel, 103, 108
- Mata, Juan, 102, 109
- materias, clasificación por, véase International Book Industry Categories
- Mayer-Schönberg, Viktor, 161, 170
- McLuhan, Marshall, 179, 186
- mediador experto, 120

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- Mendoza, Pedro de, 17, 18
Metzger, Miriam, 135, 138
Microsoft, 160
Millán, José Antonio, 11-12, 87, 89, 91, 97, 108, 109, 147, 189-202
millennials, 157, 167
Ministerio de Educación Cultura y Deporte (MECD), 50, 56, 70, 71, 77, 91, 127
MECD, véase Ministerio de Educación Cultura y Deporte
Miret, Inés, 98, 127-138
Montaigne, Michel de, 189, 201
Mora, Vicente Luis, 180, 182, 186, 193, 201
Morrison, Katie, 130, 131, 138
Moses, Lucía, 191, 201
Mount, D., 77
móvil, véase soportes de lectura
mujeres lectoras, 85, 88, 195
multialfabetismos, véase narrativa transmedia, multialfabetismos en la multilingüe, lector, 190, 195
~, infantil, 198
mundos narrativos transmedia, interpretación de los, 180
Museo Nacional Reina Sofía, 119
museos, clubes de lectura en, 148
narrativa transmedia, 176-181
~, canon de la, 177, 178, 182
~, características de la, 176, 177
~, expansión del universo narrativo de la, 177, 178
~, *fandom* en la, 177, 178
~, fórmula de la, 177
~, hipertextos en la, 180
~, importancia de la, 178
~, multialfabetismos en la, 180, 185
~ como ampliación del universo narrativo, 177
nativos digitales, 27
Navarra, programas de lectura de, 106
Netflix, 176
New Literary History, 31
Nicholas, David, 27, 32
Nietzsche, Friedrich, 31, 32
no lectores, 82, 83
noticias, lectura de, 82, 189-192
novela histórica, 161, 198
Novoa, Cristina, 133, 136
nuevas formas disruptivas de comunicación, 175, 176
Oberg, Dianne, 137
obra literaria inacabada, 29
Obra Social de CajaMadrid, 87
Observatorio de la Lectura y el Libro, 45
OCDE, véase Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
ocio, lectura de, véase lectura de ocio
oferta digital, 86-88
off line, lectura, 192-195
ONU, 67, 77
ordenador, véase soportes digitales de lectura
organismos, clubes de lectura en, 147
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) , 97, 98, 103, 109, 133
Ortega, Cristina, 91
Other Books and So, 119
País Vasco, programas de lectura del, 106
Parisier, Eli, 135, 138

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- periódicos y revistas
~, distribución de, 53-60
~ en línea, lectura de, 82, 191
~ en papel, lectura de, 82, 88-89,
191, véase también quiosco; noti-
cias, lectura de
perspectiva de género, clubes de lec-
tura de, 149
piratería, 87, 198
PISA, 97, 102, 133
Piscitelli, Alejandro, 175, 186
Plan de Apoyo a la Red de Puntos de
Venta, 56, 58
~, medidas complementarias al, 59
Plan de Fomento de la Lectura, 88
Plan de Lectura de Centro (PLC),
106, 107
Plan Lector, 101, 102
PLC, véase Plan de Lectura de Centro
policíaca, novela, 40, 41, 162
políticas públicas de lectura, 84, 85
~, irrupción de lo digital en las, 88
~, objetivos de las, 90
Powers, William, 199, 201
Premio Nacional de Fomento de la
Lectura (2016), 118
Prensky, Marc, 27, 32
prescriptores, 170
préstamo de tabletas o libros electró-
nicos, 134
Primaria, véase Educación Primaria
productos editoriales, cambios en la
comercialización de, 49
~, futuro de la comercialización de,
60-62
~, nuevas tendencias de comerciali-
zación de, 62
produsuario, véase lector
programas de lectura, véase Andalucía,
Aragón, Cantabria, Castilla-La
Mancha, Castilla y León, Cataluña,
Comunidad Valenciana, Extre-
mada, Galicia, Islas Baleares, Cana-
rias, Comunidad de Madrid, Comu-
nidad de Murcia, La Rioja, Navarra,
País Vasco
promociones, aumento del volumen
de las, 59
~, comercialización de, 59
prosumidor, véase lector
Proyecto Educativo de Centro, 102
Proyecto Lingüístico de Centro, 102,
107
publicaciones periódicas, comerciali-
zación de, 53-60
~, canal principal de comercializa-
ción de, 53, 56, 57
~, lectura digital de, 189-192
~, puntos de venta de, 49, 50, 53-58
~, gratuitas, 82
véase también noticias, lectura de; pe-
riódicos y revistas
Quijote, véase *Don Quijote de la Mancha*
quiosco, 49, 52, 53, 56, 193
~ puesta en valor del, 58
Real Decreto 1105/2014, 99, 109
Real Decreto 126/2014, 99, 109
Real Decreto 1513/2006, 99, 109
Real Decreto 1631/2006, 109
REBIUN, véase Red de Bibliotecas
Universitarias Españolas
recomendación de lectura en línea
~, modelos de, 157-170
~, plataformas de, 162-166
Red de Bibliotecas Universitarias Es-
pañolas (REBIUN), 71, 77

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- redes sociales, 55, 61, 69, 116, 133, 134, 145, 157, 164, 178, 179, 191
véase también Facebook, Twitter
- Reip, N., 77
- religión, 40, 41, 198
- Reyes, Alfonso, 31, 32
- Riffaterre, Michael, 28, 32
- Robb, Alice, 194, 201
- Rodríguez, Pepe, 163-165
- romántica, novela, 40, 41, 158, 160, 195, 198
- Rosales Pardo, Javier, 100, 109
- Rubio, Raúl, 107, 109
- Rubio Hancock, Jaime, 198, 201
- Ruescas, Javier, 167, 171
- Rutenberg, Jim, 191, 201
- Sánchez Miguel, Emilio, 100, 109
- Sant Jordi, Día de, 115, 116
- Schraenen, Guy, 122
- Schultz-Jones, Barbara, 137
- Scolari, Carlos A., 175-186
- Secundaria, véase Educación Secundaria Obligatoria
- Sello de Calidad de Librerías, 56, 58
~, finalidad del, 56
~, objetivos del, 57
- Shakespeare, William, 30, 113
- Silent Reading Parties*, 134
- sistema bibliotecario, datos básicos del, 70
~, transformación del, 68
- sistema de distribución de publicaciones, 55
- sistema educativo, lectura en el
~, comunidades autónomas, 103-106
~, estatal, 97-103
- Sistema Español de Bibliotecas, 68
- smartphone*, véase soportes de lectura, móvil
- Smith, Brent, 159, 170
- Snapchat, 176, 183
- Snyder, Ilana, 186
- sociedad neoliberal, lectura en la, 97, 98
- soportes digitales de lectura
~, *e-reader*, 86-88, 194, 196
~, móvil, 191, 196, 199
~, ordenador, 86, 196
~, según horario, 191, 192
~, tableta, 87, 88, 191, 192, 193, 195, 196
- Steiner, George, 31, 32
- subrayados compartidos, 198
- suscripción digital, 192
- tableta, véase soportes digitales de lectura
- Teads Labs, 162, 171
- Teatro del Globo, 30
- técnicas de animación a la lectura, 99
~ de la librería, 120
- temática, ordenación ~ de la librería, 120
- Territorio Ebook, 82, 86, 87
- TIC, impacto en el ámbito familiar de las, 178
- tinta electrónica, 196
- títulos editados, 40
~ vivos, 38
- Todo literatura*, véase plataformas de recomendación de lectura en línea
- Todos tus libros de CEGAL, 118
- Toffler, Alvin, 181, 186
- Togores, Rosa, 74, 75, 77
- topografías de la circulación libresca, 117
- traducciones, en la edición española, 43-44

ÍNDICE DE MATERIAS Y SELECTO DE NOMBRES PROPIOS

- translector, 175-185
~ como creador de nuevos contenidos, 182
~ como intérprete de contenidos, 182
TreceBits, 157, 171
Trujillo Sáez, Fernando, 97-109
tsundoku, 194
Twitter, 142, 152, 162, 175, 183, 190, 191, 192, 202

UDNE, *véase* Unión de Distribuidores Nacionales de Ediciones
UE, 133
UNESCO, 67, 77, 132, 138, 196, 201
Uniliber, 118, 194, 202
Unión de Distribuidores Nacionales de Ediciones (UDNE), 53, 56, 57, 63

Valbuena, Javier, 91, 82, 86
Vellosillo, Inmaculada, 127, 130, 138
Villanueva, Darío, 27-32

Wattpad, 177
Wavell, Caroline, 130, 131, 138
Web, lectura en la, 191, 192
WhatsApp, 146, 152, 176, 183
White, David, 136
Wikipedia, 175, 183
Williams, Dorothy, 130, 131, 138
Wordpress, 162
World Wide Web, 175, 178

York, Jeremy, 159, 170
YouTube, 166, 167, 169, 171, 175-177
youtuber, 169
Yubero Jiménez, Santiago, 100, 109

Zayas, Felipe, 97, 107-109

