



IDEAS DESTACADAS EN
TEN YEARS AFTER

READMAGINE 2018



READMAGINE es la semana de la innovación digital de la lectura, los libros y las bibliotecas, que organiza la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Nació en 2006 a partir de la hipótesis de que la aparición y difusión de las tecnologías digitales implicaría un impacto notable sobre los comportamientos lectores y las instituciones relacionadas con la lectura y el aprendizaje, así como sobre la industria que trabaja con la propiedad intelectual como materia prima.

La celebración de la conferencia *Ten Years After* ha sido la ocasión para debatir sobre los efectos de la popularización de los dispositivos móviles, diseñados para acceder, almacenar e interactuar con los libros y el resto de los contenidos. *Ten Years After* ha sido uno de los elementos de los que constaba la semana de *Readmagine* en Casa del Lector -diez años después del lanzamiento mundial de dos dispositivos (*Kindle* y *Iphone*) que mayor impacto han tenido- y ha integrado a un grupo de 150 participantes de 25 países, compuesto por profesionales de la industria tradicional y de las nuevas compañías digitales, así como bibliotecarios, autores, sociólogos, ingenieros, diseñadores, librerías y responsables políticos.

El equipo de la FGSR ha seleccionado las ideas más relevantes o que fueron más subrayadas. Estas contribuciones han sido agrupadas en dos bloques, correspondientes a las contribuciones surgidas en torno a la industria del libro y a los servicios públicos de lectura.

INDUSTRIA DEL LIBRO

- 1. LAS TRANSFORMACIONES SON INDUCIDAS AL MARGEN DE LA INDUSTRIA DEL LIBRO.**

La industria del libro no ha sido capaz de liderar las innovaciones, más bien han sido las compañías digitales las que han aportado nuevos instrumentos para hacer los procesos más baratos e inmediatos. La aparición en el mercado de cada nuevo dispositivo digital, encierra mayor capacidad de transformación del ocio cultural que las propuestas del propio sector y, por ello, se puede afirmar que, durante esta fase, la innovación no ha estado liderada por la industria del libro.
- 2. EL PODER DE LOS LECTORES / USUARIOS / CLIENTES.**

Es la fuerza de los lectores / usuarios / clientes la que induce a la transformación de los modelos de funcionamiento de la industria del libro y las bibliotecas, porque internet provoca que la gente adopte con gran rapidez cualquier alternativa que resulte cómoda, barata o interesante.
- 3. LA INDUSTRIA DEBERÍA INTEGRAR LA EXPERENCIA DE LECTURA CON LO DIGITAL.**

La industria del libro debe potenciar sus fortalezas para ofrecer nuevas formas de contar historias y de integrar la experiencia de lectura con las posibilidades de lo digital, pero, para poder hacerlo, es necesario que haya una dinámica de competencia dotada de un mayor equilibrio y, con tal fin, serían necesarias algunas innovaciones regulatorias.
- 4. POLÍTICAS PÚBLICAS DE GARANTÍA DE LA IGUALDAD A LA HORA DE COMPETIR.**

Pese a lo que se esperaba hace unos años, no han aparecido en el seno de la industria tradicional nuevos modelos de negocio reseñables, el modelo más relevante es el de las 'plataformas' y está en manos de las compañías tecnológicas. Las grandes compañías (GAFA) cuentan con unas reglas de juego diferentes y compiten con ventaja, aprovechando las lagunas o posibilidades que el ordenamiento jurídico ofrece. Las tradicionales políticas públicas de apoyo a pequeñas y medianas editoriales y librerías independientes, deberían acompañarse de una política que abra los muros de las plataformas de internet y que puede ser bastante más eficaz. Por ejemplo, la vinculación entre librerías en internet a un dispositivo determinado debería ser sometida a escrutinio, al igual que se prohibió, en su día, a Microsoft ligar el buscador de internet a un concreto sistema operativo. De hecho, no hay un motivo razonable para que se admita la integración entre un determinado sistema operativo para móviles con una tienda de apps, pese a que todo el mundo parece que asume hoy semejante situación.

- 5. POLÍTICA DE APOYO A LA CONSTRUCCIÓN DE INFRAESTRUCTURAS ABIERTAS.**
Desde la perspectiva del diseño de políticas públicas de fomento o subvención, puede ser útil el apoyo a la innovación. No obstante, la inversión más importante debería ir hacia infraestructuras intangibles abiertas a todos los actores del mercado, porque el mismo mercado está demostrando que es incapaz de crearlas. Hay varios terrenos en los que esto parece claro: gestión de copyright y, en particular, la gestión de los datos derechos de autor; la interoperabilidad; estándares y formatos, incluyendo DRMs o herramientas para la accesibilidad.
- 6. A LA INDUSTRIA DEL LIBRO LE INTERESA ESTAR MUY PRESENTE EN LOS SMARTPHONES.**
La variable más potente en este momento es la de los móviles (*smartphones*), porque son dispositivos ubicuos a los que se dirige contenido creativo de todo tipo, incluyendo libros. La centralización del ocio en esos dispositivos es mayor en las generaciones más jóvenes, pero se va extendiendo a todos los segmentos de edad. Por este motivo, es prioritario que el sector del libro esté presente y activo en estos aparatos, ya que nunca ha habido una generación con mayor grado de 'literacidad': con la difusión de los móviles, redes sociales y comunicación textual, la generación más joven hoy escribe y consume más palabras al día que ninguna otra generación precedente.
- 7. ENTRE LOS JÓVENES SE IMPONE EL STREAMING Y LOS MÁS JÓVENES ACTÚAN COMO CREADORES MÁS QUE COMO CONSUMIDORES.**
Los estudios de la FGSR y el seguimiento de GWI coinciden en que los usuarios más jóvenes (generación Z) no otorgan un gran valor a la posesión de los contenidos y van consolidando el consumo en *streaming* como la norma para el acceso al ocio cultural. Asimismo, señalan que los miembros de esta generación son creadores y productores de contenido, en mayor medida que simples consumidores. A diferencia de la generación *Millennial* no se limitan a comentar o compartir los contenidos, sino que se ven a sí mismos como creadores y la industria debería pensar en organizar también una oferta más orientada al B2B, que al modelo tradicional B2C.
- 8. IMPORTANCIA DEL CONTENIDO CREADO POR LOS USUARIOS.**
En teoría, la cadena tradicional del libro -agentes literarios y editores- solo se ponía completamente en movimiento cuando el autor completaba su manuscrito, pero ahora hay modelos de negocio basados en la creación de espacios públicos para dar cauce a esos procesos -que antes eran siempre privados- en los que los usuarios comparten sus narraciones y las serializan, capítulo a capítulo. El Contenido Generado por los Usuarios (UGC) parece ser una de las grandes tendencias del nuevo negocio editorial.

- 9. EL EDITOR TIENE QUE ORIENTARSE HACIA LA OBSERVACIÓN DE LOS CONSUMIDORES.**
Uno de los cambios más desgarradores al que se enfrentan los editores es que ya no viven en un mundo en el que solo ellos les pueden decir a los consumidores lo que debe ser publicado, sino que ahora se encuentran en un entorno en el que el consumidor les dice lo que ha publicarse. Por lo tanto, el trabajo de los editores es imaginar que existe una cierta demanda y atenderla de la mejor manera posible con libros de autores expertos en esa área y, asimismo ‘escanear’ el mundo para buscar diariamente textos creativos y originales que puedan ser obras maestras.
- 10. LA PROPIEDAD INTELECTUAL ES LA MATERIA PRIMA QUE UNA MISMA COMPAÑÍA PUEDE CANALIZAR HACIA DIVERSOS MEDIOS.**
Si observamos la lista de las 10 películas más vistas durante el año pasado, todas estaban basadas o eran secuelas de una Propiedad Intelectual (PI) creada para otro medio. La PI es la nueva materia prima en este contexto digital y puede ser canalizada por una misma compañía hacia una gran variedad de medios y contenidos, como, por ejemplo, texto, cómics, televisión, videojuegos o ‘merchandising’, porque hay una gran sinergia entre libros, películas y televisión.
- 11. EL RESPETO A LOS DERECHOS DE AUTOR DEFIENDE LA LIBERTAD DE LOS LECTORES.**
En ese terreno, la protección del respeto a los derechos de los autores y editores es necesaria para que las industrias creativas sean viables y para garantizar la libertad de los lectores.
- 12. LAS COMPAÑÍAS PUEDEN ABRIRSE A UNA TRANSFORMACIÓN DE SU PROPIEDAD INTELECTUAL POR PARTE DE TERCEROS, PERO MANTENIENDO UN NUCLEO SÓLIDO.**
Las compañías propietarias de la PI pueden permitir a otros, sean fans, socios en la edición u otros creadores de *contenido derivado*, llevar las narraciones o un contenido creativo hacia direcciones inesperadas, pero, en este contexto el gran desafío es ser capaces de mantener intacto un núcleo sólido para la PI, como medio para hacer sostenible el modelo de negocio.
- 13. EL PAPEL FUNDAMENTAL DEL EDITOR ES EVITAR QUE LOS LECTORES PIERDAN TIEMPO CON MALOS LIBROS.**
En el marco de la gran confusión actual del entorno digital, el concepto de editor debería equivaler a una garantía de no desperdiciar el tiempo de los lectores con un mal libro.

SERVICIOS PÚBLICOS DE LECTURA

14. LAS BIBLIOTECAS EXITOSAS HAN DEJADO DE SER ALMACENES DE LIBROS Y ESTÁN TRANSFORMANDO SU OFERTA.

Las bibliotecas no pueden ser solo almacenes de contenido (libros), pues ese camino las llevaría a la irrelevancia social. Las bibliotecas más exitosas y activas están transformando su oferta en un conjunto integrado por la co-creación de propuestas de los usuarios, la participación, el diseño de experiencias comunitarias y el aprendizaje con un acceso gratuito, inmediato y deslocalizado a la lectura.

15. LAS BIBLIOTECAS PUEDEN SER ALIADAS DE LA INDUSTRIA EN EL APRENDIZAJE SOBRE EL NUEVO COMPORTAMIENTO LECTOR.

Las transformaciones de los comportamientos lectores es una variable que introduce una gran dosis de incertidumbre, tanto para empresas del sector, como para las bibliotecas. En este contexto, la biblioteca puede ser un aliado estratégico para el aprendizaje (*just-in-time learning*) sobre las preferencias de los lectores, con un fundamento en los comportamientos reales, en lugar de cuestionarios de opinión.

16. LA NUEVA OFERTA DIGITAL SE HA UTILIZADO EN UNOS LUGARES PARA LANZAR NUEVOS SERVICIOS Y EN OTROS PARA RECORTAR PRESUPUESTOS.

La oferta digital se ha usado en algunos países para potenciar a las bibliotecas públicas con imaginativos servicios desde muchos tipos de bibliotecas, desde consultas a lo largo de 24 horas en bibliotecas académicas, hasta asesoría a agricultores para recibir ayudas de la Unión Europea. En otros países, ha habido políticos que han aprovechado la idea del acceso inmediato desde internet al conocimiento como excusa para recortar los presupuestos de bibliotecas públicas y escolares.

17. ES POSIBLE EXPLOTAR LA LLEGADA DE LOS EBOOKS PARA IMPULSAR LA INNOVACIÓN BIBLIOTECARIA EN UN SENTIDO AMPLIO.

Los ebooks pueden ser para los bibliotecarios unos elementos de impulso a la innovación, como es el caso de la integración de catálogos impreso y digital, o el llegar a nuevos lectores en las comunidades para las que trabajan, o el crecimiento de la circulación de libros y audiolibros, gracias a la correlación entre los datos de los usuarios y capacidad de respuesta a la demanda.

18. LAS BIBLIOTECAS PUEDEN IR A UN MODELO “DE ABAJO HACIA ARRIBA” PARA SACAR PROVECHO A LOS DATOS GENERADOS POR LOS USUARIOS.

El modelo tradicional de los bibliotecarios en relación con el contenido es el de seguir un acercamiento ‘de arriba abajo’, porque son profesionales especializados en clasificar libros, organizarlos y recomendarlos. Pero ahora surge otra opción, ‘de abajo hacia arriba’: tratando de descifrar y aprovechar las redes de lecturas implícitas en los datos de los usuarios.

19. ES NECESARIO GARANTIZAR EL EQUILIBRIO ENTRE INDUSTRIA Y BIBLIOTECA.

Es imprescindible crear un nuevo esquema de trabajo en el que las bibliotecas y la industria creativa puedan ser socios en régimen de igualdad.

20. LAS BIBLIOTECAS SON MÁS NECESARIAS EN UN CONTEXTO DIGITAL PARA LA FORMACIÓN DE LA CIUDADANÍA.

Todas las bibliotecas deberían un papel clave en la educación formal e informal y apoyar la alfabetización en información, con la potencial labor de ayudar a las personas a acceder y evaluar la información, así como delimitar lo que es información, desinformación y manipulación.

21. AHORA ES IMPRESCINDIBLE EVALUAR EL IMPACTO DE LAS BIBLIOTECAS.

Es necesario saber más sobre cómo la gente usa las bibliotecas y cómo se pueden adaptar diversos servicios bibliotecarios para ampliar su uso. Es crucial evaluar el impacto de los servicios bibliotecarios sobre los ciudadanos que los utilizan para comprender su relevancia, pues esto es un requisito esencial para el desarrollo de las bibliotecas.

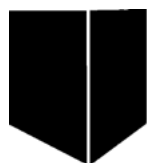
22. LAS BIBLIOTECAS DEBEN APRENDER A COLABORAR CON LOS CIUDADANOS.

Las bibliotecas son servicios públicos dedicados a satisfacer las necesidades de los ciudadanos y deberían entender, en su propio interés, el gran valor que tiene, no solo conocer muy bien a los lectores y usuarios, sino también aprender y colaborar con ellos.

23. UNA HERRAMIENTA CRUCIAL PARA FORTALECER, TANTO A LAS BIBLIOTECAS COMO A LA INDUSTRIA, ES EL *DESIGN THINKING*.

Una pieza crucial para fortalecer a los servicios públicos de lectura y a las empresas del sector del libro es la utilización sistemática de herramientas como el *Design Thinking for Libraries* o del diseño UX, para potenciar la calidad de las experiencias de los usuarios/lectores en un contexto digital.

Fundación Germán
Sánchez Ruipérez



International
Publishing
Distribution
Association



LEER=
+♥♥♥♥