

La influencia de las nuevas tecnologías en los hábitos de lectura: análisis de las noticias de *El País*, *El Mundo* y *ABC* (2011)

Belén GARCÍA-DELGADO GIMÉNEZ
Universidad Europea de Madrid
Belen.garcia-delgado@uem.es

Recibido: 15/06/2015
Aceptado: 10/09/2015

RESUMEN

En este texto se explica el cambio de hábitos que ha supuesto la lectura en formato digital. Se indican los factores que determinan la selección un formato u otro, al igual que la situación en la que se encuentra la lectura digital en España. Para ello, se analizan las noticias sobre este tema encontradas en los periódicos: *ABC*, *El País* y *El Mundo* durante el año 2011 -período relevante para la lectura digital- y se comparan con los resultados de las encuestas de AIMC, FGEE, etc., con el fin de sacar conclusiones certeras.

Palabras clave: Prensa digital, lectura digital, lectura y comunicación, *El País*, *El Mundo*, *ABC*.

New technologies influence on Reading habits: news analysis of
El País, *El Mundo* and *ABC* (2011)

ABSTRACT

In this text the changes involved in reading in digital format are explained. The factors taken into account when selecting one format or the other, as well as the current situation of digital press in our country are shown. For this reason, the news about this topic included in the newspapers: *ABC*, *El País* and *El Mundo* in 2011 -relevant period for digital reading - is analyzed and compared with the results from the AIMC surveys in order to obtain accurate conclusions.

Keywords: Digital press, digital Reading, reading and communication, *El País*, *El Mundo*, *ABC*.

Referencia normalizada

García-Delgado Jiménez B. (2015). "La influencia de las nuevas tecnologías en los hábitos de lectura: análisis de las noticias de *El País*, *El Mundo* y *ABC* (2011)". *Documentación de las Ciencias de la Información*, Vol. 38: páginas 9-37

1. INTRODUCCIÓN

El principal motivo por el que se realiza este trabajo es el interés que despierta a nivel cultural la lectura. Esta ha sido y sigue siendo el paradigma de la cultura en la sociedad. A pesar de los múltiples soportes en los que se puede presentar en la actualidad -papel, digital, CD-ROM, etc.- en todos se debe llevar a cabo un proceso de descodificación de la información. Bien es cierto que hay otras formas de adquirir conocimientos, como por ejemplo mediante un proceso pasivo de desciframiento de la información -a través de la escucha, el visionado, etc.- pero, en todo caso se precisa de la realización de una lectura previa por parte del interlocutor. Por ejemplo, el profesor debe investigar, y por tanto leer, antes de dar una clase magistral; para la producción de una película novedosa el guionista tendrá que leer guiones de películas previas a la que desea realizar, de la misma manera el productor deberá leer el guión, etc. Se trata de tan solo algunos de los ejemplos de documentos culturales que tienen la lectura como eje de desarrollo.

La lectura de prensa telemática merece especial atención ya que presenta notables diferencias con respecto a la lectura de otro tipo de documentos como novelas, artículos de investigación, etc. De hecho son muchos los autores como por ejemplo García (2000), que hablan de escanear la prensa, más que de leerla, ya que cuando se trata de descifrar un periódico en línea se lee con mucha menos profundidad, sin leer cada una de las palabras, asemejándose a un proceso de búsqueda de información específica (Ribas Fialho, 2006). Así lo constata Nielsen (2008) al afirmar que la lectura en pantalla se realiza de forma notablemente más lenta que en papel, aproximadamente de un 25 % menos. De forma que a pesar de que el proceso no sea rápido, al leer con menos profundidad, el tiempo medio que los lectores dedican a la lectura en papel es de veinte minutos, mientras que para la lectura en pantalla se reduce a siete.

En cualquier caso, el diseño de la web es muy importante, ya que tradicionalmente la tipografía de un periódico ha sido la seña de identidad del mismo. Se debe tener en cuenta además que los internautas buscan cada vez más la interacción participando en chats, foros, votando en encuestas, demandando una difusión selectiva de la información, comprando en tiendas virtuales, etcétera. Por lo que el editor debe ofrecer cada vez información más especializada y personalizada. En opinión de Chamizo debido a “esta diferencia de profundidad en el acto lector de un soporte u otro, se debería compaginar la lectura de diarios digitales con la de la prensa escrita, usando la primera para ampliar la información, e incluso contrastarla” (2002: 403).

La edición de prensa, por tanto, ha cambiado mucho en los últimos años. De hecho, entre el 6 y el 8 de octubre de 2010 tuvo lugar en Hamburgo el *Forum Mundial de*

*editores*¹ en el que se llegó a la conclusión de que las redacciones de los periódicos debían trabajar simultáneamente con diversas plataformas: edición impresa, internet, tabletas electrónicas y teléfonos móviles. Por otra parte, los periodistas deberán adaptar su estilo de información a cuatro formatos: alertas, artículos escritos, *podcasts*, vídeos y comentarios para las redes sociales. Se prevé² que el 55% de los lectores accederá a contenidos a través de internet, de las tabletas y de los móviles en los próximos años.

Por este motivo resulta interesante averiguar la evolución que ha sufrido la lectura con respecto a años anteriores, realizando para ello un seguimiento de los discursos públicos ya que -como se detallará a lo largo del estudio- el proceso de análisis es más sistemático que en el caso de los discursos privados. Sin duda, en los discursos públicos resulta más fácil determinar una serie de indicadores a seguir, para así estudiar los mismos factores de forma coherente y equitativa en los distintos tipos de medios, tal y como explicaremos a continuación.

Por otro lado, la prensa es uno de los medios en los que se reflejan los gustos y preferencias de la sociedad española, por lo que resulta ser una potente herramienta para el estudio sociológico de un tema como este.

De esta forma se han seleccionado tres periódicos de ámbito nacional: *El País*, *El Mundo* y *ABC*, escogiendo las primeras ediciones publicadas en Madrid en español de estos tres periódicos. El principal motivo por el que se han seleccionado estos medios es la trayectoria histórica que tienen. Si bien el *ABC* es el más antiguo – publicándose en 1903 por primera vez (Olmos, 2002) - , le sigue *El País* – en 1976³ - y en último lugar *El Mundo* – en 1989 (García-Alonso, 2002) - . Es más, el hecho de que se publicaran por primera vez en formato impreso para luego disponer de ambos soportes: impreso y digital, nos permite averiguar cuál es el formato preferido para la lectura en formato digital, siendo este el objeto de estudio del presente trabajo.

Si además tenemos en cuenta el número de lectores diarios de cada una de estas publicaciones – durante el año 2011 *El País* tuvo un total de 1.915, *El Mundo* 1.234 y *ABC* 660 (AIMC, 2011) - , deducimos la relevancia que tienen estos periódicos en el ámbito español y la repercusión que tienen en el mismo. Se trata pues de periódicos generalistas que encabezan el ranking de medios impresos, únicamente superados por los periódicos deportivos y, en el caso del *ABC*, por *La Vanguardia* y *El Periódico*. En cualquier caso, se ha seleccionado el *ABC*, aparte de por su larga trayectoria histórica, por su contenido eminentemente cultural, más proclive pues a incluir noticias sobre lectura.

¹ Para más información consultar: <http://www.wan-press.org/wef/articles.php?id=2>

² Según el *Newsroom Barometer 2010*.

³ <http://elpais.com/diario/>

El rango de fechas tenido en cuenta para la selección de noticias ha sido desde el uno de enero de 2011 hasta el treinta y uno de diciembre de 2011, ya que se ha comprobado que es a partir de ese año cuando la lectura digital, y en especial la prensa, empieza a abrirse camino de forma notoria. Así lo afirma la Federación de Gremios de Editores en España, en el *Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros* de ese año, al indicar que la prensa es el género que más se lee en formato digital – un 34,9% frente a un 7,4% las revistas y un 6,8% los libros -. Es más, subió 4,2% con respecto al año anterior, mucho más de lo que ascendieron los libros y revistas en los nuevos formatos.

Si observamos los datos de los distintos *Barómetro[s] de hábitos de lectura y compra de libros*, comprobamos que es en el de 2010 cuando se dedica atención a la lectura digital por primera vez⁴, siendo los diarios digitales las publicaciones electrónicas que más se leen – con un porcentaje del 30,7%, siendo superado solamente por la consulta de webs, blog, foros, etcétera con un 37,6%- (FGEE, 2010). Cifra que es asciende de forma significativa el año siguiente, motivo por el cual se toma como objeto de estudio para este trabajo. A esto debemos añadir el hecho de que el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio elaboró el Plan de Impulso de la Industria de los Contenidos Digitales (PIICOD) en el marco de la Estrategia 2011-2015 del Plan Avanza 2, por lo que es un año crucial en el desarrollo de este nuevo formato.

Es más, según el *Informe anual de los Contenidos Digitales en España. Industria y hábitos de consumo* en el año 2011 el 55,7% de la población española lee noticias, periódicos y revistas a través de Internet, incrementándose un 6% con respecto al año anterior. Si tomamos como referencia el sector internauta de la población observamos que el porcentaje de lectores de prensa digital asciende a 74,2% en el año 2011 (ONTSI, 2012).

De forma que la industria digital está aumentando cada vez más, ya que según este mismo informe en el año 2010 se llegó a facturar un total de 9.125 millones de euros, lo que supone un 14,1% más que en 2009 y un 51,2% más que en 2008. Se afirma además que el 91,5% de la población española usó durante el 2011 algún tipo de contenido digital, sea online o con un dispositivo no conectado a Internet. Por otro lado, la publicidad on-line está alcanzando su representación llegando al 2,5% de los ingresos en 2008, siendo aún inferior al 5% en 2012.

Las empresas de *clipping* han sido instadas a cesar su actividad o a adquirir los derechos de reproducción, lo cual supondría ciertos ingresos a los diarios. Además a *Google News* se le reclama los ingresos obtenidos por la publicidad, por lo que se están reflexionando acerca de la creación de asociaciones sin ánimo de lucro para poder disfrutar así de las ventajas fiscales que les permita subsistir en el sector.

⁴ Con un epígrafe específico para ello.

Pero al hablar de prensa no debemos olvidar las revistas, ya que en este caso se sigue prefiriendo el formato tradicional. Según el *Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros de 2011* solo un 7,4 % de la población lee revistas en nuevos formatos, frente a un 46,3% que las lee en formato tradicional. Por lo que es la prensa digital la que destaca en este sentido.

2. METODOLOGÍA

El primer proceso llevado a cabo ha sido una recuperación de noticias sobre lectura en los medios y período cronológico objeto de estudio. A través de los textos encontrados se pretende analizar la influencia de las nuevas tecnologías en la lectura de prensa.

Para la recogida de noticias se ha utilizado *Factiva*, una base de datos de prensa que contiene noticias de agencias y periódicos de ámbito nacional, internacional y local. Este recurso exige suscripción y da acceso al contenido de noticias de un amplio rango de fechas, aunque la antigüedad de las mismas es variable según el periódico del que se trate. En todos los casos las publicaciones incluidas cuentan con al menos diez años de antigüedad.

Para el proceso de búsqueda se ha introducido la cadena ‘hábito lector’ recuperando treinta resultados, de los cuales tan solo diez eran relevantes. El contenido de las noticias versa sobre los gustos lectores de la población española: libros por los que tienen preferencia, edad en la que esta afición se convierte en hábito, etc. La siguiente cadena utilizada ha sido ‘lectura and ocio’ y ‘leer and ocio’. Por otro lado con la cadena ‘leer and encuesta’ se han encontrado muchos resultados.

Primero se utilizó la cadena de búsqueda ‘leer and digital’, encontrando un total de 54 resultados, de los que se expurgaron 10. En su mayoría el contenido de las noticias versaba sobre la publicación de determinadas obras en el nuevo formato, los hábitos de lectura en cuanto a los nuevos formatos se refiere: géneros literarios más leídos, sexo de los lectores, porcentaje de la población que más los usa, etc. Además se promociona el lanzamiento de determinados dispositivos al mercado, describiendo las aplicaciones y los usos que estos tienen.

De contenido similar son las noticias recuperadas a partir de los términos: ‘lectura and digital’ y ‘lectores and digital’, aunque muchas de ellas se repetían con respecto a las búsquedas anteriores. También encontramos resultados duplicados con las búsquedas realizadas con los términos: ‘lectura and papel’, ‘leer and papel’, ‘lectores and papel’ y ‘libro and digital’. El motivo por el que se hicieron fue intentar recopilar el máximo número posible de noticias que versaran sobre el efecto de las nuevas tecnologías en la lectura.

Eso sí, se excluyeron las noticias de los suplementos de los periódicos como por ejemplo las de *Blanco y Negro*, *Salud* etc., al igual que las cartas al director, pero no los editoriales ni los artículos de opinión, pues estos resultan fundamentales para

nuestro estudio. De modo que quedaron un total de 104 noticias de contenido relevante: 46 en *El Mundo*, 37 en *El País* y 21 en *ABC*.

Por último, el tratamiento que se ha llevado a cabo con cada una de las noticias ha sido una somera descripción bibliográfica con el gestor de datos *RefWorks*. De esta manera el análisis ha sido mucho más sencillo y sistemático, pudiendo realizar búsquedas por los distintos campos y carpetas disponibles.

El contenido de todas estas noticias se analizaron con el programa informático de análisis del índice de frecuencias *Wordsmith*. Para ello, en primer lugar se eliminaron las palabras vacías, obteniendo el mayor índice de frecuencia en los siguientes términos: lectura, libro, cultura, lectores, cultura, biblioteca, televisión, educación, hábitos, comunicación, universidad, universitarios e Internet. De ellas seleccionamos: lectura, libro, lectores, cultura, televisión, hábitos, comunicación e Internet; que consideramos relevantes para el estudio. Esto es debido a que los medios de comunicación – televisión, internet, comunicación- y la cultura son algunos de los factores que determinan el hábito lector de la sociedad. Además, si hablamos de lectura debemos centrarnos en los distintos soportes que se presentan: libros, audiolibros, *e-readers*...de ahí que hayamos seleccionado también estos términos. Además, a partir del año 2011 comprobamos que, debido a la mayor incidencia de las nuevas tecnologías, merece la pena analizar el índice de frecuencia de términos como: ‘book’, ‘reader’ y ‘red’ – sinónimo de internet, la famosa red de redes -.

Por otro lado, hemos analizado la carga semántica de las palabras con el programa informático *Tropes*. Este programa proporciona unos gráficos de gran interés ya que se estudian las palabras por categoría sintáctica -verbos, adverbios, adjetivos, etc.- de forma que si, por ejemplo en el *corpus* de noticias se nombran en diversas ocasiones a diferentes autores literarios, en lugar de analizar cada palabra como ente aislado - Follet, Zafón, etc.-, se analizan todas ellas en conjunto como nombres propios.

Resultados obtenidos en cada uno de los periódicos

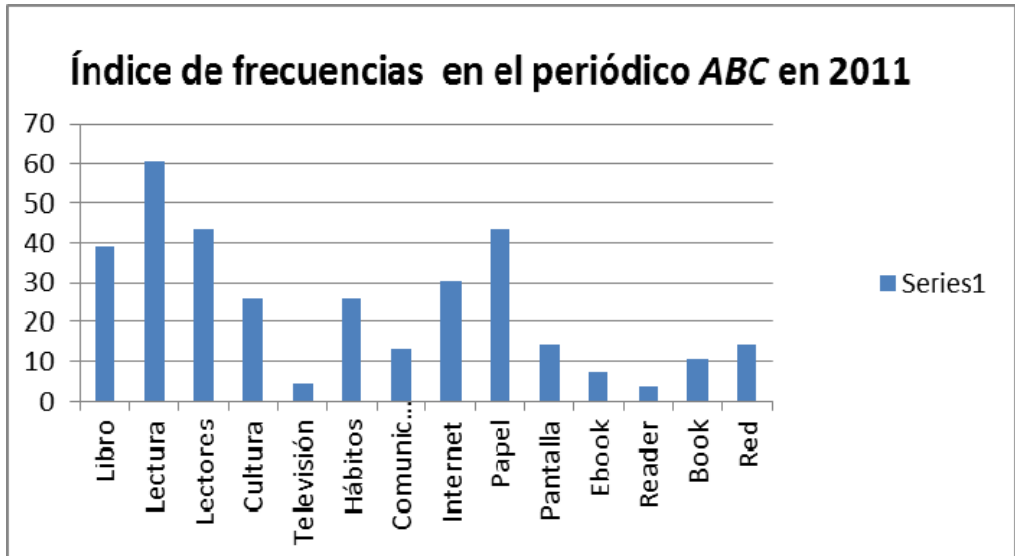
2.1 Resultados obtenidos en el periódico ABC en el año 2011

Tabla 1. Índice de frecuencia de los términos encontradas en las noticias del periódico ABC en 2011

Índice de frecuencias en el periódico ABC en 2011	
Libro	39,13
Lectura	60,86
Lectores	43,47
Cultura	26,08
Televisión	4,34
Hábitos	26,08
Comunicación	13,04
Internet	30,43
Papel	43,47
Pantalla	14,28
Ebook	7,14
Reader	3,57
Book	10,71
Red	14,28

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1. Índice de frecuencia de los términos encontrados en las noticias del periódico ABC en 2011



Fuente: Elaboración propia

De este año encontramos 21 noticias, un total mucho menor que el del resto de periódicos durante este mismo año. Resulta sorprendente, pues se trata de un periódico eminentemente cultural, por lo que suele contener gran número de noticias sobre lectura, algo que sí tiene lugar en períodos anteriores. Ya no solo de lectura como tal, sino de lectura digital, ya que como dice esta noticia: *Más de la mitad de los españoles son ya lectores en soporte digital* del 21/12/2011.

En cuanto a la práctica lectora en el tiempo libre o de ocio, es curioso observar cómo si bien antes una de las actividades anteriormente mayoritaria entre los jóvenes era ver la televisión, en la actualidad: *Las tabletas desplazan el interés por la televisión* del 18/04/2011. Por lo que ha aumentado el hábito lector en formato digital en los momentos de ocio de los jóvenes. Este dato se confirma al comprobar los índices de frecuencia de los términos de este período en este periódico, ya que si observamos la tabla 1, podemos ver que el término ‘televisión’ -4,34- se encuentra muy por debajo de ‘internet’ -30,34 -. Por ende, si observamos los resultados obtenidos en la Encuesta AIMC realizada en el año 2011 a una totalidad de 36.276 españoles mayores de 14 años, vemos que un 83% accede a internet varias veces al día. En la misma encuesta, ante la pregunta de si ha disminuido el tiempo que se dedica a otras actividades por utilizar internet, un 60,2% afirma que ver la televisión es una de ellas (AIMC, 2011a). Sin embargo, leer ha disminuido considerablemente menos -29,3%- (AIMC, 2011a), cifra que probablemente sea menor ya que cuando usamos internet estamos descodificando

información y por tanto leyendo, aunque no seamos realmente conscientes de ello. Esto es una novedad que, si bien se vislumbraba en períodos anteriores, en este ya se desarrolla ampliamente; lo cual nos lleva a pensar que un medio de comunicación como es la televisión, anteriormente mayoritario, está siendo desplazado por internet. Si tenemos en cuenta que este medio conjuga a muchos otros: radio, televisión, prensa, además de muchas otras funciones, entendemos la razón principal por la que ha llegado a alcanzar el primer puesto entre todos los medios de comunicación. Por este motivo, encontramos un índice de frecuencia de 13,4 en el término ‘comunicación’ frente a un 30,43% en ‘internet’ y un 14,28% en ‘red’.

A estos aspectos hay que añadir la cantidad de dispositivos que actualmente permiten acceder a internet: móviles -distintos modelos como pueden ser: *iPhone*, *smartphone*, etc.- *iPad*, tabletas, portátiles, etc. Podríamos decir que en todos ellos se lee a través de una ‘pantalla’, término con un índice de frecuencia de 14,28%. Al tener mayor variedad de dispositivos para acceder a internet, se incrementan el número de posibilidades de acceso a este medio de comunicación. De hecho esto se confirma con los resultados obtenidos en la Encuesta AIMC en la que se afirma que un 58,1% de los encuestados consultó internet varias veces al día a través del teléfono móvil en 2011. Es más, un 40% lo hizo a través de un *Smartphone* (AIMC, 2011a). Y es que, una de las cualidades que más se valora hoy día es la versatilidad de los dispositivos, motivo por el cual cada vez hay un mayor número de usuarios que accede a internet a través de su teléfono móvil -un 64% en 2011 según AIMC, frente a un 49,7% en 2010 según la misma encuesta-. Además, cada vez hay mayor oferta de compañías que ofrecen tarifas de internet muy asequibles, por lo que atrás quedó el monopolio de una sola compañía con precios altísimos de conexión. Si a esto añadimos que se trata de un aparato que se suele llevar siempre consigo, deducimos que se aproveche para usarlo en los tiempos muertos como pueden ser: la espera del médico, el tiempo de trayecto en el transporte público, etc. Es en las grandes ciudades donde los ciudadanos hacen un mayor uso del transporte público, por lo que los tiempos de espera son, en general, más prolongados que en el resto de ciudades. Esto se debe a la aglomeración de gente que se concentra en las grandes urbes, lo cual puede ser el momento propicio para hacer uso del dispositivo móvil en cualquiera de sus funciones. De esta forma, si observamos los motivos por los que la lectura de prensa digital ha aumentado durante el año 2011 en Madrid⁵, vemos que el aumento de la cobertura del móvil -en concreto a un total de 114 estaciones - en la red de metro tuvo lugar en el mes de febrero del año 2010 (Europa Press, 2010). Cifra que fue aumentando paulatinamente, hasta llegar a crearse otras siete estaciones más durante 2011 y,

⁵ Se toma como referencia la capital de España, ya que es la región que más lee según el *Barómetro de hábitos de lectura* del año 2011 (FGEE, 2011), por lo que resulta ser un excelente ejemplo en este sentido.

llegando a un total de 124 en 2012 (Oliver, 2010). El resto de grandes ciudades como Bilbao y Barcelona, ya disponían de cobertura total internet en el metro desde finales del año 2009, por lo que parece que empieza a tener su repercusión en el aumento de los índices de lectura ya en el año 2010, para tener mayor crecimiento en el 2011. Sevilla aún no dispone de cobertura de internet en el suburbano (Blázquez, 2014).

Eso sí, las consultas que se hacen a internet a través de estos dispositivos son breves, ya que un 29,1% afirma que accede al citado medio menos de 15 minutos al día (AIMC, 2011a), lo cual confirma que las actividades que se realizan generalmente no requieren de una lectura profunda. Aunque sí se leen noticias en el periódico según el 88,8% de encuestados, siguiendo posiblemente una lectura diagonal o de *scanning*⁶, frente a un 17,4% que descarga libros electrónicos (AIMC, 2011a). Lo cierto es que diariamente se realizan entre 1,5 y 3 millones de consultas en *Google* para la búsqueda de *ebooks* piratas (Cordon, 2011b), síntoma de que la lectura digital se va extendiendo poco a poco, llegando a todos los usos tanto laborales como informativos o de entretenimiento. Además ha aumentado la demanda de este tipo de obras en un 20% desde que el *iPad* salió al mercado. Esto probablemente se deba a los múltiples *gadgets* que éste tiene: posibilidad de escuchar música, diccionarios, juegos, etc. Además permite rotar automáticamente el sentido de la página con un simple giro del dispositivo. El *iPad* ha tenido un éxito tal, por encima del resto de *tablets*, que ha arrastrado tras de sí a un sector del mercado que ofrece productos competitivos. De hecho, como se afirma en una encuesta desarrollada por *Change Wave* (Carton, 2010), los propietarios de lectores de e-books preferirían comprar para leer en primer lugar un *iPad* (42%); un *Kindle* (33%); un *Nook* (4%) y por último *Sony* (1%).

Hay 14 noticias sobre lectura digital de las cuales 5 se refieren a prensa digital: *Arranca la era del «Kiosko» digital* del 15/07/2011, *Nace Kiosko y Más, la oferta más completa de prensa de calidad* del 14/07/2011; *ABC en el iPad, móviles y ordenador* del 13/03/2011; *Ongo, el Google News de pago* del 26/01/2011 y *Los periódicos resisten la crisis* del 30/11/2011; ya que la prensa es uno de los géneros que más se lee en formato digital (AIMC, 2011a). También lo afirma el *Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros* del año 2011 al decir que un 77,6% de los españoles leyeron prensa, frente a un 61,4% de libros y un 46,3% de revistas. Debido al auge en el número de lectores de prensa digital, estos formatos han proliferado cada vez más con el fin de satisfacer las necesidades de información de los usuarios. Motivo por el cual el término ‘periódico’ aparece por partida doble en el gráfico 2, antes y después de la palabra ‘lectura’.

⁶ Nombre que recibe esta nueva forma de descifrar la información mediante la cual el lector obtiene información sin necesidad de leer cada palabra. Se asemeja a la lectura que hace un escáner al descifrar rápidamente la información incluida en el texto. Este proceso se lleva a cabo sobre todo para buscar una palabra de un diccionario, o cualquier dato específico. Es decir todo aquello que no requiere una lectura detenida y exhaustiva.

En los citados textos se pretende hacer una comparación entre los distintos soportes en los que se puede presentar este género, explicando las ventajas entre uno y otro. De ahí que también se use el término 'evaluación' para exponer esta cuestión.

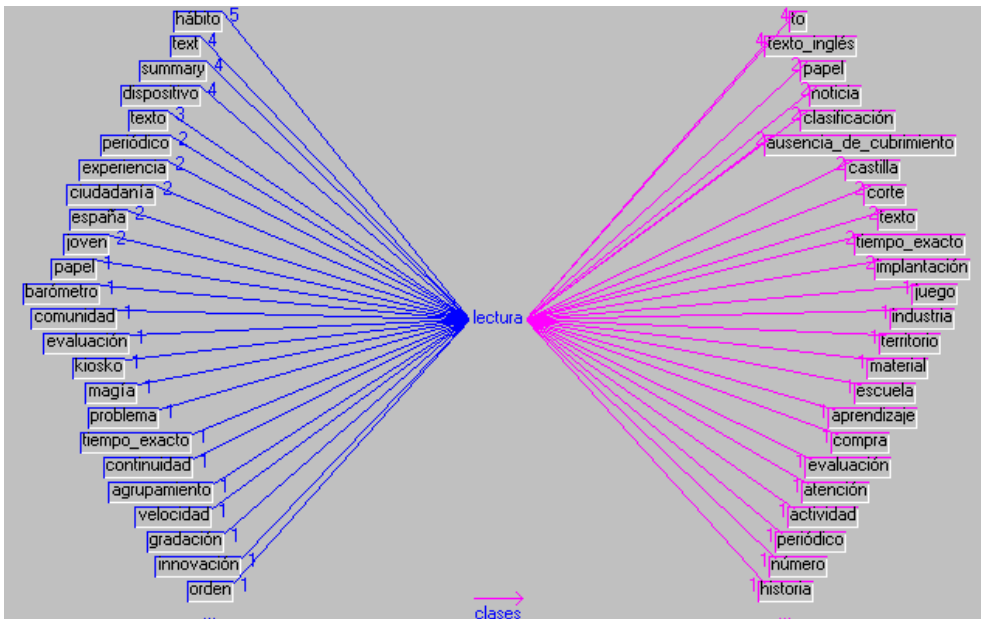
Siguiendo con este novedoso formato, también encontramos un total de 7 noticias dedicadas a libros digitales: *La creadora de Harry Potter se pasa a internet* del 24/06/2011, *El e-book y el Daily* del 6/02/2011, *Un estudio desmonta los prejuicios de los mayores a los ebook* del 28/02/2011, *Libro electrónico, explosión retardada* del 3/02/2011, *Leer todos, leer más y leer mejor* del 24/04/2011; *El libro electrónico salvó al autor sin papel* del 9/12/2011 y *La industria editorial española ya se divide ante el reto del libro electrónico* del 7/12/2011. Concepto reflejado en el índice de frecuencia de términos como: 'ebook' con un 7,14, 'book' 10,71 y, como contraste a la lectura en los nuevos soportes 'papel' con un índice de frecuencia de 43,47, datos incluidos en la tabla 1. Es más, se vuelve a establecer la comparación entre los distintos formatos refiriéndose al más antiguo como 'problema', tal y como se puede observar en el gráfico 2. Por otro lado, con el fin de fomentar la lectura en este tipo de soportes, se llevan a cabo actividades por parte de los gobiernos de distintas comunidades españolas, como puede ser Castilla la Mancha, tal y como se indica en el gráfico mediante el término 'castilla'.

Cabe destacar el hecho de que encontramos una noticia sobre la lectura en formato digital de los usuarios de edad avanzada: *Un estudio desmonta los prejuicios de los mayores a los ebook* del 28/02/2011, a pesar de que aparentemente no sea el sector de la población que mejor maneje las nuevas tecnologías, en la actualidad resulta ser el objetivo de muchas instituciones como la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. De forma que son muchas las actividades que estas realizan para fomentar la lectura con este sector de la población, algo que aparece representado con el término 'innovación' en el gráfico 2. Véase por ejemplo el estudio realizado por esta última institución llamado "Ebook y Biblioteca" que revela que con un poco de ayuda y formación, este sector de la población -mayores de 55 años que viven en zonas rurales- maneja sin problemas estos nuevos dispositivos, incluso llegando a resultarles placentera la lectura (Blázquez, 2011). Eso sí, en el estudio se indican las preferencias de este sector poblacional, de entre las que cabe destacar el hecho de que por encima de las características del soporte -como puede ser la versatilidad del dispositivo, lo cual es muy valorado-, se destacan las facilidades de lectura que proporciona (FGSR, 2011). Es decir, este sector de la población da más importancia a aspectos como el marcado de página, adaptación de la tipografía del texto⁷, velocidad al pasar de página, etc., frente a características que valora por el resto de la población: conectividad, memoria, etc.

⁷ Debemos tener en cuenta que estos nuevos formatos facilitan enormemente la descodificación de la información en personas con dificultades visuales, al poder aumentar el tamaño de letra o escuchar los textos (en formato audio) siempre que se precise.

Siguiendo con este concepto de descodificación de información, encontramos una noticia que está dedicada a las distintas posibilidades de comprensión de textos en los diferentes formatos: *Suspense a los alumnos españoles en la comprensión de textos en internet* del 29/06/2011. Algo que aparece representado en el gráfico 2 en el lado izquierdo mediante la palabra ‘evaluación’, haciendo alusión a los estudios de lectura como por ejemplo el de PISA. Lo cierto es que la lectura requiere de competencias distintas según el formato en que esta se presente, tal y como afirma *El marco de la lectura de PISA 2009*: “si bien muchas de las habilidades que se requieren tanto para la lectura digital como para la impresa son similares, las demandas de la lectura digital exigen que el lector añada a su repertorio nuevas estrategias”, una de las destrezas que requiere es pensamiento crítico para saber discernir entre lo que es fiable y lo que no, algo que resulta a menudo complicado ante la ingente cantidad de información que tiene este medio.

Gráfico 2. El término ‘lectura’ en ABC en 2011



Fuente: Elaboración propia

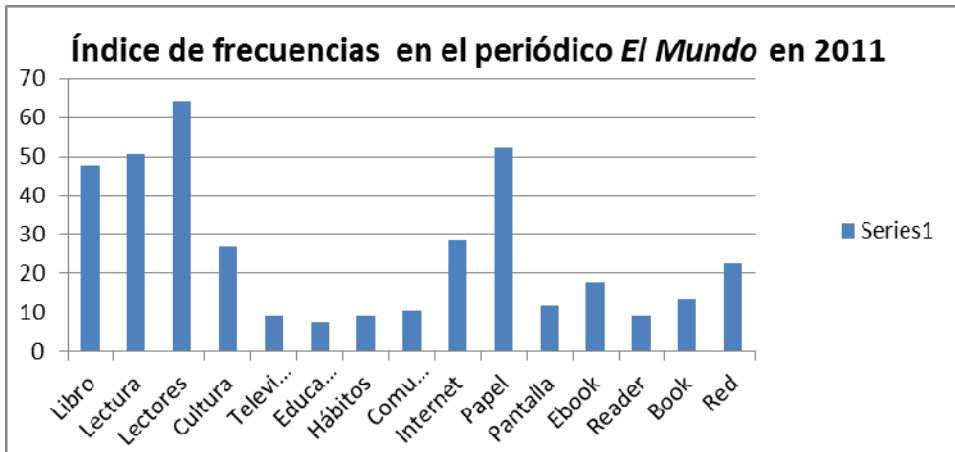
2.2. Resultados obtenidos en el periódico *El Mundo* en el año 2011

Tabla 2. Índice de frecuencia de los términos encontradas en las noticias del periódico *El Mundo* en 2011

Índice de frecuencias en el periódico <i>El Mundo</i> en 2011	
Libro	47,76119232
Lectura	50,74626923
Lectores	64,17910767
Cultura	26,86567116
Televisión	8,955224037
Educación	7,462686539
Hábitos	8,955224037
Comunicación	10,44776154
Internet	28,35820961
Papel	52,23880768
Pantalla	11,94029808
Ebook	17,91044807
Reader	8,955224037
Book	13,43283558
Red	22,38805962

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3. Índice de frecuencia de los términos encontrados en las noticias del periódico *El Mundo* en 2011



Fuente: Elaboración propia

En este periódico encontramos un total de 47 noticias sobre lectura, de las cuales 36 versan sobre lectura digital.

Hay diversos conceptos que se abarcan en este sentido: sobre prensa digital encontramos 9 noticias: *El consumo digital de televisión y prensa supera ya al tradicional en EEUU* del 09/03/2011, algo que sin embargo en España aún está en ciernes, ya que durante el año 2011 la industria de contenidos digitales redujo su facturación un 4,2% (ONTSI, 2012). De hecho: *Un 42,2% de los internautas dice que no ha renunciado al diario tradicional* del 10/10/2011. Eso sí, la prensa se está desarrollando en este sentido -un 31,9% de los españoles lee diarios digitales desde hace 16 años (AIMC, 2011)-, por lo que son muchas las formas que se están proponiendo para motivar su lectura: por ejemplo, ofrecer acceso a mayor número de publicaciones con la suscripción a uno de los periódicos: *EL MUNDO* y 'Marca', *gratis en BlackBerry PlayBook con Orbyt*, 'Expansión' y 'Telva' *también se podrán leer un mes entero sin pagar un céntimo* del 4/08/2011; o permitir el acceso a la actualidad todos los días del año: *EL MUNDO pone fin a 40 años sin prensa nacional el 1 de enero* del 31/12/2011. Incluso se incluyen 'Fuera de serie' *estrena web para estar a la última en ocio y cultura* del 23/03/2011 y *Leer la prensa es 'sexy'* del 11/11/2011.

Si bien la gratuidad de los contenidos es uno de los factores más valorados a la hora de seleccionar un formato para la lectura digital de prensa, es algo que ha afectado negativamente a los medios de comunicación, de ahí que muchos empiecen a cobrar: *'The New York Times' ultima la versión de pago para su edición digital*, del 2/03/2011 y *'NYTimes.com' empieza a cobrar por sus contenidos*, del 28/03/2011,

algo que en nuestro país aún no se concibe, ya que un 96,9% no ha pagado en el último mes por acceder a diarios digitales (AIMC, 2011b). En cualquier caso, el pago por acceso a contenidos es cada vez más habitual en otros países: *'The Times' incrementa un 3% sus lectores gracias a los suscriptores 'online'*, del 29/03/2011, mientras que en España solo un 0,4% afirma tener una suscripción de pago a un diario digital (AIMC, 2011b).

De hecho, si observamos el gráfico 4 vemos que el término 'periódico' aparece tanto en el lado derecho como en el izquierdo del término 'lectura'. Otro término del gráfico referido a este género es 'cama' que representa al concepto de cabecera de prensa, incluido por referirse a las noticias sobre lectura que aparecen en este lugar. Como indicábamos anteriormente, la lectura de prensa en los nuevos soportes se está extendiendo cada vez más debido al crecimiento de los nuevos dispositivos como son: móviles tipo *Smartphone* y *iPhone* -un 16,6% leyó la prensa a través del mismo (AIMC, 2011b)-, *iPad* o bien, tal y como vemos en el gráfico inferior, los 'tablet' o los *ereaders* como pueden ser los 'nook'. Exceptuando los *ereaders*, en la mayoría de los casos el resto de dispositivos se crearon para realizar diversos procesos simultáneamente, entre ellos la lectura, por lo que son muy versátiles.

Esto puede resultar ser una ventaja, ya que de entre las muchas funciones que presenta una de ellas puede ser la lectura, pero también presenta inconvenientes como el mal uso de los mismos: *'El mal uso de los nuevos soportes puede ser letal para nuestra educación'* del 24/02/2011. De ahí que aún haya quien defienda el libro en su soporte tradicional para la realización de actividades diversas como ferias del libro. Un ejemplo de ello es esta noticia: *¡Al abordaje del libro!* del 6/05/2011, que versa sobre la feria del libro de Valladolid con ejemplares en soporte papel.

Lo que está claro es que estos nuevos dispositivos proliferan cada vez más, tal y como vemos en las siguientes noticias: *Amazon planea lanzar su 'tablet' en octubre* del 14/07/2011, *La FNAC compite con el Kindle* del 23/12/2011, tanta competencia provoca que los precios de los dispositivos descendan, aumentando de esta forma la compra de los mismos. Así lo indican los resultados obtenidos en las distintas encuestas y estudios: *El 'ebook' dobla su presencia en España hasta el 3% de la facturación del libro*, del 13/04/2011 y *La publicación de libro digital crece un 40% este año y supera la cifra de 2010* del 16/11/2011. Esto no deja de ser algo positivo, ya que la lectura digital tiene consecuencia directa en el aumento de los hábitos lectores en general, tal y como se observa en los resultados de las diferentes encuestas y estudios: *Los lectores crecen a pesar de la crisis* del 14/07/2011, *Los lectores valencianos, por debajo de la media*; *El índice de población lectora de la Comunidad se sitúa en el 55,5%, por debajo de la media nacional (57%)* del 28/01/2011, *Aumentan en 71.000 los lectores en Cataluña* del 21/04/2011 y *Lectura en la sociedad digital* del 10/2/2011. En todas ellas se habla de cómo han aumentado las cifras totales de hábitos lectores gracias a los nuevos soportes.

En cualquier caso, el sector editorial está cambiando:

Cuando el 'e-book' quepa en el bolsillo..., El libro electrónico está llamado a cambiar el mercado editorial. En EEUU, pioneros en la utilización del formato digital, el gran perjudicado ante su avance está siendo el libro 'de bolsillo' del 27/11/2011.

Evolución que en muchos casos, puede llegar a perjudicar otros sectores como puede ser el mercado del libro en papel en formato de bolsillo, tal y como acabamos de observar en la citada noticia. O también, provocando un aumento de descargas ilegales en detrimento de los derechos de autor de los escritores:

Números piratas; Entre las entusiastas cifras del Plan Nacional de Lectura y las amenazadoras de la piratería digital que recuerda el 'affaire' Etxebarria, resulta difícil aclararse. En el sector del libro los números sirven tanto para un roto como para un descosido, como las buenas intenciones navideñas del 22/12/2011.

O también la noticia: *La Asociación de Internautas pide que se devuelva el dinero recaudado con el canon del 30/12/2011*, donde se reclama la devolución del canon digital por parte de las empresas, ayuntamientos y usuarios. Lo cierto es que la facilidad a la hora de descargar los contenidos probablemente sea uno de los motivos principales por los que, en muchos casos, resulta ser el formato preferido de un gran número de lectores para la lectura de ocio: *Bikinis, tablets y smartphones del 8/08/2011*, *Steve Jobs, superventas del año en Amazon del 7/12/2011* y *La biografía de Jobs podría convertirse en el libro más vendido en Amazon en 2011 del 25/11/2011*.

Anteriormente indicábamos el gran número de noticias que encontramos sobre prensa digital, pero mayor número de textos encontramos sobre 'ebook' - con un 17,9% de índice de frecuencia y 'book' con un 13,4%-, tal y como se observa en la tabla 2. Lo sorprendente al respecto es que encontramos diversas noticias que hablan de la aparición de un escritor en las redes sociales. De forma que se anuncia el momento en el que el autor estará disponible en una determinada red social o chat, con el fin de que los lectores que quieran interactuar con él puedan hacerlo libremente. Ejemplo de ello son: *100 preguntas a Alatríste del 03/11/2011*, *Charle con Leopoldo María Panero, el poeta maldito del 10/06/2011*, *El escritor Luis García Jambrina atiende a los lectores de ELMUNDO.es*, *El zamorano con novela en 'ebook' responde mañana en el encuentro digital del 29/02/2011* y *Así atacó Venecia del 2/11/2011*. Comprobamos pues que el proceso editorial está cambiando, el autor ya no escribe en soledad, sino que se vale de las ideas de los lectores para hacerlo. De esta manera las herramientas de la web 2.0 benefician a los escritores a la hora de crear sus obras gracias a la ayuda de los lectores y además, estos últimos acaban leyendo los contenidos que realmente les gustan o interesan. Se trata de una forma de fomentar la lectura,

algo que este periódico está realizando a través de su plataforma en internet. Las redes sociales son una forma más de potenciar la prensa digital (AIMC, 2011b).

Son muchas las actividades que se realizan con este fin de promocionar la lectura -reflejado a través del término 'promoción' y 'campana' en el gráfico 4 -, valiéndose en muchos de los casos de las nuevas tecnologías. Véase por ejemplo la noticia: *La semana en Sevilla* del 22/09/2011 en la que la UOC plantea propuestas para fomentar la lectura informando acerca de las nuevas formas de edición y descodificación. Pero no solo se realiza esta labor a través de centros de educación superior, sino también por parte de entidades como pueden ser las editoriales, una de ellas es Cátedra: *La editorial Cátedra ofrece 'on line' y gratis sus libros 'gran reserva'* del 22/03/2011, o Amazon: *Libros liberados* del 3/01/2011 y *Amazon lanza un servicio de intercambio de 'e-books'* del 03/11/2011. Ambas empresas con ánimo de lucro están centradas en la venta de libros, por lo que toda promoción repercutirá positivamente en las propias compañías, de ahí que se esfuercen por llevar a cabo actividades de este tipo. Lo mismo ocurre cuando son los propios profesionales del sector los que intentan promover este tipo de iniciativas por su propio beneficio, ya sea en conjunto: *Más de 70 profesionales en torno al libro digital* del 17/04/2011, o de forma individual: *Lorenzo Silva lanza su catálogo digital a una media de cuatro euros por ejemplar* del 24/02/2011.

Incluso fundaciones de bancos e instituciones culturales sin ánimo de lucro también promueven la lectura de este tipo de soportes, ejemplo de ello son: *La RAE y La Caixa crean un fondo de literatura clásica* del 5/01/2011. O bien instituciones públicas como la Biblioteca Nacional de Francia: *Francia digitalizará en cinco años medio millón de libros descatalogados* del 2/02/2011.

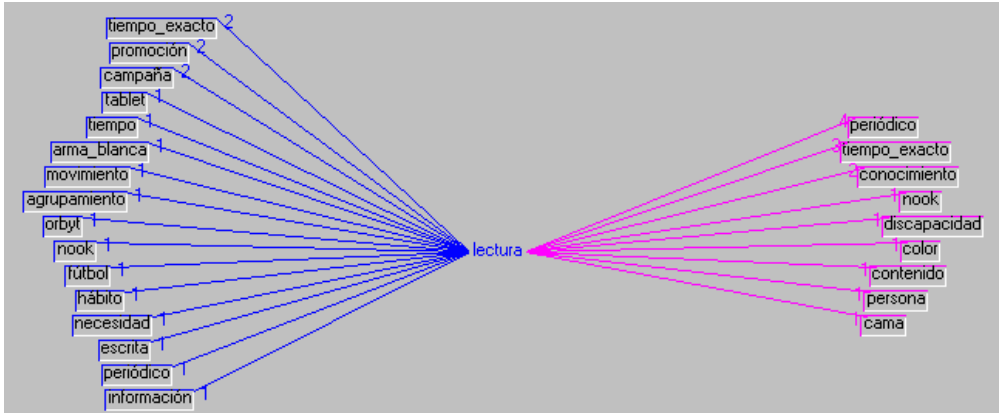
En cualquier caso, como se ha podido comprobar, ya sean públicas o privadas, la mayoría de las instituciones citadas están implicadas de alguna manera en el mundo del libro y la lectura, por lo que no resulta extraño que promuevan este tipo de actividades. Lo curioso es que incluso las empresas de un sector totalmente ajeno al mundo de la edición, como pueden ser restaurantes y establecimientos de ocio, tratan también de fomentar la lectura a través de actividades diversas: *Un eBook y las recetas de 'El Quijote' para fomentar la lectura* del 20/04/2011, algo que tiene lugar en la ciudad de Valencia (España).

Son innumerables las ventajas que ofrece la edición digital, como por ejemplo facilitando la descodificación a personas con discapacidad física o psíquica, como se observa en la noticia: *La ONCE presenta el primer 'e-book' accesible para ciegos* del 26/04/2011. Se confirma así lo que dice Hernández: "El entorno digital hace más fácil superar muchas carencias, a la vez que exige mejorar las destrezas de lectoescritura y aumenta los riesgos de exclusión para estos colectivos" (2011).

Por otro lado, a diferencia de la edición tradicional en la que el proceso de publicación es largo y complicado, en la digital resulta mucho más fácil y accesible, por lo que ofrece la posibilidad de publicar libros censurados como en: *'De aquí a la eternidad', un poco gay, obra prohibida debido a su contenido heterosexual* del 06/04/2011,

o incluso llega a dar acceso a la actualidad en días festivos, algo que hasta entonces era impensable: *EL MUNDO pone fin a 40 años sin prensa nacional el 1 de enero del 31/12/2011*.

Gráfico 4. El término ‘lectura’ en *El Mundo* en 2011



Fuente: Elaboración propia

2.3. Resultados obtenidos en el periódico *El País* en el año 2011

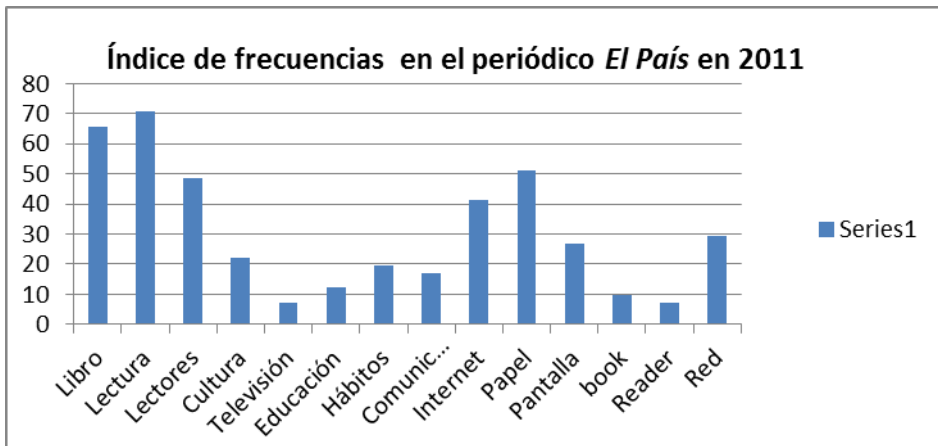
Tabla 3. Índice de frecuencia de los términos encontrados en las noticias del periódico *El País* en 2011

Índice de frecuencias en el periódico <i>El País</i> en 2011	
Libro	65,85366058
Lectura	70,73170471
Lectores	48,78048706
Cultura	21,95121956
Televisión	7,317073345
Educación	12,19512177

Hábitos	19,51219559
Comunicación	17,07317162
Internet	41,46341324
Papel	51,21951294
Pantalla	26,8292675
book	9,756097794
Reader	7,317073345
Red	29,26829338

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5. Índice de frecuencia de los términos encontrados en las noticias del periódico *El País* en 2011



Fuente: Elaboración propia

En este periódico encontramos un total de 37 noticias sobre lectura, de las cuales 29 versan sobre lectura digital.

Uno de los temas que se aborda aquí sobre lectura digital son las competencias que se precisan para la misma: *Algunos mitos derrumbados* del 29/06/2011, término que aparece en el gráfico 6 ‘competencia’. Se explican así las habilidades necesarias para descodificar la información en pantalla, proceso que ya había aparecido en otros periódicos de este mismo periodo como consecuencia del estudio de PISA realizado. También se realizan estudios paralelos al respecto, para averiguar el nivel de comprensión alcanzado al leer en los nuevos formatos: *La travesía hacia la navegación excelente* del 29/06/2011 y *Lo probamos todo... ¿sin comprender nada?* del 29/06/2011. En ellas se habla del proceso de descodificar información con los nuevos formatos, donde se tiende a leer unas líneas de un titular para luego pasar a escuchar música, leer un correo electrónico, etc. Por tanto la lectura es más superficial, lo que exige una menor concentración. De hecho, una de las principales razones para acceder a la prensa en papel es poder leer “temas en profundidad”, es decir poder centrarse en aspectos de contenido y análisis (AIMC, 2011b).

Eso sí, los nativos digitales no encuentran problemas a la hora de manejar este tipo de dispositivos: *Algunos bebés, al observar una fotografía física de papel, desplazan su dedo por...* del 10/07/2011, en muchas ocasiones, incluso los hábitos lectores de los jóvenes llegan a aumentar gracias a las nuevas tecnologías: *La Red repesca lectores jóvenes* del 5/01/2011. Bien es cierto, que la red se extiende cada vez más a un mayor número de sectores de la población: ya sean bebés, jóvenes o adultos, estos últimos aparecen reflejados en la siguiente noticia: *Los adultos tiran de Internet* del 12/01/2011. De ahí que haya proyectos de lectura digital para este tipo de destinatarios, tal y como se explicaba antes.

Sobre prensa digital encontramos: *Kiosko y Más recibe el Premio a la Innovación Editorial* del 29/10/2011 y *Abra su propio Kiosko en casa* del 29/10/2011, ambas haciendo alusión al consumo cada vez más habitual de lectura de prensa en soporte digital. Eso sí, son muchos los cambios que se están proponiendo para regularizar el acceso y la lectura a este tipo de contenidos, ya que cada vez son menos los que pagan por la lectura en papel de estos contenidos, lo cual afecta negativamente al negocio editorial. Por este motivo, son muchas las alternativas planteadas: *El PP propone cambiar la ley para proteger los contenidos de la prensa*, Moreno: “En unos años, pocos o muchos, dejará de haber periódicos de papel” del 30/11/2011 y “*The New York Times*’ cobrará por su lectura en Internet del 18/03/2011 - encontrábamos una noticia similar en el periódico *El Mundo*, tal y como se puede observar en líneas anteriores -.

También hay propuestas ofreciendo contenidos digitales en formato libro: *Liber se hace digital* del 2/10/2011, *EL PAÍS lanza su selección de libros en amazon.es* del 4/12/2011, *Libro de papel, lectura virtual* del 13/09/2011, *Una plataforma digital*

propia para Planeta del 15/10/2011, *El Kindle ya lee 'La Celestina'* del 2/12/2011. Por tanto, empresas privadas como: Liber, *El País*, Bienetec, Planeta y Amazon lanzan este tipo de planteamientos con el fin de promover la lectura digital. Encontramos también empresas públicas con este tipo de inquietudes debido a que su labor se centra en la promoción del español y de la lectura: *La RAE se implica en la promoción del español en la Red* del 22/03/2011. Otros colectivos también lo hacen: *Los editores reclaman el IVA cero para incentivar la lectura* del 29/04/2011. En concreto esta última noticia habla de la declaración que hizo la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), la Asociación de Revistas de Información (ARI) y la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) el día anterior con motivo del debate abierto por la Unión Europea sobre este tema (AEDE, 2011).

Incluso hay quien sigue creyendo en el romanticismo del libro como tal, sobre todo desde el punto de vista físico de acumulación del saber, en cuanto a biblioteca doméstica se refiere. Un buen ejemplo de ello es esta noticia: *Llega un momento en que uno comprende no solo que el saber ocupa lugar, sino también que hay saberes que ya no interesan -ÍDOLOS DE LA CUEVA- Pasiones bibliotecarias* del 19/10/2011.

Lo que está claro es que los hábitos de lectura están cambiando como consecuencia de la irrupción de las nuevas tecnologías, de forma que, por ejemplo, ha aumentado la consulta de contenidos turísticos a través de la red, sustituyéndose así por las tradicionales guías turísticas en papel. Ejemplo de ello es la noticia: *PARA LEER Y 'NAVEGAR' El triunfo de las 'ciberguías'* del 26/01/2011. Encontramos pues diversos estudios realizados sobre los hábitos lectores en los nuevos formatos, los cuales son cada vez más frecuentes. Concepto que se refleja en la noticia: *Réquiem por el papel* del 22/10/2013.

Sobre dispositivos también encontramos algunas noticias: *LIBRO DIGITAL Un Kindle más barato pero con publicidad* del 13/04/2011, *Los dispositivos de lectura digital se disparan, la piratería también* del 29/01/2011 y es que, al haber mayor número de dispositivos, aumenta la lectura digital considerablemente, sobre todo desde la proliferación de móviles -ya sea *smartphones* o *iPhones*-, lo cual ha incrementado proporcionalmente los hábitos de lectura.

El problema que se plantea ahora es la piratería, tal y como acabamos de comprobar, y como podemos ver en la siguiente: *Propiedad intelectual* del 17/01/2011. Este tema se explica en el *Observatorio de la lectura y el libro sobre el libro electrónico* donde se mencionan las descargas ilegales de los distintos actores de la cadena del libro y, por tanto, se alude a la propiedad intelectual (Observatorio, 2010). Lo primero que se analiza en este estudio es el régimen jurídico del libro electrónico, según la *Ley 10/2007 del 22 de junio de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas*. Esta ley surge debido al desarrollo tecnológico que permite la utilización de herramientas de control y admite la realización de actividades ilegales para eludir la protección técnica de los mismos. A pesar de todo, los libros electrónicos se ponen en la red sin autorización, constituyendo un ilícito civil y, de acuerdo con la Ley, el titular de los derechos

infringidos podrá instar el cese de la actividad ilícita del infractor y exigir la indemnización de los daños materiales y morales causados. Por otra parte, la vía penal queda restringida en la práctica a procesos de comercialización de libros electrónicos de forma masiva en páginas web en las que el lucro se manifestará por el cobro de un precio por la descarga del contenido, bien cobrando una tarifa de acceso, o bien por la publicidad inserta o contenido similar.

Por tanto, en nuestro país el ordenamiento jurídico apenas protege los derechos de propiedad intelectual de los editores y de los autores. Si a esto añadimos que todo lo digital es susceptible de copia, entendemos el porqué de los altos índices de piratería.

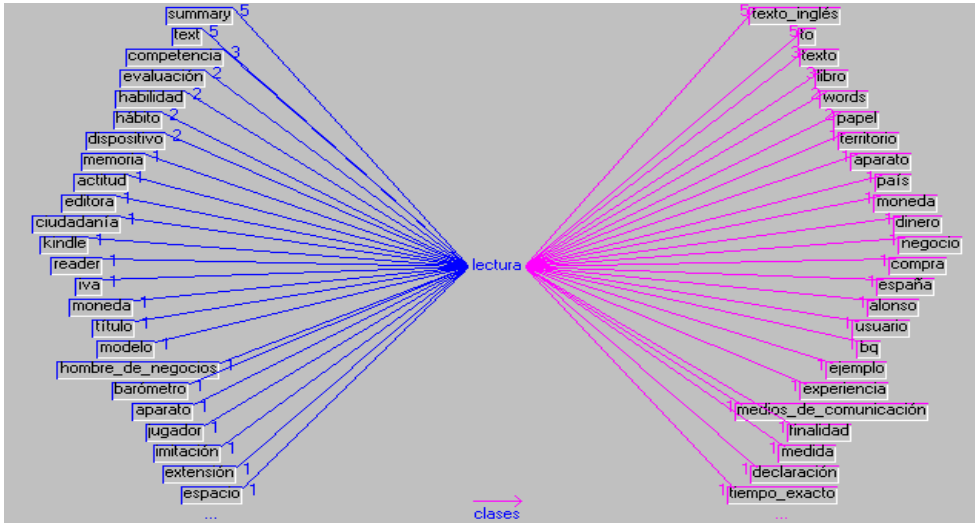
En cualquier caso, también son muchas las ventajas que plantean las nuevas tecnologías, ya que pueden llegar a ser de enorme ayuda para las personas con discapacidad. Véanse por ejemplo los audiolibros, los cuales fueron inicialmente creados para personas con problemas visuales, aunque en la actualidad su lectura se ha extendido a todo tipo de personas: *La editorial Rinoceronte inicia una colección de libros locutados* del 14/09/2011.

En cuanto a los distintos estudios sobre hábitos lectores, encontramos algunas noticias como: *La lectura en formato digital gana adeptos en Madrid* del 5/01/2011 y *Cultura general Maneras de leer* del 28/07/2011, donde se destaca el uso cada vez más frecuente de la red para descodificar información, al igual que las diferentes competencias que esto supone a la hora de descodificar información.

Al estudiar la lectura como actividad placentera, que se realiza durante el tiempo de ocio, debemos destacar cuáles son las otras actividades que tienen lugar cuando no se está trabajando. Una de ellas es el videojuego, proceso que también se realiza en estos nuevos dispositivos: *Videojuegos y economía de la innovación* del 22/05/2011. Por tanto, lo que más se valora hoy día es la versatilidad: la capacidad de poder realizar diversas actividades con un solo aparato -leer un libro, consultar el correo electrónico, jugar a un videojuego, etc.-

También en la siguiente noticia se analizan los gustos literarios de los lectores, explicando cuáles son los títulos más leídos: *En la revista 'Bookforum' se preguntan qué tienen en común, pongamos, ciertas novelas de Virginia Woolf y Danielle Steel - ÍDOLOS DE LA CUEVA- Veraneando con superventas* del 6/07/2011.

Gráfico 6. El término ‘lectura’ en *El País* en 2011



Fuente: Elaboración propia

3. CONCLUSIONES

En el año 2011 el número de noticias que versan sobre los nuevos soportes de lectura es muy elevado con respecto a los años anteriores. Puede que aparentemente resulte extraño, ya que estos dispositivos se lanzaron al mercado muchos años antes, pero probablemente su uso no se extendió ampliamente hasta hace relativamente poco. Los motivos son variados, pero seguramente uno de ellos es el elevado precio que estos dispositivos tuvieron al salir al mercado, además de la reducida oferta que existía; existiendo pocas marcas que los produjeran. En los últimos años el precio se redujo gracias a una mayor oferta proporcionada por diferentes compañías que pusieron a la venta este tipo de dispositivos. Si a esto añadimos la proliferación de estos aparatos -como pueden ser los móviles: *smartphones* e *iPhones*, *iPads*, tabletas, etc.- que actualmente existen para realizar todo tipo de tareas, entre ellas la lectura, podemos comprobar el efecto positivo que ha provocado en los usuarios a la hora de leer en pantalla. Al llevar este tipo de dispositivos siempre encima, deducimos que se pueden aprovechar para leer en tiempos muertos como son: la sala de espera del médico, durante el trayecto diario en el transporte público, etc. Algo totalmente habitual en las grandes urbes españolas como: Madrid, Barcelona, Bilbao o Sevilla. A todo esto se puede añadir las características intrínsecas de este tipo de soportes: la alta capacidad de almacenamiento, facilidad a la hora de transportarlo, manejabilidad de la tipografía, facilidad para adquirir los documentos, etc. Por tanto, deducimos que

son muchas las ventajas que pueden llegar a ofrecer la lectura digital, lo cual tiene un efecto proporcional en el número de adeptos a la misma.

Si nos centramos en la lectura de prensa digital, se puede afirmar que se trata de un hábito que empieza a tener un número significativo de usuarios a partir del año 2010 (AIMC, 2011b; García-Delgado, 2012).

Es en el año 2010 cuando la prensa digital comienza a crecer debido a la aparición de los *tablets* en el mercado, lo cual provoca que surjan nuevos modelos de negocio de suscripción online que, aunque no consigan reducir los ingresos en los modelos de negocio tradicionales, empiezan a mejorar la situación. Debido a que la crisis económica había hecho mella en la inversión publicitaria durante el año 2008, los editores comienzan a buscar nuevos modelos de mercado online. Resulta ser algo novedoso en el sector, ya que hasta el momento se había centrado la atención en la realización de formatos atractivos para el usuario donde se combinaran formatos diversos: texto, video, audio, etc., con el fin de atraer al mayor número de lectores posible para así poder atraer una mayor inversión publicitaria – ya que es la publicidad la mayor fuente de ingresos de los periódicos online - (AMETIC, 2013).

De hecho, el sector de la prensa digital alcanzó en 2011 los 357 millones de euros, teniendo en cuenta los ingresos por publicidad de las ediciones electrónicas de periódicos y revistas, además de las suscripciones a los denominados “kioscos” digitales o plataformas de distribución periódicos online (AMETIC, 2013).

Eso sí, tal y como adelantábamos en líneas anteriores, el género más leído en formato digital es la prensa -un 77,6% de la población española (FGEE, 2011)-, lo cual se debe sin duda a que el contenido se presta a una lectura más superficial que en otro tipo de géneros como la novela. Es decir, no se precisa la lectura de un periódico de principio a fin, por lo que se puede realizar *scanning* de una noticia a otra, algo que no se lleva a cabo al descodificar otro tipo de géneros como por ejemplo la novela. Esta lectura superficial, que se realiza a través de la pantalla del dispositivo pertinente, no cansa la vista y se puede llevar a cabo durante cualquier tiempo muerto -viaje en el transporte público, tiempos de espera, etcétera-. Así lo señala la encuesta de AIMC, al indicar que en la mayoría de los casos no se emplean más de 20 minutos para la lectura digital (2011a), siendo el móvil el dispositivo más utilizado para ello. Un factor a tener en cuenta en este sentido, es el hecho de que cada vez exista una mayor cobertura para el móvil en lugares como el metro de las grandes ciudades, lo cual propicia este tipo de lecturas por medio de dispositivos multifunción que se suelen llevar siempre consigo.

En concreto, las noticias aparecen en secciones diversas: por ejemplo en *ABC* los textos sobre prensa digital se recogen mayoritariamente en las secciones de Sociedad y en menor proporción en la de Medios & Redes. Por otro lado, en *El Mundo* la gran mayoría se encuentran en la sección de Tecnología y Comunicación. En último lugar, *El País* incluye las noticias de este tipo en la sección de Sociedad y en menor proporción en Pantallas. Se deduce por tanto que las secciones de Medios & Redes y de Pantallas se crearon expresamente ante la afluencia de noticias de este tipo: la primera

aparece por primera vez en el año 2009, recogiendo mayor número de noticias en el 2011 y la segunda aparece por primera vez en el año 2011. Se deduce pues, que la lectura digital de prensa se está tomando como un concepto relevante. Esto se debe a la proliferación de contenidos en formato digital creados como consecuencia del aumento de lectores. La razón de este auge en el consumo de contenidos es sin duda “poder leer la misma información a un menor precio” como opina un 81,6% de los encuestados (AIMC, 2011b). El problema que esto acarrea es la cantidad de anuncios que podemos llegar a encontrar, algo de lo que se queja el 15,5% (AIMC, 2011b). Pero habiendo programas como Calibre que evitan la publicidad, gestionan los contenidos digitales ordenándolos y clasificándolos -ya sea de prensa o de libros -, permite programar la descarga de los mismos, dando así la posibilidad de leerlos sin necesidad de conexión a internet; permitiendo la conversión de formatos para la lectura en todo tipo de dispositivos, etc. Este programa comenzó su andadura en el año 2008, llegando a su máxima expansión a partir del año 2010 (García, 2012).

Por otro lado, merece la pena mencionar que no hay artículos de opinión ni editoriales sobre lectura digital, lo cual probablemente se deba a que estos suponen un gasto adicional para el propio medio de comunicación. Es más, resulta más económico publicar noticias de agencias, de ahí que sí encontramos algunas de las principales agencias como autoras: Reuters, Servimedia, Europa Press, etc. De ahí que desde el comienzo de la crisis económica en España - año 2008 - sean escasos los artículos de opinión. De forma que parece que prima la cantidad de contenidos y la inmediatez, más que la calidad, lo cual es una tendencia en alza en el entorno telemático.

Otro de los motivos que alude un 69,3% es poder “acceder a información de hace tiempo” (AIMC, 2011b), sin tener que desplazarse a hemerotecas para revisar los distintos ejemplares de periódicos uno por uno. Si a esto añadimos el hecho de que se “puede personalizar el orden de lectura” tal y como afirma el 60,9%, las ventajas son cada vez mayores (AIMC, 2011b). Por último, no debemos olvidar la importancia de la interacción a la que se están acostumbrando cada vez más los usuarios de internet, algo de lo que se puede disfrutar únicamente desde las plataformas digitales de estas publicaciones: redes sociales, chats, foros, blogs, etc. Esta interacción permite incluso, poder hablar con escritores de renombre, de hecho son diversos los periódicos – como *ABC* y *El Mundo* - que aprovechan su plataforma digital para interactuar con los lectores. De esta forma conciertan una fecha y hora para poder conversar con los usuarios a través de herramientas como las redes sociales, blogs o foros del propio periódico. Se trata de una manera de promocionar el autor y la obra, al igual que conocer cuáles son los gustos de los lectores.

En la actualidad no sabemos cómo terminará el negocio editorial de la prensa digital en España, ya que son diversos los países que empezaron a cobrar por el acceso a contenidos. Ejemplo de ello son los periódicos especializados en el ámbito económico, como *Financial Times* o *The Wall Street Journal*, que comenzaron a requerir pago por la lectura de las noticias a partir del año 2009, probablemente debido al gran valor

de los contenidos que ofrecen para los profesionales del sector. Pero luego le siguieron muchos otros periódicos digitales de países y contenidos diversos.

Si bien el modelo que comienza a ofrecer resultados satisfactorios es el de suscripción para descarga de prensa en dispositivos móviles, debido al éxito y consiguiente proliferación de los *iPads*, *tablets* y dispositivos móviles en el mercado, son únicamente dos las plataformas de distribución de periódicos en España: *Orbyt*⁸ y *Kiosko y más*. Por este motivo, habrá que comprobar cómo van evolucionando a lo largo de los años venideros.

En cualquier caso, si se modifica el modelo de negocio actual y se empieza a cobrar por el acceso a los contenidos de los periódicos digitales, deberá estandarizarse una normativa al respecto en cuanto a propiedad intelectual se refiere. De esta forma los diferentes medios de comunicación no sufrirán las consecuencias de la piratería, tal y como ocurre en la actualidad con los libros digitales. Se debe prestar especial atención a este aspecto ya que si bien todo documento digital es susceptible de copia, en España resulta ser aún más frecuente de lo habitual, ya que se encuentra a la cabeza de los países que más copia de forma ilegal. De ahí que resulte imprescindible la aplicación de una normativa restrictiva en este sentido.

BIBLIOGRAFÍA

- ACHAERANDIO, R. Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales. Primer semestre de 2010. <http://www.cedro.org/Files/Observatoriopirateriayhabitosconsumodigitales.pdf> Consulta: 12-06-2015.
- AEDE, ARI y FGEE. Para leer más, IVA cero: fomentar la cultura escrita ya es suficiente valor añadido. 2011 <http://cedro.org/docs/otros/npivacero.pdf?Status=Master> Consulta: 12-06-2015.
- ALMUIÑA, C. y SOTILLOS, E. Del periódico a la sociedad de la información. Madrid, Sociedad Estatal España Nuevo Milenio, 2002.
- ALONSO, J. y CORDÓN, J. A. «El libro electrónico y los DRM». Anuario ThinkEPI. 2011. <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/15252/1/El%20libro%20electr%3%b3nico%20y%20los%20DRM.pdf> Consulta: 12-06-2015.
- AMETIC. Informe de la industria de contenidos digitales. Asturias: Ministerio de Industria, Energía y Turismo. 2011. http://www.cedro.org/docs/documentos/informe_contenidosdigitales2011.pdf?Status=Master Consulta: 12-06-2015.

⁸ A mediados de 2011, *Orbyt* habría alcanzado los 35.000 suscriptores.

- AMETIC. Informe de la industria de contenidos digitales. Asturias: Ministerio de Industria, Energía y Turismo. 2012. http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe_contenidos_digitales_edicion2012.pdf Consulta: 12-06-2015.
- ARMENTÍA, J. I. et al. «El diario digital y las nuevas fórmulas de lectura», *Trípodos Extra*, 2000, 455-473.
- AIMC. Navegantes en la red: 13ª encuesta AIMC a usuarios de internet. 2011ª. (<http://www.aimc.es/-Navegantes-en-la-Red-.html>) Consulta: 12-06-2015.
- AIMC. Asociación para la investigación de medios de comunicación. Prensa: digital vs papel. 2011b. <http://www.aimc.es/-La-Prensa-Digital-vs-Papel-.html> Consulta: 12-06-2015.
- BANCO MUNDIAL. Indicadores de desarrollo mundial: tasa de alfabetización, total adultos en España. 2011. <http://datos.bancomundial.org/indicador/SE.ADT.LITR.ZS> Consulta: 12-06-2015.
- BLÁZQUEZ, R. «Un estudio desmonta los prejuicios de los mayores al ebook», *ABC Castilla y León*. 28/02/2011. <http://www.abc.es/20110228/comunidad-castillaleon/abcp-estudio-desmonta-prejuicios-mayores-20110228.html>) Consulta: 12-06-2015.
- BLÁZQUEZ, S. «Metro Madrid no tendrá cobertura móvil completa sin Olimpiadas», *Media-tics: información en la era digital*. 02/09/2014. <http://www.media-tics.com/noticia/3386/Moviles-y-tabletas/Metro-Madrid-no-tendra-cobertura-movil-completa-sin-Olimpiadas.html> Consulta: 12-06-2015.
- BOTREL, J.-F. *Libros, prensa y lectura en la España del siglo XIX*. Madrid; Salamanca, Fundación Germán Sánchez Ruipérez; Madrid, Pirámide, 2003.
- CARTON, P. Impact of the Apple iPad vs. the Amazon Kindle on the e-Reader Market. Investor place, noviembre 2010.
- CASSANY, D. «La letra digital y sus poderes». En: Basanta, A. (Ed.). *La lectura*. Madrid, CSIC, Catarata, 2010.
- CAVALO, G. y CHARTIER, R. *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid, Santillana, 1997.
- CHAMIZO, R. La incidencia de las nuevas tecnologías en la sociedad actual. En: Almuiña, C. y Sotillos, E. (Eds.). *Del periódico a la sociedad de información*. Madrid, Sociedad Estatal España Nuevo Milenio, 2002.
- CORDÓN GARCÍA, J. A.; GÓMEZ DÍAZ, R. y ALONSO ARÉVALO, J. «Libros electrónicos: oferta comercial y redes p2p», *El profesional de la información*, 2011a, 11(2), 141-150.
- CORDÓN GARCÍA, J. A. «El fin del libro y el principio de la lectura: los libros electrónicos y el fenómeno Ipad», *Anuario ThinkEpi*, 2011b.
- CORRAL, M. del. *Leer en la era multimedia*. En: Basanta, Antonio. *La lectura*. Madrid, CSIC, Catarata, 2010.
- DESVOIS, J. M. *Prensa, impresos, lectura en el mundo hispánico contemporáneo: homenaje a Jean-François Botrel*. Bordeaux, Université d'Etudes Iberiques & Ibéro-américaines, 2005.

- EUROPA PRESS. «Un total de 114 estaciones de Metro, especialmente las de la almendra central, dispone de cobertura móvil». Europa Press, 07/02/2010. <http://www.adslnet.es/2010/02/07/madrid-un-total-de-114-estaciones-de-metro-especialmente-las-de-la-almendra-central-dispone-de-cobertura-movil/> Consulta: 12-06-2015.
- FGEE. Federación del Gremio de editores de España. Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros en 2010. Madrid, Federación del Gremio de editores de España, 2010. http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/NP_Lectura_2Cuatrimestre.pdf Consulta: 12-06-2015.
- FGEE. Federación del Gremio de editores de España. Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros en 2011. Madrid, Federación del Gremio de editores de España, 2011. http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/NP_Barometro_HabitosLectura2011.pdf Consulta: 12-06-2015.
- FGSR. Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Ebook 55+: los lectores mayores de 55 y los libros electrónicos. Salamanca, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2011. <http://cds.fundaciongsr.com/story.php?id=244> Consulta: 12-06-2015.
- GARCÍA, M. Redesigning Print for the Web. Indianápolis, USA, Hayden Books, 2000.
- GARCÍA, F. «Calibre, la herramienta imprescindible para gestionar ebook», El País, 2012. <http://blogs.elpais.com/sin-tinta/2012/01/calibre-la-herramienta-imprescindible-para-gestionar-ebook.html>) Consulta: 12-06-2015.
- GARCÍA-DELGADO, B. Estudio de la lectura en los discursos legislativos y medios de comunicación social (1960-2010). Salamanca, Ediciones de la Universidad de Salamanca, 2012.
- GARCÍA-DELGADO, B. y ARIAS, G. «Papel vs. Digital: hábitos de lectura de los estudiantes de la UEM». Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital, 2014, 3/1, 250-271. <http://revistacaracteres.net/revista/vol3n1mayo2014/papel-digital-lectura-estudiantes/> Consulta: 12-06-2015.
- GONZÁLEZ, L. «Ebook y Biblioteca: la FGSR busca las claves para la gestión de la lectura digital en el servicio bibliotecario», BID: textos universitarios de biblioteconomía i documentació, 2011, 26. <http://bid.ub.edu/26/gonzalez4.htm> Consulta: 12-06-2015.
- GUBERN, R. Metamorfosis de la lectura. Barcelona, Anagrama, 2010.
- HERNÁNDEZ, H. «Lectura fácil, lectores difíciles». Ponencia presentada en la 2a Jornada d'intercanvi d'experiències en Lectura Fàcil. Usuaris i gestors, Barcelona, Universitat de Barcelona, 2011. http://www.lecturafacil.net/file-storage/view/ponencies/lectores_dificiles_hilario-hernandez.pdf Consulta: 12-06-2015.
- Informe anual de la industria de los Contenidos Digitales en España. Madrid, Redes, 2009.

- <http://www.red.es/media/registrados/200911/1258625905407.pdf?acceptacion=13dcfb60d55338e39b7ee3d8dbba8799> Consulta: 12-06-2015.
- La nueva ley del libro y normativa complementaria: Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas, con legislación estatal y autonómica. Madrid, Tecnos, 2009.
- Ministerio de Educación. PISA 2009: Programa para la Evaluación Internacional de los Alumnos. OCDE. Informe español, 2009 <http://www.mecd.gob.es/dctm/ievaluacion/internacional/pisa-2009-conscudo.pdf?documentId=0901e72b808ee4fd> Consulta: 12-06-2015.
- NIELSEN, J. «How Little Users Read?», Useit, 2008. <http://www.useit.com/alertbox/percent-text-read.html> Consulta: 12-06-2015.
- Observatorio de la lectura y el libro. El libro electrónico. Grupo de Trabajo sobre El Libro Electrónico. 2010 http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/LIBRO_ELECTRONICO_2010.pdf Consulta: 12-06-2015.
- OLIVER, M. «Más de la mitad de los usuarios tienen cobertura para telefonar en el Metro». ABC. 08/02/2010. http://www.abc.es/hemeroteca/historico-08-02-2010/abc/Madrid/mas-de-la-mitad-de-los-usuarios-tienen-cobertura-para-telefonar-en-el-metro_1133612849251.html Consulta: 12-06-2015.
- ONTSI. Informe anual de las Telecomunicaciones y de la SI. Informe anual de los contenidos digitales en España. Madrid, ONTSI, 2012. <http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/informe-anual-de-los-contenidos-digitales-en-esp%C3%B1a-edici%C3%B3n-2012> Consulta: 12-06-2015.
- RIBAS, V. «El hipertexto electrónico: un nuevo paradigma para los papeles de autor, lector y texto». Espéculo. Revista de estudios literarios, 2006, XII/34.
- SÁNCHEZ GARCÍA, R. y MARTÍNEZ RUS, A. M. La lectura en la España contemporánea. Madrid, Arco libros, 2010.

ANEXOS

Disponibles en la versión electrónica de la revista.