

Els canvis en l'entorn lector: moltes preguntes i massa poques respostes

La incursió de la xarxa, la premsa digital, les xarxes socials, les aplicacions, els productes transmèdia, els videojocs, els llibres electrònics i tantes altres innovacions encara per descobrir han modificat la nostra manera de llegir, d'informar-nos, i han alterat ostensiblement la majoria dels antics hàbits lectors.

Text > JORDI DORCA COSTA

Han canviat molts aspectes de l'entorn lector, però el procés de la lectura es manté vigent: un procés lent, silenciós i individual. Les nombroses distraccions que tenim al nostre entorn fan que asseure'ns a llegir un text llarg i d'una certa complexitat sigui un acte de militància. Per molt que hagin aparegut formats més moderns, la nostra velocitat lectora és la mateixa. Com diu l'escriptor Juan Sasturain, «la lectura requereix un temps que segons l'economia vital d'avui és una inutilitat». En el seu llibre *La utilitat de l'inútil*, Nuccio Urdine aprofundia en aquest aspecte. Una paradoxa total.

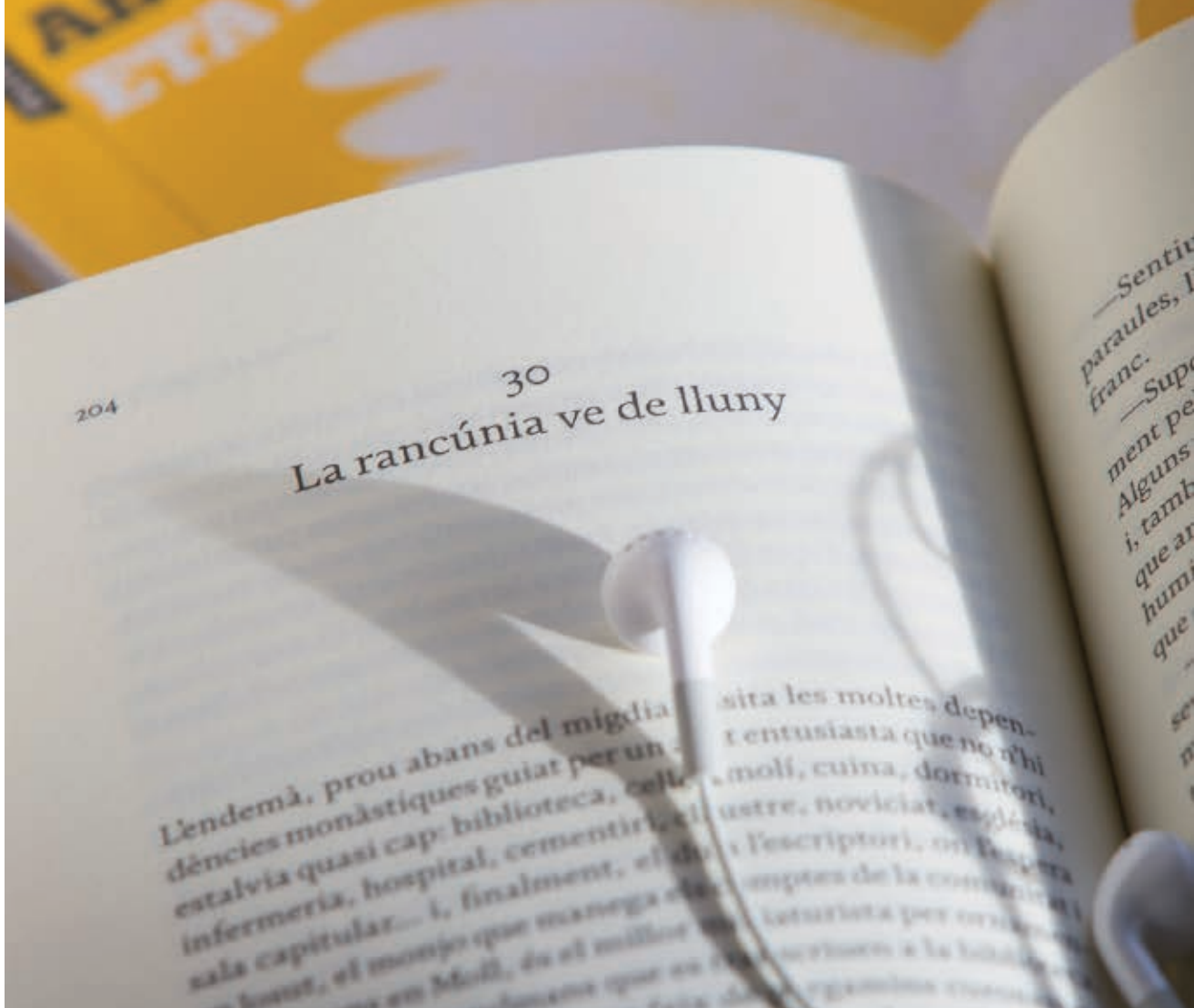
Canvis en les formes lectores

Dediquem una gran part del dia a mirar pantalles en què apareixen paraules que visualitzem, reproduïm i compartim de manera immediata. Però aquesta visualització en un desplaçament continu de la mirada i el dit, és realment lectura? A l'assaig *La lectura: entre el paper i les pantalles*, la investigadora Gemma Lluch es planteja si caldria tornar a definir el concepte de lectura. Potser la lectura ha canviat de manera tan substancial que les definicions anteriors han quedat obsoletes.

Acostumem a relacionar la lectura amb l'acte de llegir textos literaris canònics. Habitualment, la prescrip-

>> *Les obres de ficció es continuen llegint majoritàriament en paper.* (Foto: JOAN CASTRO)





>> Els audiollibres tenen un 3 % del públic lector. (Foto: JORDI RIBOT)

ció d'aquest cànon provenia de la crítica, l'acadèmia i la publicitat editorial. Avui, a totes aquestes fonts, hi hem de sumar els múltiples prescriptors que han aparegut a través de la xarxa i els algorismes dels diferents webs de compra i recomanació de llibres. Les xarxes socials també han ofert als lectors una plataforma nova a través de la qual es poden convertir en crítics i configurar una comunitat. Aquest és un altre dels canvis que ha sofert el món editorial en els darrers anys. La lectura no és aliena a la vida virtual.

Nous formats i ginys de lectura

Alguns sectors de la ciutadania donen al llibre un gran valor sentimental. Per a d'altres, és un objecte poc útil, massa voluminós i difícil de consultar. El llibre i el diari en paper a poc a poc han anat quedant arraconats pels formats digitals, uns formats que ens permeten engrandir la lletra, destacar els paràgrafs, buscar significats de manera automàtica i consultar en el mateix llibre electrònic molts altres elements complementaris. Sembla fins i tot estrany que amb aquesta nova oferta

informativa a través de les xarxes i els nous suports digitals encara hi hagi gent que opti pel paper. Segurament és una qüestió d'hàbits, de certa nostàlgia i de no pertinença al grup d'aquells a qui la sociologia ha definit com a «nadius digitals».

Han canviat molts aspectes de l'entorn lector, però el procés de lectura es manté vigent: un procés lent, silenciós i individual

Més enllà del llibre digital, però, hi ha molts espais a Internet en què podem llegir i informar-nos. Si comparem aquesta lectura en línia amb la del

llibre convencional de paper, hi apreciarem moltes diferències. Els límits a Internet no són definits; en canvi, en el format en paper els marquen la pàgina, el capítol i el llibre que llegim de manera seqüencial. Quan som a Internet, som nosaltres qui hi posem l'ordre, entre les moltíssimes capes i enllaços. La feina del lector va més enllà de comprendre el que llegeix; també li cal avaluar la fiabilitat de la font. Aquests canvis lectors ens porten a pensar que potser també cal un canvi educatiu. Molts adolescents llegeixen habitualment a través de la xarxa, i des de les escoles es treballen aspectes com la veracitat de les fonts, la traçabilitat dels itineraris i també la capacitat d'organitzar-se dins aquest mar d'informació que ha acabat sent Internet.

La incursió de l'audiovisual

Les editorials utilitzen habitualment el món audiovisual per promocionar les seves publicacions. Un exemple d'això és l'adaptació del format del tràiler cinematogràfic com a element de promoció de novel·les: el bibliotràiler o tràiler de llibre.

Dediquem una gran part del dia a mirar pantalles en què apareixen paraules que visualitzem, reproduïm i compartim de manera immediata. Però aquesta visualització en un desplaçament continu de la mirada i el dit, és realment lectura?

De molts llibres, ja se'n fa un doblement de format: d'una banda, hi ha el text en si mateix, i de l'altra, les seves múltiples adaptacions, siguin en format audiovisual, de novel·la gràfica, d'àlbum il·lustrat o fins i tot d'altres recreacions dels lectors mateixos. Moltes històries són més conegudes per les adaptacions fílmiques o televisives que pel llibre en si. D'acord amb això, algunes editorials empenyen determinats autors a escriure pensant amb aquest enfocament transmèdia per crear productes per a un tipus de públic que ha crescut en el món digital i de l'audiovisual.

Al llarg del segle XIX, les formes de lectura es van veure alterades per l'aparició de la novel·la de fulletó. Aquest tipus de novel·la buscava satisfer els gustos del nou públic que havia après a llegir i d'una nova classe social emergent. L'interès de la gent per com-

prar aquells diaris i seguir amb atenció totes aquelles històries és un cas molt semblant al que passa avui amb aquests llibres pensats perquè tinguin altres formes de vida en altres mitjans, com l'audiovisual o el dels jocs. També hem de considerar que les històries que abans es consumien llegint novel·les ara es poden veure a través de les plataformes de televisió a la carta. No hi ha gaire diferència conceptual entre les sèries televisives episòdiques i aquelles novel·les de fulletó escrites per grans autors com ara Balzac, Víctor Hugo, Salgari o el mateix Dickens. L'editora Sílvia Querini, en una entrevista al programa de llibres *Ciutat Maragda*, de Catalunya Ràdio, ja va advertir-nos que les grans competidores dels grups editorials avui ja no són les altres empreses bibliòfiles, sinó les plataformes audiovisuals. En vista d'aquesta tendència, algunes edito-

rials han optat per unir-se i col·laborar entre si, en lloc de competir directament.

La lectura com a símbol de distinció social

Dels estudis sobre els hàbits de lectura i de compra de llibres publicats recentment podem extreure un seguit de dades interessants. Aquests estudis ens diuen que el 41 % de les persones llegeix de manera freqüent. N'hi ha un 38 %, però, que no llegeix mai. El lector en format digital representa un 23 % i acostuma a tenir un perfil més jove que no pas el del lector de llibres en paper. Els audiollibres els utilitza només un 3 % del públic lector. Els lectors en paper tenen una mitjana de 230 llibres a casa i els digitals, uns 269.

La lectura és un símbol de distinció social i possiblement això afecta el grau de sinceritat en les respostes d'aquestes enquestes. També són senyal de distinció i de cultura les biblioteques familiars, heretades d'avis a pares i de pares a fills. Aquestes biblioteques són la metàfora perfecta per parlar d'aquelles persones que neixen ja amb un equipatge cultural incorporat que prové de les generacions anteriors. La situació d'aquestes persones contrasta amb la de les classes més desfavorides que no disposen d'aquest bagatge previ, un bagatge que

>> La lectura ens entreté, però també ens ajuda a entendre el món. (Foto: JOAN CASTRO)





>> La mainada entra en el món de la lectura a través dels contes. (Foto: JORDI RIBOT)

Alguns sectors de la ciutadania atorguen al llibre un gran valor sentimental. Per a d'altres és un objecte poc útil, massa voluminós i difícil de consultar.

només poden adquirir amb polítiques públiques culturals actives i correctores. Cal promoure l'accés a la cultura entre aquests estrats socials, que avui se'n senten tan allunyats. Els plans de foment de la lectura serveixen per contribuir a un altre factor molt important, el de la cohesió social.

En vista d'aquests canvis, cal fer una anàlisi clara i objectivable de l'estat de la qüestió, sense apriorismes ni nostàlgies, per configurar polítiques públiques de foment de la lectura a llarg termini. Patrici Tixis, president del Gremi d'Editors de Catalunya, in-

sisteix en la necessitat d'un pacte d'estat pel llibre i la lectura en el pròleg de l'opuscle *Manifest per la lectura* d'Irene Vallejo: «Un pacte amb mesures estratègiques que faci créixer l'afició per la lectura, que tingui cura de les biblioteques, que acosti el plaer de llegir a les escoles, que potenciï les llibreries com a grans agents culturals i, sobretot, que ens permeti escurçar aquesta diferència que encara ens separa dels països del nostre entorn en nombre de lectors».

En un moment de canvi com aquest sorgeixen moltes preguntes: ara cal intentar trobar-ne les respostes i, sobretot, corregir les disfuncions. La lectura ens entreté, és cert, però també ens cohesionava i sobretot ens aporta coneixement i eines d'anàlisi per entendre el món que ens envolta més enllà de la frivolitat i la consigna.

En vista d'aquests canvis, cal fer una anàlisi clara i objectivable de l'estat de la qüestió, sense apriorismes ni nostàlgies, per configurar polítiques públiques de foment de la lectura a llarg termini