

**L'impacte de les noves
tecnologies en el sector editorial**

Marina Mula Díaz

Tutor/a: Toni Badia
Seminari 105: Llengües i Tecnologies

Curs 2013-2014



**Universitat
Pompeu Fabra**
Barcelona

Facultat
de Traducció
i Interpretació

ABSTRACT

This project is a descriptive research work about the situation of the publishing industry due to the changes that has suffered because of new technologies, particularly due to the rise of the electronic reading devices such as e-readers and tablets. It is a summary of the changes suffered by this sector, the presence of the publishing industry on the Internet and different aspects of e-reading such as their format, the price of books and the devices and the digital rights management. Moreover, we focus on the characteristic aspects of e-readers and the main models that can be found in the market and also an overview in the particular case of Amazon's Kindle and the library model created by Google Books. After this exploration and the results extracted of the survey made, we notice that readers have not increased their reading habits because of the digital devices but they are living an stabilizing situation after these important changes and the data show that readers have not forgotten traditional books and in the future these devices will change again becoming different devices or ways of reading.

Keywords: *e-reader, e-book, book, editorial, tecnology*

ÍNDIX

1. INTRODUCCIÓ	6
2. METODOLOGIA.....	8
3. SITUACIÓ ACTUAL DEL SECTOR EDITORIAL	9
3.1. L'impacte de les tecnologies al Sector Editorial	9
3.2. Presència del sector editorial a Internet	11
3.3. La digitalització del Sector Editorial	13
3.3.2. <i>Preus</i>	14
3.3.3. <i>Drets d'autor i DRM</i>	15
4. NOUS MODELS DE LECTURA	17
4.1. Llibre electrònic	17
4.1.1. <i>Característiques físiques</i>	17
4.1.2. <i>Anàlisi dels principals models</i>	19
4.1.3. <i>Model d'Amazon: Kindle</i>	21
4.1.4. <i>Model de Google: Google Books</i>	22
4.2. Tauletes	22
5. HÀBITS LECTORS.....	24
5.1. Biblioteques	25
6. ANÀLISI DE L'ÚS DELS NOUS MODELS DE LECTURA	27
6.1. Enquesta.....	27
6.2. Resultats	28
6.3. Anàlisi de les hipòtesis	30
7. CONCLUSIÓ	33
8. BIBLIOGRAFIA	35
9. ANNEX.....	39

ÍNDIX DE TAULES

Taula 1: Formats dels dispositius electrònics.....	14
Taula 2: Preus dels dispositius electrònics i mitjana de les marques	15
Taula 3: Característiques físiques dels principals models.....	20
Taula 4: Franges d'edat i enquestes obtingudes.....	27

ÍNDIX DE GRÀFIQUES

Gràfic 1: Preus e-readers.....	15
Gràfic 2: Tipologia de les pantalles	18
Gràfic 3: Model de lectura	28
Gràfic 4: Preu dels llibres adequat.....	28
Gràfic 5: Compra de llibres amb un preu menor	29
Gràfic 6: Dispositiu de lectura	29
Gràfic 7: Motiu del dispositiu de lectura	30
Gràfic 8: Hàbit lector.....	31
Gràfic 9: Compra o descàrrega de llibres electrònics	32
Gràfic 10: Compra de llibres tradicionals.....	33
Gràfic 11: Compra de llibres electrònics	33

1. INTRODUCCIÓ

En un temps de canvis constants com els que ens ha tocat viure en aquestes últimes generacions, semblava utòpic que el que coneixem com a llibre seguís intacte, no hagués patit cap modificació en la seva manera d'entendre'l, en el seu disseny, en el seu format i en la seva manera de distribuir-los i crear-los.

El meu objectiu en la realització d'aquest treball és esbrinar i conèixer els canvis que ha viscut aquest sector fins a arribar al punt en el qual es troba actualment. Veure els aspectes més característiques d'aquesta nova manera de llegir i d'entendre la lectura partint d'unes hipòtesis principals que són:

- 1) Els lectors llegeixen més des de l'aparició dels llibres electrònics.
- 2) Els lectors comprarien més llibres (i per tant llegirien més) si els llibres fossin més barats.
- 3) La majoria dels lectors de llibres electrònics es descàrrega els llibres il·legalment, sense pagar per ells.

Les noves tecnologies han brindat al llibre, una oportunitat per redissenyar-se, per tornar a néixer i millorar-se, sense perdre l'essència del que és un llibre: un company d'aventures, una font de coneixements, una escapatòria o una peça més a la nostra tauleta de nit. I és que ens hem topat, potser sense voler-ho o sense ser-ne conscients, amb un esdeveniment històric, un canvi cultural, que tot i que no tothom hi està d'acord, pot arribar a ser l'inici de tota una nova revolució cultural i digital en un sector que no havia tornat a patir (o gaudir) cap canvi existencial des de l'aparició de la impremta.

Les noves tecnologies obliguen el sector editorial a replantejar-se la seva posició respecte aquests canvis. No es tracta tan sols d'escollir entre el paper i la pantalla, entre un dispositiu o un altre aparell sinó de replantejar-se les estratègies a seguir i plantejar-se una nova cadena de valors. Una nova manera de pensar i no tan sols una nova manera de digitalitzar tot el catàleg, sinó d'aprendre i d'adaptar-se en aquest nou procés en què les editorials i les tecnologies caminen juntes de la mà. El suport no és ni serà mai el problema. El suport anirà variant i els que avui veiem com a eina essencial per al futur, tan sols seran un model passatger i transitori.

Ens ha tocat viure una època en què desconeixem quina serà la forma definitiva que tindran els textos i les històries que llegiran els que vindran després de nosaltres, i si arribarà a haver-hi mai un format que arribi a imposar-se de la manera que ho ha fet el llibre tradicional durant tants centenars d'anys. Plantegem-nos doncs unes qüestions que fins d'aquí uns anys no trobaran resposta: ¿Arribarà el dia en què els llibres siguin peces de col·lecció? ¿Quin pes hi tindrien les noves tecnologies? ¿Quin paper hi jugaríem els lectors? ¿I les mateixes editorials?

Això no és una oda ni al llibre ni a les noves tecnologies.

Això és un recorregut pels canvis que està vivint (o patint) una indústria cultural que a poc a poc es va digitalitzant i va tenint un nou públic i perdent-ne d'altres que pateixen l'anomenada tecnofòbia que a partir d'arguments pro culturals defensen una única manera possible de llegir però que, malgrat la seva oposició, s'ha demostrat que tot i que la cultura va lligada a la tradició, també ho va a la renovació.

La motivació que em porta a fer una cerca en aquest àmbit és un interès en formar part d'aquest sector en un futur no molt llunyà i especialment un interès en la lectura i les noves tecnologies que espero contagiar a partir d'aquest Treball de Fi de Grau.

"como si la calidad dependiera del soporte y no del contenido"

José Cerdón

2. METODOLOGIA

Per realitzar aquest treball de final de grau sobre l'impacte de les noves tecnologies en la indústria editorial hem realitzat, per una banda, una exploració bibliogràfica a través de diferents obres o informes de diversos autor i anys i, en una segona part, un treball de camp a través d'una enquesta.

A la cerca bibliogràfica hem tingut en compte els autors que tenien una o més d'una publicació sobre aquest àmbit així com els informes i baròmetres publicats pel "Ministerio de Educación, Cultura y Deporte". A partir d'aquesta exploració hem extret el Marc Teòric el qual es troba en els punts 3-5.

Respecte a l'enquesta, hem enquestat 86 persones de diferents franges d'edat i els principals objectius que ens qüestionàvem eren els següents:

- Conèixer si els lectors que utilitzaven dispositius electrònics de lectura havien augmentat el seus hàbits de lectura.
- Saber si la població lectora compraria més llibres, i per tant llegiria més, si els preus dels llibres, tan tradicionals com electrònics, baixessin.
- Esbrinar quina era la principal font d'obtenció dels llibres electrònics.

Per confirmar o refutar aquestes afirmacions es van tenir en compte altres aspectes tractats a l'enquesta com si consideren just els preus dels llibres, quin és el preu que hauria de tenir un dispositiu electrònic de lectura o si aquests dispositius són un model de lectura temporal, entre d'altres aspectes.

La següent part del treball consisteix en extreure els resultats obtinguts a través del nostre treball de camp i fer-ne un anàlisi. A través de les dades extretes hem refutat o confirmat les hipòtesis que ens havíem plantejat sobre l'ús dels nous dispositius de lectura així com els hàbits de lectura reals dels enquestats. Els resultats i el seu posterior anàlisi es troben al punt 6.

Per últim, a partir de la informació extreta de la nostra cerca i la consulta d'obres així com els resultats extrets de la nostra enquesta, hem elaborat una conclusió, consultable al punt 7, sobre la situació general del sector editorial a partir de l'arribada de les noves tecnologies així com els hàbits lectors de la població i la situació real dels dispositius electrònics de lectura i dels llibres tradicionals.

3. SITUACIÓ ACTUAL DEL SECTOR EDITORIAL

En un clima de desmotivació i pèrdua de l'interès en la transformació d'un sector totalment analògic i manual, i juntament amb la consolidació d'Internet a finals dels anys 80, molts van preveure el futur del llibre tradicional com el futur del vinil; peça de col·leccionistes envers l'emergent panorama disponible gràcies a les noves tecnologies.

L'inici de tota una època de canvis, consolidacions i fallides va arribar amb l'entrada dels anys 90 i s'ha anat enfortint des de l'inici del nou mil·lenni, fent-se cada cop més present a la xarxa i oferint al públic una àmplia varietat de productes, preus i qualitats. Per arribar al moment precís on ens trobem actualment, s'ha viscut un procés de més de 20 anys.

3.1. L'impacte de les tecnologies al Sector Editorial

Des de finals de la dècada dels 80 hi ha hagut una sensació positiva generalitzada en el sector editorial sobre l'impacte que tindrien les noves tecnologies en aquest sector a causa de fites tan importants com l'aparició d'Internet l'any 1983, la creació del *copyleft* per software i la sortida al mercat del primer ordinador personal de gran capacitat; el Mac 128K. Aquest interès en la digitalització del sector no ha sigut merament especulatiu sinó que moltes empreses editorials van invertir grans quantitats i van apostar per aquesta digitalització, per comprovar el seu rendiment, fent del sector del llibre un observatori on les empreses editorials analitzaven el llibre i l'entorn digital que el començava a envoltar.

L'aparició, l'any 1993, d'Online Books Page, el naixement del format Adobe PDF i Adobe Reader d'Adobe, l'aparició del primer programa de llibres digitals de Zahur Klemath Zapata i la publicació del primer llibre digital per Digital Books, representaven l'aparició d'exemples i models reals sobre la facilitat d'accés i el cost baix dels continguts així com programes i aplicacions diverses que facilitaven també la feina d'emmagatzemament, l'edició, la correcció i la traducció. Per aquest motiu molts editors van tornar a invertir en les noves tecnologies amb por de quedar-se atrapats en un vinil literari.

L'any 1995 neix la primera gran llibreria online, Amazon, es crea @Folio, un projecte lector de textos oberts i el Projecte Gutenberg, iniciat l'any 1971, es consolida amb 1000 llibres digitalitzats. L'any 1997, E-Ink desenvolupa la tinta electrònica i l'any 1998 surten a la venda els primers e-readers: Rocket i Softbook. (Cordón García, J.A. *et al*, 2011).

Amb l'arribada del nou mil·lenni, les desmesurades expectatives dels anys 90 dipositades sobre les noves tecnologies al sector no es van confirmar i va generar un fort escepticisme

envers la capacitat de transformació del sector editorial. Moltes de les empreses que havien invertit grans quantitats en la digitalització del sector i en la creació de dispositius per la lectura com els e-books, es van trobar amb uns resultats no esperats i comença així un període de recessió en l'àmbit de l'edició digital.

El motiu pel qual les empreses editorials tenien aquestes grans expectatives en l'edició digital van ser els estudis publicats per PrincewaterouseCoopers, l'any 2000, en els quals predeien que el 17% del mercat de l'any 2004 seria de llibres digitals o un estudi posterior publicat per la Association of American Publishers on predeien un 10% del mercat l'any 2005. Aquests resultats poden ser deguts o estimulats per la publicació, només online, de la novel·la *Riding the Bullet* d'Stephen King l'any 2000 que es podia descarregar només per 2.50\$. Aquesta novel·la va ser rebuda positivament i amb molt èxit, èxit que no es va repetir amb les següents publicacions online que van desacreditar els estudis anteriorment anomenats. (Thompson, J. B, 2010).

L'any 2002, moltes de les empreses proveïdores de llibres en format digital o de dispositius de lectors van tancar a causa diverses transformacions fallides del sector, com el tancament de Veintinueve.com, llibreria online de Grupo Planeta o la fallida de Live Search Books de Microsoft, juntament amb les dificultats econòmiques que vivia el sector editorial. No es va deixar d'investigar en el sector sinó que s'havia d'analitzar què és el que no havia funcionat i què havia fet caure l'edició digital. Es van seguir duent a terme iniciatives, molt més tímides, que poc a poc ens han portat a la situació que vivim actualment.

L'aparició de Google Books, el llançament del Kindle d'Amazon o el Sony Reader PSR 500 de Sony, les primeres publicacions online de les llibreries Random House i Harper Collins, o el naixement de Booq, el primer e-reader espanyol, ens han portat a una època d'edició digital. Ens trobem en una societat en la qual s'editen 35.545 títols en format digital, se'n comercialitzen 54.714 per any i es venen el 70.7% dels llibres digitals a través d'Internet. (Federación de Gremios de Editores de España, 2014).

Els motius que ens han fet arribar en aquest punt són entre d'altres que l'edició electrònica és una realitat palpable; si bé van ser les publicacions científiques les que van obrir pas en aquest camí, fins llavors desconegut, ara se n'ha iniciat un altre en el qual tots els tipus de publicacions es van enfortint pas a pas, fins al punt d'arribar a un increment de la demanda de llibres electrònics del 20%. I aquest camí, entre lectors i lectura electrònica ha arribat de

manera natural als lectors els quals han mostrat cada cop més acceptació cap aquest tipus de lectura i cap als dispositius i productes que l'envolten.

El sector editorial, -viu això molt intensament i n'és conscient- és per això que cada cop més ens ofereixen més varietat de dispositius de lectura i una millora progressiva i permanent del que ofereixen així com un disseny cada cop més intuïtiu i fàcil de manejar. (Cordón García, J.A. *et al*, 2011).

3.2. Presència del sector editorial a Internet

Un dels primers esdeveniments relacionats amb el sector editorial que van ocórrer a la xarxa va ser el Projecte Gutenberg (www.gutenberg.org) de Michael Hart l'any 1971. El Projecte Gutenberg és la creació d'una biblioteca online de llibres electrònics gratuïts a partir de llibres publicats anteriorment i exempts de copyright. Aquest projecte va trigar 20 anys a estar totalment acabat, ja que la tecnologia d'aquells anys no va permetre que s'acabés abans. (Cordón García, J.A. *et al*, 2011).

La filosofia i la idea que tenia Hart, tal com va escriure ell mateix en un assaig l'any 1992, era: *“tot el que es pot introduir en un ordinador, es pot reproduir indefinidament”*, concepte que va anomenar “replicator technology”. Aquest concepte de tecnologia replicadora implicava una còpia de cada llibre introduït, disponible gratuïtament per a cada persona. La idea principal era la transmissió i disponibilitat total de continguts en un format en què tots els ordinadors i dispositius poguessin llegir-los.

Anys més tard, l'any 1993 va néixer Online Books Page (<http://onlinebooks.library.upenn.edu>) fundada per John Mark Ockerbloom, on s'oferia un gran catàleg de llibres el qual, l'any 2003, ja disposava de 20.000 obres i l'any 2007 comptava amb un total de 30.000 títols, 7.000 dels quals formaven part del Projecte Gutenberg (Cordón García, J.A. *et al*, 2011). Actualment, la Universitat de Pennsilvània, específicament, la biblioteca de la universitat, és la que proveeix el servidor i l'espai del catàleg.

Actualment el Projecte Gutenberg disposa de pàgines web de les quals es pot descarregar el seu contingut i també és possible a través de p2p, transmissió d'arxius entre ordinadors interconnectats. La creació d'aquest projecte ha permès la digitalització de moltes obres que avui en dia encara es poden obtenir i també ha sigut en gran part impulsor de la presència del món literari a Internet, disponible per a tots.

La National Academy Press (NAP) va ser la primera editorial física que oferia la venda de llibres en format tradicional a través d'Internet, l'any 1994. La seva estratègia va ser la publicació a Internet de 700 llibres del seu catàleg que podien ser llegits gratuïtament. En un any, la NAP, va augmentar les seves ventes un 17%. (Lebert, 2010).

Les altres editorials presents en aquells anys, dubtaven a causa de la inversió que suposava publicar a Internet, els drets d'autor i el fet de ser un acte que podia ser desavantatjós per a la indústria editorial. Però en el cas de la National Academy Press, segons Marie Lebert, l'any 2010, van ser els mateixos autors els qui varen demanar aparèixer a la pàgina web per a donar a conèixer la seva obra.

L'editorial francesa CyLibris, fundada per Oliver Gainon l'any 1996, va ser la primera editorial que va publicar digitalment les obres d'autors novells, entre altres publicacions. Els llibres només es podien obtenir a través de la pàgina web de CyLibris. S'imprimien només els llibres que comprava el lector i s'enviaven a casa. Gainon explicava l'any 2000:

"CyLibris ha sido creada primero con la idea de especializarse en un sector preciso que en nuestra opinión los otros editores no han sabido cubrir bien: la publicación de primeras obras, o sea, obras de autores principiantes. Al fin y al cabo, lo que nos interesa es aquella literatura que no puede encontrar su lugar dentro del circuito tradicional [...] Nuestro sistema no es ni más caro, ni de una calidad inferior; obedece a una economía diferente que a largo plazo, en nuestra opinión, probablemente acabará generalizándose." (Lebert, 2010; 31)

L'any 2003, els llibres digitals comencen a ocupar un lloc significatiu al mercat i per aquest motiu va ser necessari l'adopció de nous formats que s'adaptessin als dispositius d'aquells anys. De manera paral·lela, augmentà també el nombre de llibreries online entre les quals podíem trobar Amazon i Barnes&Nobles.

Google, inspirat durant una visita per la Universitat d'Oxford pels projectes que s'estaven duent a terme per tot el món, s'embarcà en un procés de digitalització de tota la col·lecció de llibres de la biblioteca en un període de tres anys. Aquell mateix any, s'unien al projecte altres universitats i editorials com la Universitat de Cambridge, la Universitat de Chicago, la Universitat de Princeton, les editorials Pearson, Penguin, McGraw Hill, Springer, Taylor&Francis, Thomson Delmar i Warner Books. Un mes més tard, s'anuncia el projecte Google Print, predecessor de Google Books, i l'afiliació d'encara més universitats com la Universitat de Harvard, la Universitat de Michigan, la Universitat de Standford i la

Biblioteca Pública de Nova York. El catàleg de llibres era d'un total de 15 milions de volums.

Actualment, moltes de les llibreries físiques disposen de botiga virtual a través de la qual es poden obtenir els seus llibres en format paper així com llibres en format digital. Aquestes llibreries conviuen amb les llibreries virtuals des de les quals es poden obtenir majoritàriament llibres digitals.

L'any 2012, segons "Hábitos de Lectura y Compra de Libros", les llibreries físiques tenien un 65% de compradors de llibres, i Internet tenia un 4,7% de compradors, augmentant un 32,2% respecte a l'any anterior. Del total de gent que consumeix llibres descarregats d'Internet, un 32% paga els llibres i un 64,4% se'ls descarrega gratuïtament.

Segons un altre estudi realitzat per "Comercio Interior del Libro en España", la facturació de llibres durant l'any 2012 va patir un descens respecte a l'any anterior. La venda per Internet i la venda telefònica van ser les úniques que van augmentar.

3.3. La digitalització del Sector Editorial

L'any 2013, segons "Panorámica de la Edición Española de Libros", 709 editorials van publicar llibres digitals. Aquestes editorials corresponen al 23% d'editorials actives d'aquell mateix any. Si ho comparem amb les editorials dels anys anteriors, 491 l'any 2011 i 664 l'any 2012, es pot apreciar un augment significatiu en la digitalització de la lectura.

Les editorials que més han apostat per l'edició digital han sigut les següents: Anaya, Harlequín Ibérica, la Universitat Autònoma de Barcelona, Edicions SM, B de Books, McGraw-Hill Interamericana Espanya, Bubok, Editorial Editex, Editorial Círculo Rojo i Editorial UOC.(Observatorio de la Lectura y el Libro, 2014).

Cada editorial i cada empresa de venda de dispositius electrònics ofereix diferents característiques o especificacions concretes en els seus productes, els quals tindran diferents preus i formats.

3.3.1. Formats

Amb l'aparició dels primers e-readers, cada marca tenia el seu propi format, de manera que existeixen més de 20 formats de lectura diferents si es tenen en compte totes les marques disponibles al mercat i els models de cada dispositiu. Aquest fet feia difícil l'intercanvi de fitxers entre els lectors. El format PDF, d'Adobe Reader, era l'únic que majoritàriament era

vàlid per tots els dispositius però tot i així seguia sense cobrir tot el ventall de dispositius del mercat. Es va crear la necessitat d'establir un format vàlid per a tots, el format ePub, presentat per Adobe. Va ser amb la inclusió d'aquest format al catàleg de llibres digitals de Google Books quan el format ePub va esclatar i van ser disponibles per al lector més d'1.000.000 de llibres en format ePub, convertint-lo en format estàndard. (Cordón García, J.A. *et al*, 2011).

L'any 2013, per primera vegada, el format ePub supera les publicacions en format PDF— 39,1% i un 38,5% respectivament— segons l'estudi de “Panorámica de la Edición Española” l'any 2013. Els diferents formats segueixen competint avui dia, i cada dispositiu segueix tenint el seu propi format o adoptant-ne uns quants i d'altra banda, la majoria dels llibres digitals també són disponibles en més d'un format. Per tant, ens trobem en un punt en què els formats ja no són un impediment per a gairebé cap dispositiu.

Segons el dispositiu podem trobar formats molt diversos. A la taula següent es pot apreciar que tot i variar en alguns formats, els dispositius sempre disposen de: ePub, pdf, txt, fb2 (a excepció de Kindle) i mobi (a excepció de Sony).

E-reader	Formats que suporta
Sony Reader PRS-T3	EPUB ,PDF, TXT, FB2
Wolder Mibuk Dreams	PDF (DRM), EPUB (DRM), FB2, TXT, HTML, MOBI, RTF, PDB
Energy System e6	TXT, PDF, PDB, EPUB, FB2, HTML, RTF, MOBI
Tagus Táctil	PDF&EPUB DRM, TXT, HTML, CHM, PDB, MOBI, FB2, DJVU, PDF, EPUB, WORD, RTF, ZIP
Kindle	Format Kindle (AZW3), Kindle (AZW), TXT, PDF, MOBI ,PRC, HTML, DOC, DOCX
Bq Cervantes Touch/ Fnac Touch	EPUB, PDF, FB2, MOBI, DOC, RTF, TXT

Taula 1. Formats dels diferents dispositius

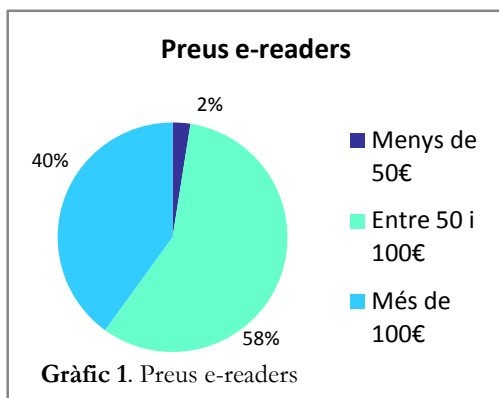
3.3.2. Preus

A partir de la cerca realitzada a través de les principals botigues en les quals actualment es poden adquirir dispositius electrònics de lectura: Fnac, MediaMarkt, Corte Inglés, La Casa del Libro i Amazon, i analitzant els dispositius que tenien a la venda al mes de Maig del 2014 (Fnac, Sony, Wolder, Energy System, Woxter, Archos, Approx, SPC, Tagus, Kindle, Inves, Papyre, Trekstor, Bq i Kobo), hem extret els resultats respecte els preus d'aquests dispositius que es mostren a la Taula 2 (consultar a l'Annex 1 per veure la taula completa).

Model	Preu
Mitjana Fnac	129 €
Mitjana Sony	147 €
Mitjana Wolder	80 €
Mitjana Energy System	69 €
Mitjana Woxtor	103 €
Mitjana Archos	106 €
Mitjana Approx	81 €
Mitjana SPC	99 €
Mitjana Tagus	150 €
Mitjana Kindle	132 €
Mitjana Inves	92 €
Mitjana Papyre	149 €
Mitjana Trekstor	64 €
Mitjana BQ	129 €
Mitjana Kobo	122 €
Mitjana mercat	108 €

Taula 2. Preus dels dispositius i mitjana de la marca.

La mitjana del preu dels dispositius electrònics de lectura del mes de Maig del 2014 és de 108€. És observable a la taula anterior que totes les marques que disposen d'e-readers tenen varietat de preus a excepció d'algunes marques com Sony en que tots els seus dispositius superen els 100€ o Trekstor, en que tots els preus són inferiors a 75€.



El 58% dels e-readers que hi ha actualment al mercat català i espanyol oscil·len entre 50€ i 100€, el 40% dels dispositius supera els 100€ de preu i només un 2% dels dispositius té un cost inferior a 50€. D'altra banda, pel que fa als llibres digitals, s'ha intentat realitzar una cerca per veure la mitjana dels llibres a les botigues més comunes on adquirir llibres digitals (La Casa

del Libro, Fnac, El Corte Inglés i Amazon) però tot els llibres de l'apartat Novetat tenen el mateix preu a totes les botigues, impeding així qualsevol tipus competència pel que fa als preus dels llibres.

3.3.3. Drets d'autor i DRM

La digitalització del sector ha suposat la modificació de lleis com el projecte de llei "Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual". L'any 1996, es tracten diferents articles referents als drets d'autors, entre els quals s'estableix que la propietat intel·lectual d'una

obra literària, artística o científica correspon a l'autor i és amb el consentiment d'aquest quan l'obra pot ser divulgada i accessible al públic en qualsevol forma.

A l'article 14, s'especifiquen els drets de l'autor sobre l'obra que són: decidir si vol que la seva obra sigui divulgada i amb quina forma, si aquesta divulgació serà amb el seu nom o sota pseudònim, fer respectar la integritat de l'obra i impedir qualsevol modificació que pugui perjudicar-la.

Pel que fa als llibres digitals és més fàcil que pateixin qualsevol infracció dels drets d'autor i el seu contingut pot ser propens a patir modificacions. No hi ha actualment cap llei a Espanya que especifiqui o anomeni directament els llibres digitals però sí que queda establert a l'article 10, -que "son objeto de propiedad intelectual todas las creaciones originales, literaturas, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro", així doncs, queda comprès qualsevol suport, també els intangibles, actualment conegut o inventat al futur, i per tant, protegit pels drets d'autor com a qualsevol obra analògica.

El DRM (Digital Rights Management) és un dispositiu i alhora un concepte que permet incorporar els usos permesos per l'autor en la seva obra. Incorpora diverses tècniques que permeten a l'autor controlar com s'utilitzen els continguts per part dels usuaris. La seva finalitat és evitar qualsevol tipus d'activitat il·legal amb la seva obra. Es va establir a partir d'un tractat de la OMPI (Organización Mundial de la Propuesta Intelectual) l'any 1996 i més tard va ser ratificat per la directiva "Derechos de Autor en Internet"(Cordón García, J.A. *et al*, 2011).

Tot i així, els DRM dels llibres electrònics són problemàtics pel que fa a les biblioteques o altres espais públics d'accés a la informació a causa de la seva alta protecció dels llibres, ja que tot i tenir l'autorització de l'autor per incloure el llibre en una biblioteca, els DRM podrien dificultar-ne la difusió. (Observatorio de Lectura y el Libro, 2010).

4. NOUS MODELS DE LECTURA

En aquest tercer apartat veurem les possibilitats que ens ofereixen els llibres electrònics i les tauletes, així com l'oferta dels nous models de lectura que es pot trobar actualment al mercat espanyol. Farem un recull de les característiques físiques d'aquests dispositius, fixant-nos en els principals models a la venda així com una anàlisi dels models més representatius com són, per una banda, Amazon, amb el seu dispositiu Kindle i, Google Books, amb la seva gran oferta de llibres disponible virtualment.

4.1. Llibre electrònic

Entre els anys 1999 i 2010 hem viscut els anys de més pressions i canvis en una nova forma de llegir que molts preveïen com la fi del que fins avui coneixíem com a llibre. Des de l'any 2010 fins a l'actualitat, la consolidació d'aquests models s'ha fet cada dia més clara i present en tots els àmbits de la nostra vida; tant en el món acadèmic, el món empresarial o fins i tot als serveis públics.

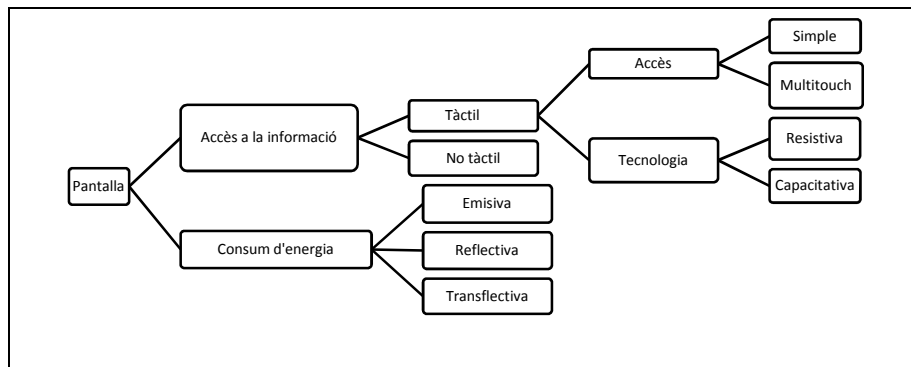
Aquests dispositius de lectura han viscut canvis, millores i incorporacions fins arribar a ser el que avui coneixem i encara seguiran vivint-ne més fins adoptar una forma que mai ens haguéssim imaginat. Els avenços d'aquests nous aparells dependran sempre de les necessitats que vagin sorgint i de l'acceptació dels lectors i dels consumidors.

4.1.1. Característiques físiques

Tal i com planteja José Antonio Cordón García, al seu llibre "Gutenberg 2.0", els dispositius de lectura electrònica tenen una sèrie de components i especificacions que determinen les seves característiques actuals. En aquest apartat tractarem els components més generals dels quals disposen tots els dispositius electrònics de lectura avui en dia.

Les pantalles

La pantalla és un dels aspectes dels e-reader que més variants té segons el model que s'utilitzi, ja que depenen del tipus de tecnologia que el formi, podran variar la qualitat i el que ens oferirà. La mida habitual de les pantalles és entre 6 i 10 polzades, i la seva resolució dependrà del nombre de píxels. Respecte a la resolució, les pantalles de 10 polzades solen ser de 1024 x 768 i les de 6 de 800 x 600. És important, a part de la mida i la resolució, conèixer la tecnologia que utilitzen. Podem classificar-les segons com accedeixen a la informació i segons el seu consum d'energia.



Gràfic 2. Tipologia de les pantalles per Cordón Garcia, J; Gómez Díaz, R i Alonso Arévalo, J

Pel que fa a l'accès, tenim dos models de pantalles; les tàctils i les no tàctils. Les pantalles no tàctils disposen d'uns botons que, seleccionant-los, ens mostren les diferents opcions del dispositiu. Les pantalles tàctils, en canvi, ens permeten accedir al text amb un toc directe sobre la pantalla, ja que detecten on s'ha produït el contacte, i a partir d'aquest toc, s'envien els senyals al dispositiu. Hi ha dos tipus de pantalles tàctils en funció de la tecnologia de transmissió que utilitzen, les resistives i les capacitives.

Les pantalles resistives estan formades per dues capes separades mínimament. En tocar la pantalla, es posen en contacte les capes i produeixen un corrent elèctric, seleccionant la informació del lloc tocat. Un avantatge important d'aquest tipus de pantalla és que són més resistents a l'aigua que les capacitives, tot i així al tenir dues capes, la seva brillantor es redueix un 25%. D'altra banda, les pantalles capacitives estan cobertes per un material conductor d'electricitat a través d'un sensor. Això fa que detectin diverses pulsacions a la vegada a partir d'un toc lleuger, al contrari de les pantalles resistives, on s'ha de fer una petita pressió sobre la pantalla per entrar als continguts. A causa d'aquest aspecte, els continguts apareixen immediatament després de seleccionar el que volem obrir. La qualitat i claredat de les pantalles capacitives sol ser més alta que la de les pantalles resistives.

Depenent del consum d'energia que el dispositiu faci també existeixen diverses opcions de dispositius electrònics: les pantalles reflectives, les pantalles emissives i les pantalles transflectives.

Les pantalles reflectives són pantalles que no emeten llum i tan sols consumeixen energia al produir la pàgina. Utilitzen un material que reflecteix part de la llum que rep la pantalla.

D'altra banda, les pantalles emissives, necessiten energia tant per produir la pàgina com per mantenir-la encesa. Són conegudes també com a pantalles retroiluminades i són les més utilitzades actualment en els dispositius que no utilitzen tinta electrònica, o fins i tot en els

que la utilitzen. Per últim, les pantalles transfectives, combinen la tecnologia de les pantalles reflectives i les emissives. Quan no hi ha llum, o n'hi ha molt poca, utilitzen retroiluminació, i quan reben suficient llum, l'aprofiten, en lloc de consumir la seva pròpia. Tot i així, no són tan eficients com les que només utilitzen una de les dues tecnologies.

La tinta electrònica

L'aparició de la tinta electrònica ha suposat un gran avenç en els llibres digitals a causa de l'absència d'il·luminació, de manera que, aconsegueixen un alt contrast consumint molt poca energia.

Els dispositius que permeten aquesta tecnologia disposen de pantalles formades per tres capes. La primera capa està formada per microtransmissors elèctrics, la segona per un fluid incolor en el qual estan suspeses unes partícules molt petites anomenades microcàpsules. Aquestes microcàpsules poden tenir una càrrega positiva o negativa, i finalment, una tercera capa que s'encarrega de protegir les dues anteriors.

Les microcàpsules són de forma rodona i tenen dues parts, una blanca i l'altra negra. La part negra té càrrega positiva i la blanca negativa. Aquestes càpsules, cobertes per un líquid, tendeixen a pujar segons si el transmissor és positiu o negatiu. Si el transmissor és positiu, pujarà la part negra, si és negatiu, apareixerà la blanca. D'aquesta manera es va dibuixant el text en el dispositiu i el consum d'energia només es produeix en crear la pàgina, és a dir, quan es mouen les microcàpsules. Aquesta tecnologia va ser desenvolupada per primer cop per Gyricon.

La tecnologia E-Ink, desenvolupada anys més tard, és la més coneguda actualment i molts dels dispositius del mercat, en disposen. La resolució que aconsegueix és major que la desenvolupada per Gyricon, ja que cada microcàpsula té dos transmissors en lloc d'un. Per tant, és tot el conjunt de partícules blanques o negres, o una combinació de les dues, el que apareix a la pantalla i no només una part com passava amb Gyricon. Aquesta tecnologia només consumeix energia al canviar la informació de la pantalla a causa del fet que no necessita retroiluminació i permet la visualització del contingut inclús a la llum del sol. Les microcàpsules no consumeixen energia un cop dibuixat el text, independentment del temps que tinguem oberta la mateixa pàgina. (Cordón García, J.A. *et al*, 2011).

4.1.2. Anàlisi dels principals models

Per veure les principals característiques dels dispositius de lectura electrònics que ofereix el mercat actualment, hem dut a terme una cerca a les principals botigues i establiments de

productes electrònics (La Casa del Libro, Fnac, El Corte Inglés, Amazon i MediaMarkt) per saber-ne més sobre les característiques que tenen, com per exemple: la tinta electrònica, la capacitat, la mida de la pantalla, etc. A continuació, en mostrem una taula explicativa:

	Pantalla	E-ink	Retroiluminació	Tàctil	Wi-Fi	3G	Capacitat	Pes	Mida	Lector Tarjetas
Fnac Touch Light										
Sony Reader PRS-T3	6"	Sí	No	Sí	Sí	No	2GB	200gr	160x109 mm	Sí
Sony PRS-T3S	6"	Sí	No	Sí	Sí	No	2GB	160gr	107 x 160 mm	Sí
Wolder miBuk Dreams	6"	Sí	No	No	No	No	4GB	214gr	178 x 132 mm	Sí
Wolder miBuk Imagine	6"	Sí	No	Sí	Sí	No	4GB	225gr	166 x 127 mm	No
Wolder MiBuk Delta 7.0	7"	No	No	No	No	No	2GB	110gr	154x85,9 mm	Sí
Energy System E6	6"	Sí	No	No	No	No	4GB	184gr	120 x 172 mm	Sí
Energy Sistem Color C4	4,3"	No	No	Sí	No	No	4GB	135,5gr	126x83 mm	Sí
Woxter Paperlight 300	6"	Sí	Sí	No	No	No	4GB	170gr	164x110 mm	Sí
Woxter Scriba 190	6"	Sí	No	No	No	No	4GB	*	*	Sí
Woxter Paperlight 200	6"	Sí	Sí	No	No	No	4GB	*	*	Sí
Archos Ereader Arnova	7"	No	No	No	Sí	No	4GB	304gr	196x116,7 mm	Sí
Approx appEB02G	7"	No	No	No	No	No	4GB	260gr	185,4x120,5 mm	Sí
Approx appEB04G	6"	No	No	No	No	No	4GB	190gr	168x118 mm	Sí
Approx appEB06G	4,3"	Sí	No	No	No	No	4GB	110gr	128x85 mm	Sí
SPCinternet 5704N	7"	No	No		No	No	4GB	499gr	175x126 mm	Sí
SPCinternet 5601F	6"	Sí	No	Sí	No	No	4GB	228gr	171x122 mm	Sí
SPCinternet 5900N	9"	No	No	No	No	No	4GB		232x160 mm	Sí
Tagustablet	7"	No	No	Sí	Sí	No	8GB	313gr	189x123 mm	Sí
Tagustactil	6"	Sí	No	Sí	Sí	No	4GB	220gr	170x117 mm	Sí
Taguslux	6"	Sí	Sí	Sí	Sí	No	4GB	185gr	170x117 mm	Sí
Tagusmagno	9,7"	Sí	No	Sí	Sí	No	4GB	520gr	241x178 mm	Sí
Kindle	6"	Sí	Sí	No	Sí	No	2GB	170gr	166x114 mm	Sí
Kindle Paperwhite	6"	Sí	Sí	Sí	Sí	No	2GB	206gr	169x117 mm	Sí
Kindlr Paperwhite 3G	6"	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	2GB	215gr	169x117 mm	Sí
Inves Wibook 660LT	6"	Sí	No	Sí	No	No	4GB	220gr	159,3x113,1 mm	Sí
Inves Wibook 651L	6"	Sí	No	No	No	No	4GB	207gr	168,4x117 mm	Sí
Inves Book 601	6"	Sí	No	No	No	No	2GB	186gr	158x124 mm	Sí
Papyre pad1010	10,1"	No	No	Sí	Sí	No	1GB	*	*	Sí
Papyre 602W	6"	Sí	No	No	Sí	No	4GB	*	*	Sí
Trekstor Pyrus 2	4,3"	Sí		No	No	No	2GB	216gr	167 x 123,5 mm	Sí
Trekstor Pyrus Mini	6"	Sí	No	No	No	No	2GB	111gr	128 x 85 mm	Sí
Trekstor Pyrus	6"	Sí	Sí	Sí	Sí	No	2GB	216gr	167x123,5 mm	Sí
BQ Nuevo Cervantes	6,8"	Sí	Sí	No	Sí	No	4GB	185gr	169x116 mm	Sí
Kobo Aura HD	6"	Sí	No	Sí	Sí	No	4GB	240gr	175,7 x 128,3 mm	No
Kobo Touch	6"	Sí	Sí	Sí	Sí	No	2GB	185gr	165x114 mm	Sí
Kobo Glo	6"	Sí	Sí	Sí	Sí	No	2GB	185gr	157,4x113,9 mm	Sí

4.1.3. Model d'Amazon: Kindle

Amb l'arribada al mercat dels llibres electrònics, al Novembre del 2000, Amazon treu a la venda 1000 e-books, número que augmenta durant els següents mesos a causa de la seva demanda i bona resposta del públic. I l'any 2007, després d'haver comprat Mobipocket, presenta el seu propi dispositiu de lectura, Kindle, amb un catàleg de 80.000 e-books. Aquest catàleg, tres anys més tard, disposava d'uns 450.000 e-books. (Lebert, 2010).

La sortida al mercat de Kindle, l'any 2007, va suposar un gran avenç perquè utilitzava tinta electrònica. El primer Kindle tenia una pantalla de 6" i una mida de 134 x 190 x 18 mm. Tot i així, no tots els aspectes de Kindle eren positius; la resolució de la pantalla no era molt alta i només disposava de 4 escales de grisos. Això es va millorar amb el dispositiu Kindle 2 que va sortir al mercat l'any 2009, el qual disposava de 16 escales de grisos.

Kindle 2 comptava amb una bateria i una memòria superiors a la del model anterior; el seu disseny era més prim i tenia una disposició dels botons diferents al Kindle. Amazon va incloure en aquest dispositiu la connexió Evdo amb la que es podien descarregar llibres des de la pàgina web sense cap cost addicional i sense haver de connectar el dispositiu a cap ordinador. També hi van incloure la tecnologia Whyspync amb la qual es podien sincronitzar dispositius per compartir llibres.

Durant el mateix any, també va aparèixer Kindle DX, un dispositiu amb un pes i una mida superior als models anteriors a causa de la pantalla de 9,6". L'objectiu del Kindle DX era ser utilitzat per la lectura de llibres de text, diaris i visualització de dissenys gràfics.

L'agost del 2010, Amazon presenta dues versions d'un mateix model de Kindle; una amb Wi-Fi i l'altre amb Wi-Fi i 3G. Els dos dispositius eren un 21% més petits i un 15% més lleugers que Kindle 2. El seu preu també es va reduir a causa de la situació econòmica mundial.

Fundació d'Amazon

L'any 1994, Jeffrey Bezon, un llicenciat en Enginyeria Elèctrica i Informàtica, va realitzar un estudi de mercat per saber quin era el producte que es vendria millor a través d'Internet. Els cinc primers resultats van ser: llibres, CD's, vídeos, software i material informàtic. A partir d'aquests resultats, l'any 1995, Bezon fundà a Seattle l'empresa Amazon amb 10

empleats que van passar a ser-ne 7500 i una oficina a Estats Units que va acabar tenint filials a Regne Unit, Alemanya, França i el Japó, cinc anys més tard.

L'any 1996, Bezon decideix inspirar-se en la llibreria Bookshop. L'objectiu era que qualsevol persona amb una pàgina web pogués vendre llibres del catàleg d'Amazon guanyant un 15% dels beneficis de la venda. Un any més tard, Amazon tenia 30.000 pàgines webs associades al seu catàleg.

4.1.4. Model de Google: Google Books

La iniciativa Open Content Alliance (OCA) d'Internet Archive, iniciada l'any 2005, va ser un projecte cooperatiu entre biblioteques digitals de tot el món amb l'objectiu de crear un corpus multilingüe de llibres digitalitzats que es podien descarregar. A partir d'aquesta iniciativa, Google decideix crear, al maig del 2005, Google Print. Tres mesos després, es veu obligat a tancar el projecte a causa d'un conflicte amb autors que acusaven Google d'haver digitalitzat llibres amb copyright sense la seva aprovació.

L'any 2006, neix Google Books, amb el mateix objectiu que Google Print però amb un nom renovat. L'objectiu era digitalitzar els llibres de grans biblioteques com Harvard, Oxford, l'Estat de Baviera o la Biblioteca de Catalunya, entre d'altres. Dos anys més tard, comptava amb 7.000.000 d'obres digitalitzades amb la col·laboració de 24 biblioteques, dues d'elles espanyoles, i 2000 editorials

Tot i haver patit diverses modificacions, el model actual permet a cada usuari tenir accés un espai propi, ofert per Google, amb continguts que tenen drets d'accés. Un cop seleccionat un contingut, l'usuari té l'opció de comprar, consultar, copiar o descarregar en PDF un 20%. Això és degut als acords amb Author Guild i a Association of American Publishers amb els que Google va tenir conflictes legals a causa de la presentació de grans fragments d'obres a la seva biblioteca. L'any 2008, s'arriba a un acord per la repartició dels beneficis generats i el pagament de 125.000.000 de USD.

Google presenta actualment un 20% de les obres online amb un enllaç que permet comprar-les des de la pròpia pàgina de Google o des d'altres llibreries. (Cordón García, J.A. *et al*, 2011)

4.2. Tauletes

Des de l'any 1978, quan Apple treballava amb el Knowledge Navigator, hi han hagut tauletes o inclús a l'any 1972 ja es treballava amb dispositius semblants a les actuals tauletes

(Dynabook d'Alan Kay). Knowledge Navigator era un cercador de textos tàctil amb reconeixedor de la veu que permetia cerca grans quantitats de textos introduïts en una base de dades. Però tot i així, no estaven disponibles al gran públic ni disposaven de gairebé cap de les funcions les quals disposen avui en dia les tauletes.

L'origen d'un mercat de tauletes universal, va sorgir l'any 2010, amb la presentació d'Ipad i un any més tard, Ipad 2. L'atractiu d'un ordinador ocupant poc més de l'espai que ocupa un smartphone ha fet que molts dels lectors optin per una tauleta en lloc d'un e-reader. Les prestacions que ens ofereix una tauleta són molt més diverses, tot i els avenços que van vivint els dispositius de lectura, ja que ens permeten la visualització en color d'imatges, vídeos, la descàrrega d'aplicacions de tot tipus, el retoc i la creació de documents així com una cerca a Internet molt més visual i no en escala de grisos.

Tot i així, la seva pantalla retroiluminada LED provoca el reflex de la llum natural i pot ser perjudicial i molesta per la vista al cap de moltes hores, de la mateixa manera que ho són les pantalles dels ordinadors i les televisions. Però a banda d'aquest inconvenient, des de l'aparició del primer Ipad, han anat sortint al mercat grans competidors com les tauletes Samsung o d'altres molt més accessibles com les de BQ. La iniciativa, en aquest aspecte, la va tornar a tenir Amazon, Kindle Fire, una tauleta dissenyada per competir amb Apple, oferint gairebé les mateixes prestacions a un preu de 199 USD, preu molt allunyat dels 600 USD dels primers Ipad. (Cordón García, 2012).

La lectura és un dels aspectes que ens permeten aquest tipus de dispositius, però no l'únic, per tant, la seva venda pot ser impulsada en gran part per altres activitats o per motius de treball. A través de les botigues associades a aquests dispositius (Play Store, Bookstore, Marketplace) hi ha disponible tota una botiga online de llibres i aplicacions de lectura, gratuïtes i de pagament, molt variades i amb diverses funcions de la mateixa manera que Amazon disposa del seu catàleg pels dispositius Kindle.

Quin és el dispositiu més adient per una persona o quin s'implantarà per sobre de l'altre són qüestions sense resposta actualment. Tenint en compte que els e-reader només permeten la lectura i alguns d'ells cerques a Internet o diccionaris, sembla evident que les tauletes es podrien imposar davant els seus competidors. Tot i així, les persones que només utilitzen aquests dispositius per la lectura, és possible que prefereixin un e-reader per evitar molèsties oculars. (Cordón García, J.A. *et al*, 2011).

5. HÀBITES LECTORS

El sector editorial cada cop confia més en un mercat que poc a poc està oferint molt bons resultats i alhora sembla ajudar el mercat editorial a tirar endavant després d'uns anys sense cap èxit notable pel que fa a les seves vendes. Barnes&Nobles anuncia el tancament de moltes de les seves botigues físiques per centrar-se més en la venda digital i Amazon, durant les últimes campanyes nadalenques, comunica que ha venut més llibres digitals que en paper. (Cordón García, J.A. *et al*, 2011).

Aquests aspectes, l'increment i les millores de les especificacions dels suports electrònics destinats a la lectura, una baixada dels preus, tant dels llibres electrònics com dels dispositius, i un catàleg de llibres digitalitzats cada cop més ampli, estan consolidant un sector cada cop més digital. Tot i així, res hauria sigut possible sense l'acceptació d'aquests canvis per part dels lectors que han mostrat una resposta positiva cap aquests models. Manuel Castells, l'any 2009, explicà que aquesta acceptació ha sigut en part impulsada per l'existència de tota una generació de joves que ha crescut immersa en les noves tecnologies.

Prenent com a punt de partida l'informe publicat per la "Federación de Gremios de Editores", l'any 2012: "Hábitos de Lectura y Compra de Libros", el percentatge de lectors a Espanya ha augmentat fins a situant-se en un 63% de la població. Un 47,2% dels lectors afirma llegir amb una freqüència setmanal, en qualsevol suport, ja sigui llibre tradicional, e-reader, tauleta, smartphone o ordinador. Aquests mateixos resultats mostren que el 61,4% dels espanyols llegeix cada tres mesos, cosa que indica que un 38,6% de la població no llegeix o ho fa amb una freqüència inferior als tres mesos.

De la població que afirma llegir trimestralment, un 58% ho fa en suports digitals, amb un augment del 5.3% respecte l'any anterior. Tot i així el terme suport digital en aquesta anàlisi de l'hàbit lector de la població espanyola, engloba la lectura de diaris electrònics (un 47,9%). Això sembla indicar que hi ha un increment de l'ús dels dispositius electrònics de lectura de la mateixa manera que augmenten els hàbits de lectura. Això és degut a l'àmplia disponibilitat de diaris electrònics, revistes, articles i revistes a Internet. No obstant això, els lectors d'e-readers i tauletes també han augmentat respecte l'any 2010.

D'altra banda, si només tenim en compte la població que afirma llegir com a hobby o en el seu temps lliure, sense tenir en compte la lectura per treball o per estudis, també hi ha hagut un petit augment d'un 1,2% situant-se en un 59.1%.

A Espanya, el castellà és l'idioma habitual de lectura per un 92,6% seguit del català amb un 3,9%, percentatge que augmenta fins al 74.5% a Catalunya. Altres aspectes són per exemple el lloc de lectura habitual; un 97,3% ho fa a casa, seguit d'un 16.8% que ho fa al transport públic.

Segons el baròmetre de "Hábitos de Lectura y Compra de Libros", hi ha un perfil de lector, el qual es situa entre els 14 i els 24 anys, ja que és el grup d'edat amb un percentatge més elevat de lectors. Les dones llegeixen més per hobby que els homes, amb una diferència de 10 punts (un 64,1% i un 54% respectivament). Respecte al nivell d'estudis, un 84.2% dels universitaris són lectors habituals, tot i que cal tenir en compte també l'augment de lectors jubilats o a l'atur.

Així doncs, el perfil del lector a Espanya és el d'una dona universitària que llegeix en el seu temps lliure, ho fa en castellà (o en català si és catalana) i mitjançant un suport electrònic de lectura.

5.1. Biblioteques

L'increment de la demanda de llibres digitals ha fet que les biblioteques hagin d'adaptar-se en aquesta transició i apostar per aquests llibres. Aquest procés està sent un procés lent i costós a causa de la inversió que suposa i als canvis que s'han de generar.

La "Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas" a través de la "Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria" ha iniciat un projecte interbibliotecari amb l'objectiu que els lectors es familiaritzin amb la lectura digital i amb la biblioteca com a font d'aquests nous hàbits mitjançant la dotació de 1.391 dispositius de lectura que inclouen 6.284 obres. Els models dels dispositius són: Bq Cervantes Light, Papyre 6.1, iCarus Go, iCarus Sense, Inves Wibook 650T, Wolder Mibook Sensations, Tagus, Bq Avant i Bq Cervantes 2, tots ells, marques espanyoles.

Durant l'any 2012, 568.943 llibres electrònics es van demanar com a préstec a les biblioteques, més del doble que l'any 2010 i el nombre de lectors de llibres electrònics de les biblioteques va ser de 4.908. Això també va ser a causa de l'increment de biblioteques que oferien aquests serveis, que va augmentar d'un 2.1%, l'any 2010, a un 6.5% l'any 2012.

Segons el "Observatorio de la Lectura y el Libro" de l'any 2014, es poden observar avantatges i inconvenients a la incorporació dels llibres electrònics a les biblioteques.

Avantatges com l'estalvi d'espai, la contribució a evitar la pèrdua de llibres o la desaparició del llibre al dispositiu un cop vençut el termini de préstec contra inconvenients com la inversió inicial en dispositius electrònics i els llibres, així com el canvi d'hàbits dels usuaris.

L'article 37.3 del "Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual" (TRLPI) fa referència als drets d'autor a les obres exposades a les biblioteques i altres serveis públics exposant que l'autor de l'obra no es podrà negar a la reproducció d'aquesta en les biblioteques, entre altres serveis públics.

"Los titulares de los derechos de autor no podrán oponerse a las reproducciones de las obras cuando aquellas se realicen sin finalidad lucrativa por los museos, bibliotecas, fonotecas, filmotecas, hemerotecas o archivos de titularidad pública o integradas en instituciones de carácter cultural o científico, y la reproducción se realice exclusivamente para fines de investigación."

Tot i així, aquest sistema de protecció dels drets d'autor impedeix l'accés de diversos usuaris al mateix llibre, perdent així un dels avantatges més valuosos del préstec de llibres electrònics.

Malgrat aquesta teòrica inversió, la presència de llibres electrònics a les biblioteques públiques espanyoles i el coneixement dels socis sobre la presència d'aquests llibres a les biblioteques de la Diputació de Barcelona és gairebé inexistent.

La pàgina web de biblioteques de la Diputació de Barcelona disposa d'un apartat anomenat "Biblioteca virtual"; tot i així, es tracta només de la digitalització dels tràmits de préstec de llibres, consultes al catàleg, etc. Però no hi ha presència del préstec de llibres electrònics.

6. ANÀLISI DE L'ÚS DELS NOUS MODELS DE LECTURA

Per resoldre les hipòtesis anteriorment plantejades (1. Introducció) hem realitzat una enquesta a diversos lectors. Les hipòtesis que ens plantejàvem estaven enfocades a respondre diversos aspectes com per exemple, el volum de lectura, el preu dels llibres, etc. Aquestes van ser:

1. Els lectors han augmentat els seus hàbits de lectura des de l'arribada dels dispositius electrònics.
2. Els lectors que tenen un llibre electrònic descarreguen els llibres il·legalment
3. Els lectors comprarien més llibres si el preu d'aquests sigues inferior.

6.1. Enquesta

S'han realitzat 86 enquestes a través de la pàgina web Survio, en la següent adreça: <http://www.survio.com/survey/d/Z4J4E4R5P6W5E8K9L>. Els resultats estan dividits en les següents franges d'edat: 15-25, 26-36, 37-47, 48-60 i més de 60. Tot i que la nostra intenció era obtenir un nombre d'enquestats equitatiu per a tots els grups d'edat. Finalment pel tipus d'enquesta realitzada (via online) s'han obtingut més resultats de la franja 15-25. Això és a causa que part d'aquest grup d'edat són nadius digitals i tenen més facilitat d'accés als medis a través dels quals s'ha transmès l'enquesta (Facebook, Twitter, Google+ i correu electrònic).

Franja d'edat	Enquestes obtingudes
15-25	32
26-36	15
37-47	13
48-60	14
Més de 60	12

Taula 4. Franges d'edat i enquestes obtingudes

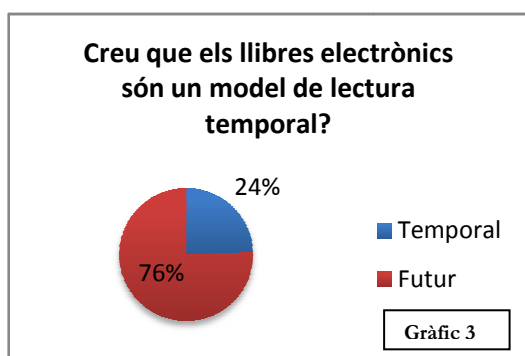
Les preguntes que s'han realitzat a través de l'enquesta són les següents:

- Creu que els dispositius electrònics de lectura eliminaran els llibres en format tradicional? Sí/No. Per què?
- Creu que els llibres electrònics són un model de lectura temporal?
- Compraria més llibres en format tradicional si el preu fos inferior?
- Quines d'aquestes editorials coneix? Marqui-les.
- Quant creu que hauria de valer un dispositiu electrònic de lectura bàsic? (tenint en compte la feina i els costos que existeixen).

- Compra llibres electrònics?
- Compraria més llibres electrònics si el preu fos inferior?
- Coneix alguna pàgina web de llibres digitals? Si en coneix alguna, digui quina.
- Coneix alguna editorial que només publiqui llibres digitals? Si en coneix alguna, digui quina.
- Té cap dispositiu electrònic de lectura? (e-reader o tablet). Quants?
- Si en té, quina marca?
- Si en té, per quin motiu el té? Ordeni de més a menys importància.
- Si en té, llegeix més ara que abans tenint aquest dispositiu?
- Si no en té, per quin motiu no en té un?
- Si no en té, li interessaria comprar-ne un? Per què?
- Si no en té, quant pagaria per un dispositiu electrònic de lectura?

6.2. Resultats

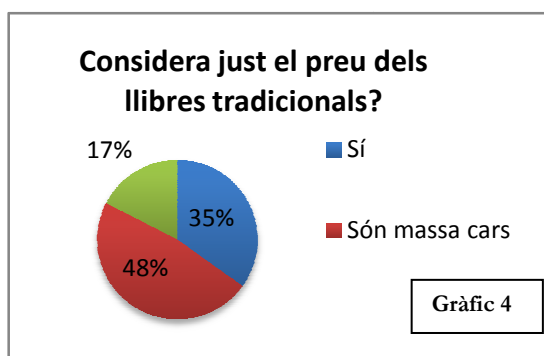
Per poder refutar o confirmar les hipòtesis, primer farem una anàlisi de les respostes més



rellevants obtingudes a l'enquesta. La primera pregunta que analitzarem és la següent: "Creu que els llibres electrònics són un model de lectura temporal?". Com es pot comprovar, la majoria dels enquestats (75 dels 86 enquestats) pensa que en un futur, els llibres més utilitzats seran els llibres electrònics, ja siguin e-readers,

tauletes, phablets, smartphones o qualsevol altre model que pugui aparèixer en un futur.

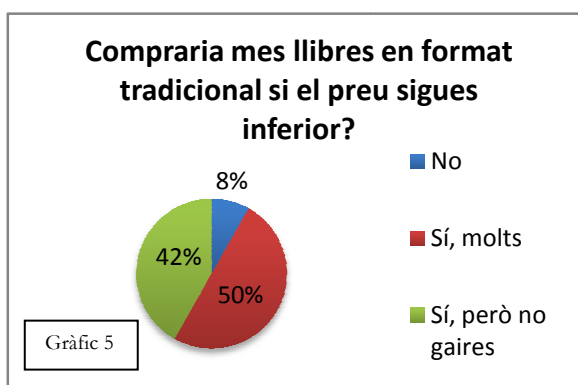
En relació amb la pregunta anterior, vam voler saber si els enquestats consideraven que el preu dels llibres tradicionals era just tenint en compte la feina i els costos que l'edició i la comercialització d'un llibre tradicional comporta.



Els resultats, com veiem a la gràfica, mostren que el 65% dels enquestats considera que el preu dels llibres tradicionals no és just. Un 48% considera que el preu és massa car i això fa que no compri, ja sigui per què no llegeixen o perquè ho fan amb un dispositiu electrònic. D'altra banda, un 17%, encara que els hi

sembla un preu elevat afirma que continua comprant-ne. La resta dels enquestats (30 dels 86) considera que el preu és just tenint en compte els aspectes llistats anteriorment.

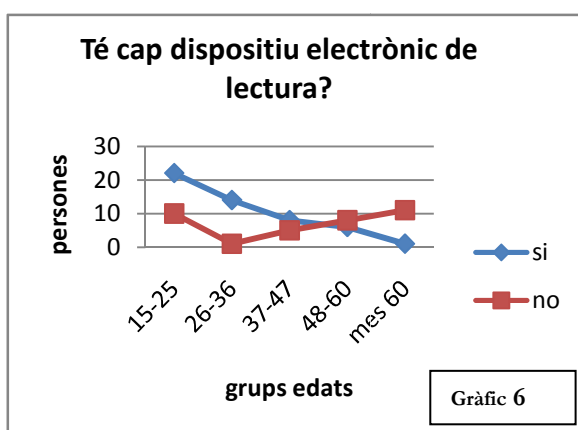
Com a conseqüència, vam voler saber si en el cas que els preus fossin inferiors als actuals, la gent en compraria més. En aquesta gràfica podem observar que la gran majoria, un 92% dels enquestats, afirmen que sí que en comprarien més, (un 50% en compraria molts més que actualment), mentre que només un 8% no variaria les seves compres.



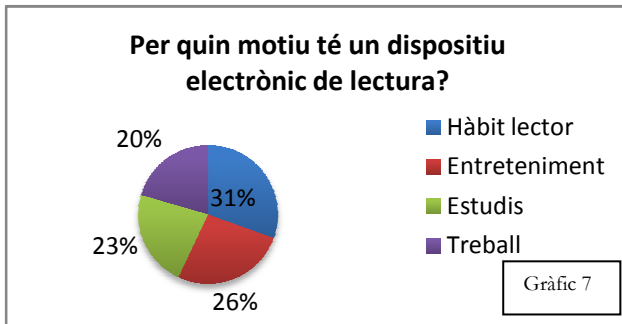
Aquests dos últims resultats ens fan pensar que les editorials haurien de plantejar-se modificar les seves estratègies de preus, ja que la gran majoria dels lectors creu que són cars i això podria provocar, en un futur, una baixada considerable de les vendes de llibres tradicionals i un possible augment en el consum de llibres electrònics.

Un dels objectius d'aquesta enquesta era comparar els usos dels dispositius electrònics i dels llibres tradicionals. Per això, per poder analitzar millor la informació calia saber quanta gent disposava d'un dispositiu electrònic de lectura.

En el gràfic següent, podem observar que en el primer grup d'edat (15-25) hi ha més volum de respostes. També podem extreure que, sobretot a les primeres franges d'edat, són majoria les persones que disposen d'un dispositiu electrònic de lectura. A la següent franja d'edat, 37-47 anys, podem observar que la diferència es redueix. I és entre aquesta franja i la següent, on trobem el punt d'inflexió; a partir d'aquest punt, la diferència es va fent més notòria a favor de la gent que no té cap dispositiu d'aquest tipus.



Els motius pels quals la gent decideix adquirir un dispositiu electrònic de lectura són majoritàriament per un hàbit lector, seguidament l'ús dels dispositius com a entreteniment, ja sigui per fer cerques a Internet, veure pel·lícules, jugar o consultar les xarxes socials. L'ús



d'aquests dispositius per motius d'oci pot indicar que possiblement, gran part dels enquestats que han respost "Entreteniment", utilitzen una tauleta.

Pel que fa a les marques dels dispositius que utilitzen els enquestats

les més utilitzades són Kindle i Apple, amb molta diferència respecte a la resta, seguides de Samsung i Sony.

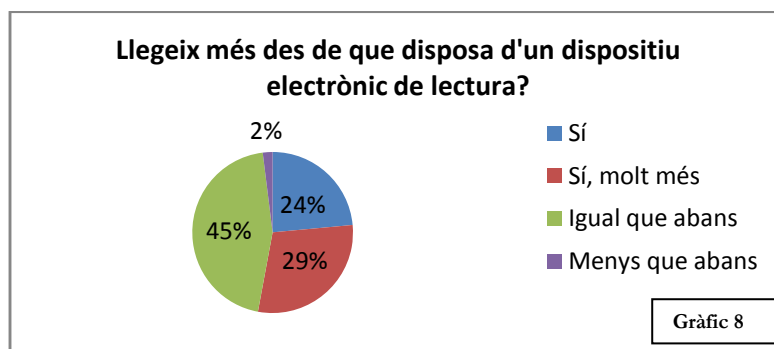
Aquests resultats ens mostren, de manera indirecta, quin tipus de dispositiu tenen els enquestats que han respost, ja que Apple només disposa de tauletes Ipad i Kindle només ofereix e-readers. Per veure la gràfica amb la resta de marques que utilitzen els enquestats, per saber-ne més, consulteu l'annex 2.

A l'annex també podem veure les gràfiques dels resultats sobre el preu que creuen els enquestats que haurien de tenir els dispositius electrònics, si coneixen editorials que publiquin només llibres digitals, els motius pels quals no disposen d'un dispositiu i si estarien interessats en adquirir-ne un.

6.3. Anàlisi de les hipòtesis

Un cop repassats els aspectes més significatius dels resultats obtinguts en la nostra enquesta, ens disposem a analitzar les nostres hipòtesis:

La nostra hipòtesi principal era la següent: "els lectors han augmentat els seus hàbits de lectura des de l'arribada dels dispositius electrònics", a causa de les comoditats que aquests ens ofereixen. Per confirmar o refutar aquesta primera hipòtesi hem observat els resultats obtinguts a la nostra enquesta. Podem veure a l'Annex 2 que el 59% dels enquestats afirma tenir un dispositiu electrònic de lectura, per tant, hem eliminat els enquestats que no en disposaven de cap per centrar-nos en l'objectiu de la nostra pregunta.



El 53% dels enquestats que tenen un dispositiu electrònic afirma haver augmentat el seu hàbit lector i especialment el 24% ho ha fet molt. La resta dels enquestats, el 45%, afirma que llegeix amb la mateixa freqüència que ho feia quan no disposava de cap dispositiu de lectura.

La diferència a favor de la gent que ha incrementat els seus hàbits lectors no ha sigut l'esperada. Abans d'obtenir els resultats, creiem que la gran majoria dels lectors amb dispositius electrònics haurien augmentat els seus hàbits de lectura, per tant, després d'analitzar les enquestes realitzades podem confirmar la nostra hipòtesi però s'esperava una diferència més gran entre els que afirmen llegir més que abans i els que afirmen que ho fan igual. Els resultats també podrien haver estat alterats pel nombre d'enquestats; és per això que proposem una cerca més ampliada d'aquest aspecte per acabar de confirmar o refutar la nostra hipòtesi.

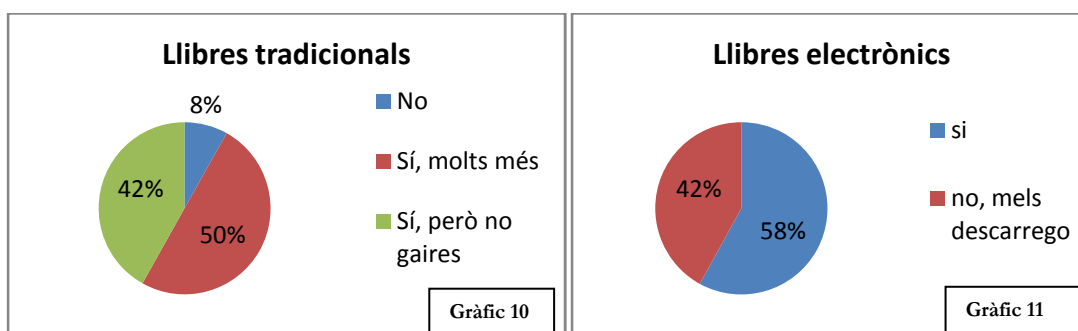
La nostra segona hipòtesi era la següent: "els lectors que tenen un llibre electrònic descarreguen els llibres il·legalment". Ens vam plantejar aquesta hipòtesi a partir de la comparació de la descàrrega il·legal que pateixen els sectors discogràfic i cinematogràfic. Per confirmar o refutar la nostra hipòtesi hem preguntat als enquestats si compraven els llibres electrònics o si els descarregaven gratuïtament. Cal destacar la possibilitat que alguns dels enquestats, tot i l'anonimat de l'enquesta, hagi respost que compra els llibres en lloc de descarregar-los il·legalment. Tot i haver-hi aquesta possibilitat, els resultats obtinguts a l'enquesta mostren una gran superioritat en la descàrrega gratuïta (un 73%) sobre la compra de llibres (un 27%), per tant, confirmem la nostra hipòtesi.

El baix preu dels llibres electrònics no és incentiu suficient pels lectors de llibres electrònics a causa de la fàcil obtenció d'aquests de manera gratuïta. Una cerca amb les paraules "llibre" i "electrònic" a Internet, gairebé ens ofereixen més pàgines webs il·legals que pàgines de compra de llibres; per tant, encara que els preus siguin baixos, el fet de poder obtenir-los sense cap cost fa que els lectors no inverteixin en ells. L'única manera de fer créixer la venda dels llibres electrònics és l'abolició de les pàgines web de descàrrega gratuïta fet que resulta gairebé impossible com també succeeix amb la música i les pel·lícules.



La nostra última hipòtesi era la següent: “els lectors comprarien més llibres si el preu d’aquests fos inferior”. Creiem que els lectors comprarien més llibres, tant electrònics com tradicionals, si el preu fos inferior. Cal recordar la gràfica 4 en la que la majoria de la gent considera que els llibres són cars o que el seu preu està per sobre del que consideren com a just.

Observant aquestes dades i si tenim en compte el que podem veure a les gràfiques següents, els lectors comprarien més llibres, tant tradicionals com digitals, si el preu fos inferior. Pel que fa als llibres tradicionals, en concret, tan sols el 8% dels enquestats no compraria més llibres si el preu baixés. D’altra banda, tot i que els consumidors de llibres electrònics afirmen també que comprarien més llibres digitals, existeix un alt percentatge de lectors que els descarreguen gratuïtament, per tant, són lectors als qui no afecta aquesta hipotètica baixada de preus.



Com a conclusió final, podem afirmar que la gent sí que compraria més llibres tradicionals en una hipotètica baixada de preus. Respecte als llibres electrònics, la diferència és mínima entre els lectors que sí que comprarien més llibres i els que no ho farien. Per tant, en una hipotètica situació de baixada de preus les vendes de llibres electrònics augmentarien mínimament. Això confirma les conclusions extretes a partir dels resultats de la segona hipòtesi plantejada.

7. CONCLUSIÓ

L'objectiu d'aquest treball ha sigut descriure la situació que està vivint el sector editorial a causa dels canvis constants per la implantació de les noves tecnologies. Conèixer l'origen de la relació entre aquest àmbit i les tecnologies, i esbrinar la situació real per part dels lectors.

El sector editorial ha sigut un sector poc lligat als entorns digitals però que ha hagut de redissenyar tot un nou marc d'estratègies per adaptar-se. Les noves tecnologies han donat la possibilitat de redissenyar el llibre, de fer-lo créixer i millorar-ne tots els aspectes possibles, sense deixar de ser el que és: una font d'històries i coneixements.

Els dispositius electrònics de lectura i els llibres digitalitzats, després de recórrer diverses etapes entre les quals el fracàs hi ha estat molt present, han aconseguit arribar a establir-se en una societat en la qual el llibre ha sigut massa cuidat i on hi havia una por implantada de reviure el que havia passat en el món musical; la pèrdua dels vinils deixant pas a uns altres objectes que sembla que tornen a viure la mateixa situació d'elisió.

L'augment de les ventes en els últims anys de llibres digitals així com la millora dels seus dispositius per fer-los cada cop més al gust dels lectors, sembla predir que serà un mercat cada cop més potent. Tot i així, el considerable augment dels llibres tradicionals també sembla indicar que aquests no desapareixeran sinó que estan trobant un equilibri perfecte per conviure els uns amb els altres, tal com mostren els resultats de les enquestes realitzades.

Ens hem topat amb un canvi cultural que, tot i que no tothom hi està d'acord, pot arribar a ser l'inici de tota una nova revolució cultural en un sector que des dels anys 80 treballa per aconseguir digitalitzar tot un catàleg, gairebé universal, i intentant crear aparells que puguin accedir-hi en aquests continguts, topant-se amb problemes legals com Google Print amb drets d'autor o fracàs en les ventes i posterior desaparició dels primers dispositius de lectura que van sorgir.

Poc a poc, la sortida endavant del Projecte Gutenberg, la col·laboració de les biblioteques més importants amb Google Books, l'estudi de mercat que va portar a Jezz Bezos a vendre i distribuir llibres per Internet o el fenomen Apple, entre molts altres esdeveniments gairebé històrics han impulsat el sector editorial a tornar a invertir en les noves tecnologies i a crear les seves pròpies estratègies de màrqueting i a adaptar-se en un procés en el qual les editorials i les tecnologies caminen juntes de la mà.

Així doncs, moltes de les editorials que coneixem publiquen digitalment gran part de les seves obres i les venen a través de les seves pròpies pàgines web, com per exemple, Planeta, Grijalbo, Alfaguara, Salamandra, Caballo de Troya, Plaza & Janés, Cúpula, Rosa dels Vents, Booket, entre moltes d'altres.

Les editorials han hagut de digitalitzar les seves obres, seguint la idea de Michael Hart (“tot el que es pot introduir en un ordinador, es pot reproduir indefinidament”), per adaptar-se a les exigències dels seus lectors que cada cop són més els que llegeixen digitalment. Tal i com mostren els diferents baròmetres realitzats en aquests últims anys. El perfil del lector actualment és el d'una dona universitària que llegeix llibres electrònics, en el seu temps llibre i en llengua castellana (o en llengua catalana si és de Catalunya).

Després de fer un repàs per tots els aspectes que ens han fet arribar en aquesta situació, ens adonem que el món tecnològic camina molt de pressa i que d'aquí a uns anys, els dispositius electrònics de lectura hauran canviat tant a causa de les millores que s'hagin realitzat que segurament no tindran ni la mateixa forma i tindran un altre nom completament nou. Per tant, no es tracta d'escollir entre un dispositiu o un altre o entre el paper i la pantalla sinó en seguir treballant per no perdre cap de les obres que formen el nostre patrimoni cultural perquè el format en el qual llegim avui no ho serà d'aquí a 20 anys.

Un cop superada, i amb èxit, aquesta por que tenien les editorials pel que havia de ser el final del llibre tradicional, any rere any sorgiran nous dispositius, noves millores i noves adaptacions per fer-los cada cop més pràctics, més perfectes a les nostres necessitats, i esperem, que el principal objectiu sigui mantenir viu i actualitzat tot un catàleg de llibres i manuscrits que fins ara quedava massa allunyat o eren massa inaccessibles.

Les noves tecnologies ens permetran seguir treballant en això i no perdre mai més, cap llibre.

“El libro es como la cuchara, el martillo, la rueda, las tijeras. Una vez se ha inventado, no se puede hacer nada mejor. El libro ha superado la prueba del tiempo... Quizás evolucionen sus componentes, quizás sus páginas dejen de ser de papel, pero seguirá siendo lo que es”.

Umberto Eco

8. BIBLIOGRAFIA

American Library Association.(2012). Digital Rights Management. *Digital Content and Libraries Working Group*. Recuperat 30 de maig 2014, des de http://www.districtdispatch.org/wp-content/uploads/2012/07/drm_tip_sheet.pdf

Bethencourt, S. (2012). *El e-book. Implicaciones jurídicas para las Universidades de un nuevo modelo de aprendizaje*. Recuperat 9 de juny 2014, des de <http://www.bcongresos.com/congresos/gestor/ckfinder/userfiles/files/SAJGU/Bloque%20IV/El%20ebook%20en%20las%20Universidades.pdf>

Castells. M. (2009). *Comunicación y poder*. (1a ed.). Madrid: Alianza.

Celaya, J. (2013). El futuro de las librerías en la era digital. *La Gaceta*. Recuperat 30 de maig 2014, des de http://www.elboomeran.com/upload/ficheros/noticias/librerias_digital.pdf

Cordón, J; Gómez,R;Alonso,J. (2011). *Gutenberg 2.0. La revolución de los libros electrónicos*. (1a ed.). Gijón: Ediciones Trea

Davara, M. (s.d). Protección de las obras literarias y científicas en el ámbito digital. *Cedro*. Recuperat 30 de maig 2014, des de <http://www.cedro.org/docs/lecturas/boletin28foro.pdf?Status=Master>

De Ordoñana, M. (2014). *Ser escritor*. Recuperat 9 de juny 2014, des de www.serescritor.com

ENAE. (s.d). *Las Nuevas Tecnologías en el Sector del Libro*. Dins *Nueva economía de acceso a la información*. Recuperat 9 de juny 2014, des de <http://www.ediciona.com/documents/recursos/ENAE.pdf>

Federación de Gremios de Editores de España. (2012). *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros de 2012*. Recuperat 9 de juny 2014, des de http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/130207NPR-FGEE-BarometroHabitosdeLectura2012.pdf

Gestión Cultural, Formación y Comunicación Dosdoce (2007). *Tendencias web 2.0 en el sector editorial*. Uso de las nuevas tecnologías en el fomento de la lectura y la promoción del libro. Recuperat 9 de juny 2014, des de

http://www.ediciona.com/documents/recursos/tendencias_web_2.0_en_sector_editorial.pdf

Gil, M; Rodríguez, J. (2011). *El paradigma digital y sostenible del libro*. (1a ed.). Madrid: Trama Editorial

Google Books. (2014). *Google Books History*. Recuperat 30 de maig 2014, des de <http://www.google.com/googlebooks/about/history.html>

Instituto Ibercrea. (2011). *Código de buenas prácticas para la gestión colectiva de los derechos de propiedad intelectual*. Recuperat 9 de juny 2014, des de <http://adepi.net/wp-content/uploads/2011/11/C%C3%93DIGO-DE-BUENAS-PR%C3%81CTICAS-Ibercrea.pdf>

Jefatura del Estado.(2006). *Ley de Propiedad Intelectual*. Recuperat 30 de maig 2014, des de <http://www.boe.es/boe/dias/2006/07/08/pdfs/A25561-25572.pdf>

Lebert, M. (2010). *Del libro impreso al libro digital*. Recuperat 30 de maig 2014, des de http://www.gutenberg.org/ebooks/34091?msg=welcome_stranger

Lebert, M. (2008). *Las tecnologías y el libro para todos*. Recuperat 9 de juny 2014, des de <http://www.gutenberg.org/files/27048/27048-0.txt>

Magro, S.V (2010). *Tratado práctico de propiedad intelectual*. Recuperat 30 de maig 2014, des de <http://books.google.es/books?id=7Q89n91nZXoC&lpq=PA148&ots=P7zjPuwL5B&dq=art.%2037.3%20del%20TRLPI%20texto%20refundido%20de%20la%20Ley%20de%20Propiedad%20Intelectual&hl=es&pg=PA148#v=onepage&q=art.%2037.3%20del%20TRLPI%20texto%20refundido%20de%20la%20Ley%20de%20Propiedad%20Intelectual&f=false>

Ministerio de Educación Cultura y Deporte. (2013). *Boletín nº13 del Observatorio de la Lectura y el Libro*. Recuperat 30 maig 2014 , des de http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/BOLL_13_feb2013.pdf

Ministerio de Educación Cultura y Deporte. (2013). *Panorámica de la edición española de libros 2012*. Anàlisis sectorial del libro. Recuperat 9 de juny 2014, des de <http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/PANORAMICA2012.pdf>

Observatorio de la Lectura y el Libro. (s.d). *El préstamo de lectores y libros electrónicos en las Bibliotecas Públicas del Estado*. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Recuperat 9 de juny 2014, des de http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/proyecto_ebook_BPE.pdf

Observatorio de la Lectura y el Libro. (2013). *El sector del libro en España 2011-2013*. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Recuperat 9 de juny 2014, des de http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/Sector_Libro_2011_13_sept13.pdf

Observatorio de la Lectura y el Libro. (2014). *El sector del libro en España 2012-2014*. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Recuperat 9 de juny 2014, des de http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/Sectorlibro_abril2014.pdf

Observatorio de la Lectura y el Libro (2012). *Situación actual y perspectivas del libro digital en España II*. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Recuperat 9 de juny 2014, des de http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/situacion_librodigital_2.pdf

Observatorio de la Lectura y el Libro (2012). *Situación actual y perspectivas del libro digital en España*. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Recuperat 9 de juny 2014, des de http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/situacion_librodigital_2.pdf

Observatorio de la Lectura y el Libro. (2010). *El Libro Electrónico*. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Recuperat 9 de juny 2014, des de http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/LIBRO_ELECTRONICO_2010.pdf

Project Gutenberg. (2014). *About Project Gutenberg*. Recuperat 30 de maig 2014, des de <http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg>About>

Rodríguez, J. (2007). *Edición 2.0. Los futuros del libro*. (1a ed.). Santa Cruz de Tenerife: Editorial Melusina

Servicios de Estudio y Documentación. (2009). *El libro y las nuevas tecnologías. El libro electrónico*. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Recuperat 9 de juny 2014, des de <http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/LIBROELECTRONICO.pdf>

The Online Books Page. (2014). *About The Online Books Page*. Recuperat 30 de maig 2014, des de <http://onlinebooks.library.upenn.edu/aboutolbp.html>

Thomson, B.J. (2010). *Merchants of Culture: The Publishing Business in the Twenty-First century*. Londres: Polity Press.

UNESCO. (2006). Derechos de autor. *Oficina de Información Pública*. Recuperat 30 de maig 2014, des de http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi32_copyright_es.pdf

Walker, G. (2011). *Tablet Product and Market History*. IMSresearch. Recuperat 9 de juny 2014, des de http://www.walkermobile.com/Tablet_History.pdf

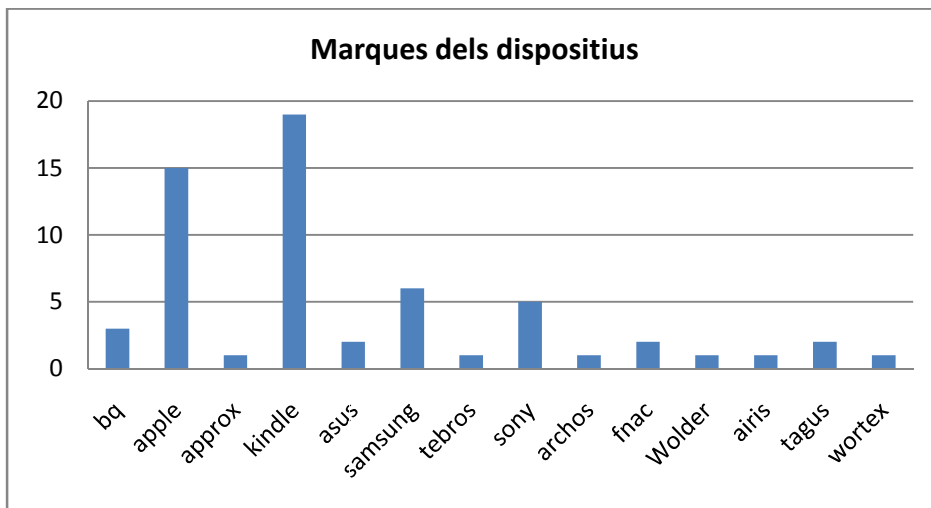
9. ANNEX

Annex 1. Preus dels dispositius i mitjana de la marca

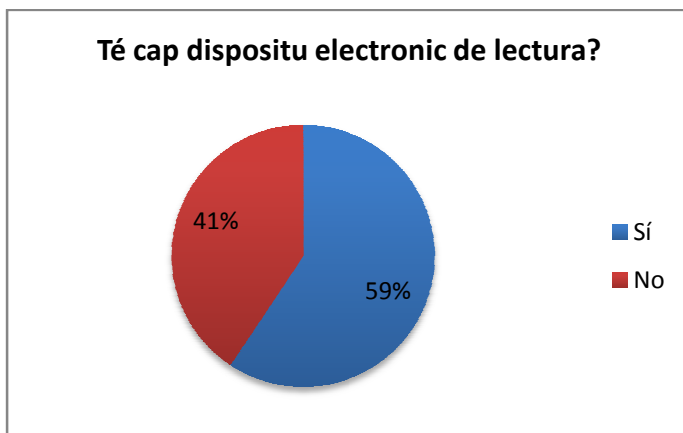
MODEL	PREU	ESTABLIMENT
Fnac Touch Light	129 €	Fnac
mitjana marca	129 €	
Sony Reader PRS-T3	149 €	Fnac
Sony PRS-T3S	145 €	Fnac
mitjana marca	147 €	
Wolder miBuk Dreams	79 €	Fnac
Wolder miBuk IMAGINE	101 €	Fnac
Wolder MiBuk Delta 7.0	60 €	El Corte Ingles
mitjana marca	80 €	
Energy System e6 Rubber	80 €	Fnac
Energy Sistem Color C4 Touch	58 €	El Corte Ingles
mitjana marca	69 €	
Woxter Paperlight 300	95 €	Fnac
Woxter Scriba 190 Pearl	75 €	Fnac
Woxter Paperlight 200	139 €	El Corte Ingles
mitjana marca	103 €	
Archos Ereader Arnova Gbook	106 €	Fnac
mitjana marca	106 €	
Approx APPEB02G 1	76 €	Fnac
Approx appEB04G	100 €	Fnac
Approx appEB06G	66 €	Fnac
mitjana marca	81 €	
SPCinternet 5604S	90 €	Fnac
SPCinternet 5704N	65 €	Fnac
SPCinternet 5601F	140 €	Fnac
SPCinternet 5505B	100 €	Fnac
SPCinternet 5900N	110 €	Fnac
SPCinternet 5502	90 €	Fnac
mitjana marca	99 €	
Tagustablet	80 €	La casa del Libro
Tagustactil	100 €	La casa del Libro
Taguslux	120 €	La casa del Libro
Tagusmagno	300 €	La casa del Libro
mitjana marca	150 €	
Kindle	79 €	Amazon
Kindle Paperwhite	129 €	Amazon
Kinder Paperwhite 3G	189 €	Amazon
mitjana marca	132 €	
eReader Inves Wibook 660LT	119 €	El Corte Ingles
eReader Inves Wibook 651L	99 €	El Corte Ingles

eReader Inves Book 601	59 €	El Corte Ingles
mitjana marca	92 €	
eReader Papyre pad1010 10	199 €	El Corte Ingles
eReader Papyre 602W t	99 €	El Corte Ingles
mitjana marca	149 €	
eBook Trekstor Pyrus 2 LED	75 €	Mediamarkt
eBook - Trekstor Pyrus Mini	49 €	Mediamarkt
eBook - Trekstor Pyrus	69 €	Mediamarkt
mitjana marca	64 €	
eBook - BQ Cervantes	129 €	Mediamarkt
mitjana marca	129 €	
eBook - Kobo Aura HD	169 €	Mediamarkt
eBook - Kobo Touch	79 €	Mediamarkt
eBook - Kobo Glo	119 €	Mediamarkt
mitjana marca	122 €	
MITJANA MERCAT	108 €	

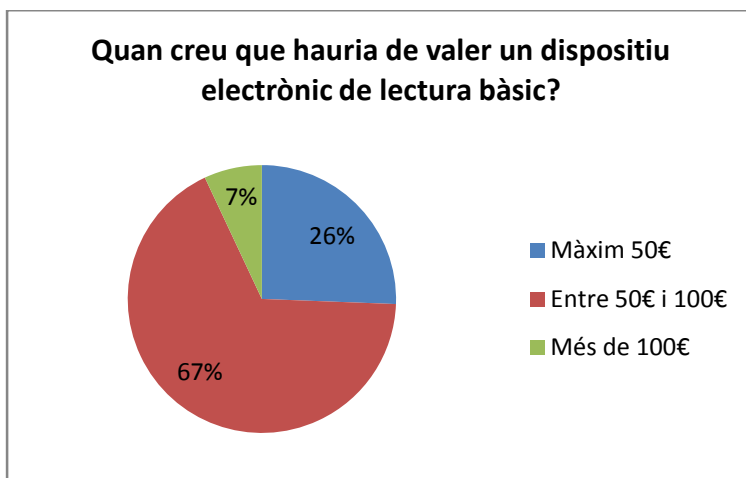
Annex 2. Marques dels dispositius electrònics dels enquestats



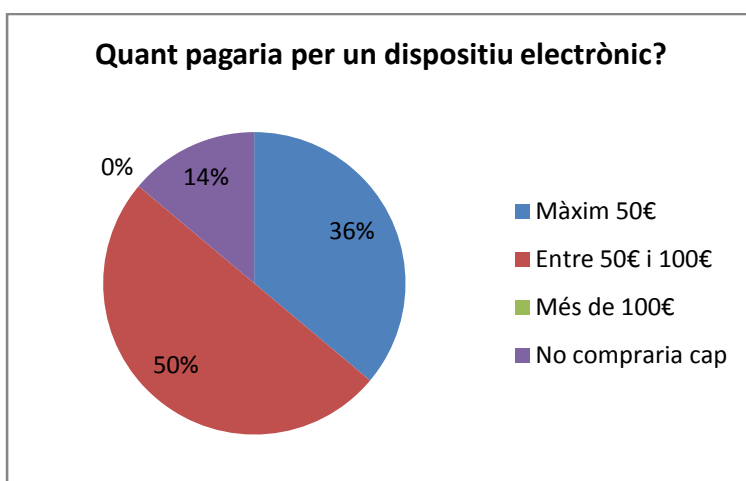
Annex 3. Preus dels llibres electrònics i mitjana de la marca



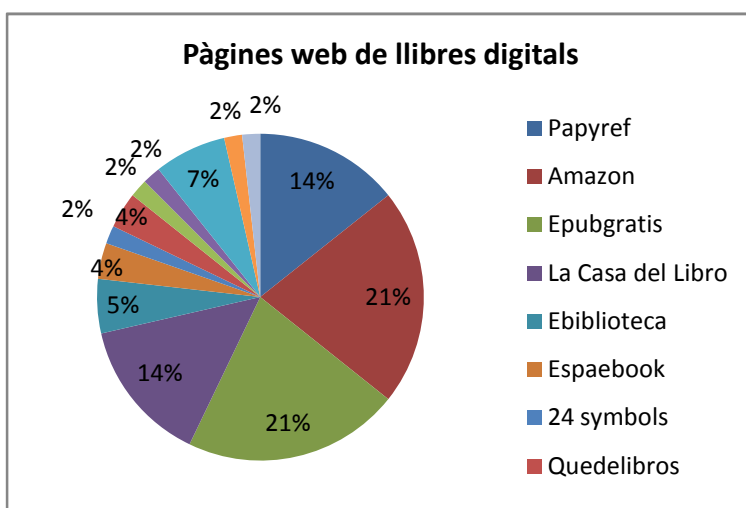
Annex 4. Preu dels dispositius electrònics segons els enquestats



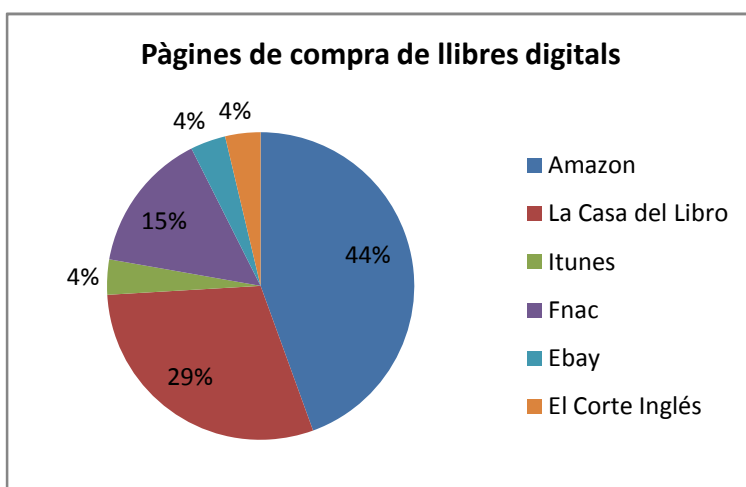
Annex 5. Preu que pagarien els enquestats que no tenen cap dispositiu electrònic per un d'ells



Annex 6. Pàgines web de llibres digitals



Annex 7. Pàgines de compra de llibres digitals



Annex 8. Pàgines de descàrrega de llibres digitals

