

Pròleg. Espais virtuals que promocionen la lectura i el llibre

Gemma Lluch (València)
Dari Escandell (Alacant)

Les investigacions que conformen aquest monogràfic¹ han estat realitzades pels integrants del grup de recerca interuniversitari que té Gemma Lluch (Universitat de València) com a Investigadora Principal i a qui el Ministeri d'Economia i Competitivitat del Govern espanyol ha concedit un dels dos únics projectes d'investigació fonamental en l'àmbit filològic català dins del Programa Estatal d'I+D+i Orientat als Reptes de la Societat 2015–2018 pel projecte «Els espais virtuals per a la promoció del llibre i la lectura. Formulació d'indicadors per avaluar-ne la qualitat i l'efectivitat» (FFI2015-69977-R, MINECO/FEDER).

La nostra línia de recerca té com a objectiu prioritari ajudar a millorar la comunicació entre les institucions que promocionen la lectura, les editorials que publiquen llibres i els autors que n'escriuen amb els consumidors potencials de la creació literària. Això és, amb els lectors, mitjançant la formulació d'indicadors i l'elaboració de protocols per modular una comunicació més eficaç entre aquests actors en les diferents plataformes virtuals.

Aquesta investigació ve avalada per les principals entitats vinculades amb la lectura: l'Observatorio de la Lectura y el Libro de la Subdirecció de Promoció del Llibre, la Lectura i les Lletres Espanyoles, organisme adscrit a la Direcció General de Política i Indústries Culturals i del Llibre del Ministeri d'Educació de l'Estat espanyol; la Institució de les Lletres Catalanes, entitat autònoma del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalu-

1 Dossier monogràfic elaborat en el marc del projecte d'investigació «Los espacios virtuales para la promoción del libro y la lectura. Formulación de indicadores para evaluar su calidad y efectividad» FFI2015-69977-R (MINECO/FEDER), Proyectos I+D+I del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación. Ministerio de Economía y Competitividad de España. Convocatòria 2015.



nya que té, entre altres objectius, promoure la literatura catalana i fomentar la lectura en general; la Direcció General de Cultura i Patrimoni de la Generalitat Valenciana, organisme públic els objectius fonamentals del qual són el foment del llibre i la lectura i la gestió de biblioteques; el Consell Escolar de la Comunitat Valenciana, màxim òrgan consultiu i de participació social en la programació general de l'ensenyament; el Servei de Biblioteques de la Generalitat de Catalunya, corporació que organitza i gestiona el sistema bibliotecari català; el CERLALC, organisme intergovernamental de la UNESCO que treballa en la creació de condicions per al desenvolupament de societats lectores a Amèrica, Portugal i Espanya; o la Federación de Gremios de Editores de España, associació professional de dret privat per a la representació i defensa dels interessos generals del sector editorial espanyol; entre altres. Així mateix, comptem amb la col·laboració de destacades editorials literàries, tant per a un públic infantil i juvenil com adult, les quals publiquen en català i en castellà: Bromera, Kalandraka, SM, Nórdica o A Buen Paso, fet que ens permet poder treballar amb espais virtuals reals.

Internet —i, concretament, el web social— ha potenciat l'existència de les *audiències interactives*. Aquest terme, adequat a la línia del nostre projecte de recerca, l'entendem com a grups de lectors que intercanvien coneixements i opinions sobre lectures, llibres, autors i temàtiques a través de documents allotjats en diferents espais virtuals. Un intercanvi d'informació (a partir d'allò que llegeixen, miren i senten) que té lloc als espais públics virtuals de les editorials, institucions, docents i autors: tot plegat, plataformes i mitjans socials en què els comenten, els difonen i els amplien.

La investigació sobre el llibre electrònic, comentada en els diferents articles que conformen aquest monogràfic, va començar a posar el focus en aquests nous documents virtuals (lloc web, fòrum de lectura, blog, Twitter o tràiler de lectura) que proposaven noves formes de promoció literària i del llibre. Algunes de les conclusions apuntaven que la promoció havia esdevingut la baula més afectada de la cadena del llibre arran de la revolució d'Internet i, sobretot, del web social. Aquests estudis destaquen els canvis relacionats amb *a)* els nous espais i formats, *b)* els actors, i *c)* la crítica.

Els resultats de la investigació del nostre grup mostren com els subjectes creen comunitats virtuals de lectura. És a dir, noves formes de crear comunitats de lectors que ja no es generen ni es tutel·len des de les institucions. Les converses generades creen un espai virtual de comunicació, això és, un lloc construït pels documents que tracten sobre un mateix tema, però des de plataformes diferents en què es practica i es fomenta la trans-

humància virtual: la comunicació s'adapta a les necessitats i els gustos dels usuaris. Aquest tipus de lector és capaç de crear uns espais des dels quals guanya protagonisme i visibilitat, perquè, malgrat que l'editorial o l'autor hi col·laboren o hi intervenen, és de fet l'usuari qui produeix els continguts i qui els adapta a les normes i característiques de cada xarxa social i de cada plataforma; com a conseqüència, l'efecte viral dels missatges es fa molt més gran.

Els estudis de narratologia defineixen aquests documents que parlen o promocionen el llibre però que se'n situen alhora fora, com a «epitextos». El concepte de paratext el presenta Genette (1982) en el llibre *Palimpsestes. La littérature au second Degré*, si bé el desenvolupa plenament en *Seuils* (1987). Genette defineix paratext com un element que ajuda el lector a introduir-se en la lectura, en facilitar les primeres instruccions sobre el contingut del llibre.

D'ençà que Genette el presenta, els treballs posteriors han demostrat l'eficàcia i l'oportunitat de la proposta metodològica. Ara bé, la revisió de la literatura científica evidencia una mancança d'estudis entorn d'aquell paratext que guanya protagonisme en l'espai virtual. Ens referim al centre de la nostra investigació: *l'epitext públic*, que partint de Genette, definim com els elements paratextuals que circulen fora del llibre, en un espai físic i social aparentment ilimitat. El present monogràfic conté, per això, els principals resultats d'un projecte d'investigació que pretén oferir unes primeres respostes al dèficit d'estudis argüït en aquest terreny. D'entrada, M. Àngels Francés Díez (Alacant) hi posa el focus en la promoció de la lectura a través de Twitter, xarxa social que ha anat deixant enrere la condició d'espai més aviat banal per convertir-se en un potent canal de difusió d'informació i promoció de continguts. En concret, Francés efectua una anàlisi densa de les dades extretes de Twitter per l'empresa Séntisis relatives a la conversa sobre la Diada de Sant Jordi 2017, amb un mapa de lloc de la indústria del llibre que posa de manifest el potencial d'aquesta xarxa social com a espai d'experimentació amb la literatura i la lectura.

En segon lloc, Gemma Lluch (València) analitza els booktubers que fan servir el català en els seus canals virtuals, això és, uns espais de comunicació creats per ells mateixos en què recomanen llibres mitjançant un llenguatge específic. Els estudis que se situen en el marc de la investigació de Lluch utilitzen el terme booktuber per identificar l'adolescent o jove que utilitza les eines de la plataforma web YouTube per recomanar lectures als iguals, sempre al marge dels canals i les iniciatives de l'administració escolar o bibliotecària i de les institucions relacionades amb la lectura.

Seguidament, Dari Escandell (Alacant) calibra la presència a la xarxa del sector del llibre en llengua catalana amb l'anàlisi qualitativa de diverses webs editorials mitjançant l'aplicació d'una plantilla específica d'anàlisi dissenyada per Lluch i Escandell sobre una relació variada i intencionadament aleatòria de pàgines web entre el conjunt d'editorials en llengua catalana per conèixer com les empreses editorials de casa nostra basteixen els seus aparadors virtuals i com comuniquen el contingut que s'hi allotja.

Per la seua banda, Rosa Tabernero i Virginia Calvo (Saragossa) sospensen la incidència dels epítextos virtuals en la difusió del llibre infantil, en concret, a través dels webs d'autors. El fonament d'aquesta investigació és identificar les claus que poden sustentar un model d'anàlisi per als webs d'autors. Les investigadores parteixen dels llocs web d'Oliver Jeffers, d'Isol i de Marsol, models de referència seleccionats des del portal *Picturebook Makers*.

A continuació, Anna Esteve (Alacant) i Virginia Calvo (Saragossa) presenten una anàlisi comparativa de blogs docents sobre lectura i literatura, amb una reflexió a propòsit de la transformació del paradigma docent. L'article avalua una tria de blogs docents destinats a la promoció de la lectura literària, tant dins com fora del centre docent. Les autores estableixen un corpus de bones pràctiques i models a partir de l'anàlisi de quatre blogs en els quals el paradigma de l'ensenyament de la literatura ha experimentat una transformació notable a causa de la incorporació d'algunes de les eines que possibilita l'entorn virtual.

Seguidament, Josep Maria Baldaquí (Alacant) centra l'atenció en els clubs de lectura de les biblioteques públiques de Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears, espais tradicionalment arrelats a l'entorn de la biblioteca que darrerament han experimentat una expansió quantitativa i qualitativa notable. La investigació de Baldaquí, pionera atés el seu caràcter d'inèdita, presenta per primera vegada una descripció del desplegament dels clubs de lectura arreu dels territoris de parla catalana a partir d'una enquesta que en descriu les característiques principals tot inferint la descripció dels usos lingüístics dins d'aquests contextos.

El monogràfic es tanca amb l'estudi dels mitjans socials amb funció destinada a la lectura literària realitzat per Nieves González Fernández-Villavicencio (Sevilla). En particular, s'hi analitzen els indicadors de lectura en les dues grans xarxes socials internacionals destinades a tal efecte: Goodreads i LibraryThing, així com l'impacte d'aquestes a Amazon. L'autora pretén identificar la relació entre els llibres que reben més revisions, recomanacions o comentaris en els dues xarxes socials de lectura de major impacte, respecte dels llistats de vendes de llibres del gegant de la distribució:

la multinacional Amazon. Per això, en descriu i estudia l'impacte real d'aquestes xarxes mitjançant un conjunt de correlacions factorials de variables que deriva en una concatenació d'indicadors fiables per mesurar l'impacte real dels llibres.

Els resultats d'aquest projecte d'investigació, que podran consultar-se al detall en la relació d'articles que integren el present monogràfic, apunten unes conclusions certament interessants.

En relació amb la literatura a Twitter, l'estudi del cas #Diadellibre posa de manifest com aquesta xarxa social ha esdevingut, a hores d'ara, un mitjà de comunicació que permet difondre i promoure informació a més velocitat que per qualsevol altra via: un espai en què el lector actual (actor, internauta, translector) s'hi troba còmode i empra per a la difusió dels anomenats continguts literaris transmèdia. Les dades rastrejades per Séntisis demostren l'enorme impacte de Twitter en esdeveniments culturals de difusió de la literatura i promoció de la lectura, com el Dia del Llibre, és a dir, el Sant Jordi de 2017, i dibuixen un mapa interessant, que pot resumir-se en les idees següents: l'ús del castellà en relació amb aquest esdeveniment és majoritari, tot i que la desproporció minva si es fa un *zoom* als territoris catalanoparlants; hi predominen els homes davant de les dones a l'hora de difondre o demanar informació sobre lectures, dades de venda de llibres, etc.; els comptes professionals (d'autors, editors, etc.) són els més actius i els més retuitejats, això és, els més difosos i de més impacte.

Pel que fa als booktubers o recomanadors de llibres a través de la plataforma YouTube, els resultats de la investigació de Lluch semblen inferir que si la iniciativa dels adolescents en castellà forma part de l'àmbit privat i d'oci juvenil, en el cas del català aquesta està lligada en essència a les propostes institucionals. Les conclusions d'aquesta investigació confirmen que el fenomen «booktuber [en] català» és en realitat un constructe virtual, creat per les institucions i la premsa, i no pas una realitat. Així doncs, la percepció que els agents de l'ecosistema del llibre transmeten a Internet sobre les ressenyes de lectures en català a càrrec dels joves xoca frontalment amb el mapa real de les dades.

Altrament, els webs editorials en llengua catalana, capdavanters a nivell mundial quant a ergonomia i usabilitat, s'enfronten al repte de reformular la seua comunicació virtual, ara com ara bastant esquivada, amb uns continguts pensats perquè qui accedisca a aquests webs tinga un rol protagonista. De fet, el gran desafiament que hauran d'acarar les editorials en català és l'envit d'integrar el lector-usuari en els processos de difusió dels seus llibres i productes, situació que fins a hores d'ara no ha estat gaire tinguda en compte.

Els webs d'autors destriats del portal *Picturebook Makers* mostren uns resultats dispers en relació amb la forma en què es defineix aquest epítex virtual públic. Mentre que el lloc web d'Isol o el de Marsol es limiten a fer-ne una adaptació dels models analògics de difusió, d'altres com ara el de Jeffers conflueixen envers un discurs transmèdia en què el booktrailer es converteix en una eina fonamental de promoció de l'obra literària.

En un altre ordre de coses, l'anàlisi comparativa de blogs sobre literatura a la recerca de la constatació d'un canvi en el paradigma docent, posa de manifest el paper indiscutible que juguen aquesta tipologia de blogs educatius per a la comunicació, la reflexió i l'intercanvi de pràctiques que promouen la lectura dins el context escolar. Els posts analitzats donen compte d'una eficaç tria de lectures que supera el debat clàssic sobre el cànon de llibres escolars. Les pràctiques seleccionades demostren que és possible trobar un espai d'equilibri entre el treball dels clàssics, a través de metodologies actives que permeten que l'alumne els manipule, els actualitzi i els mantinga vius, i la incorporació de títols de la literatura actual i de la literatura juvenil que connecten directament amb el bagatge emocional dels adolescents.

Quant als clubs de lectura de les biblioteques públiques de Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears, la investigació homònima en destaca l'interès creixent per aquest fenomen cultural i social en expansió, el qual compta tanmateix amb un grau diferent de desplegament i de consolidació als diferents territoris de la catalanofonia. En síntesi, és a Catalunya on s'hi constata un major grau d'implantació i d'implicació a les biblioteques públiques. Al País Valencià i a les Illes Balears, amb percentatges inferiors de biblioteques que gestionen clubs de lectura i una densitat també menor de clubs, potser encara no s'ha arribat a aquesta massa crítica, si bé s'hi detecten indicis que permeten creure que l'experiència dels clubs de lectura es troba en expansió. L'estudi comparatiu de les característiques dels clubs de lectura ens proporciona idees sobre quin podria ser el camí que en facilitaria l'expansió. La diversificació, la interdisciplinarietat i la varietat lingüística són ara com ara eixos estratègics que convé tenir ben en compte.

Per últim, no sembla evidenciar-se cap relació clara ni vincle entre els llibres que reben més revisions, recomanacions o comentaris a les dues xarxes socials de lectura de major impacte, Goodreads i LibraryThing, i els llistats de vendes de llibres d'Amazon. La investigació que tanca aquest monogràfic ressalta que aquestes variables s'hi han correlacionat de fortament a moderada, raó per la qual es proposa, en relació amb això, una sèrie

d'indicadors fiables per mesurar-ne l'impacte real dels llibres: *Ratings*, *Average Ratings* i, sobretot, *altmetrics*.

Aquestes conclusions són només, però, un breu tast de les investigacions circumscrites a la línia de recerca a partir de la qual es vertebrava el present monogràfic. Fet i fet, us invitem a conèixer al detall, a través dels articles que ara vénen, les vicissituds i peculiaritats dels principals espais públics virtuals que promocionen la lectura. ■

- Gemma Lluch Crespo, Universitat de València, Departament de Filologia Catalana, ERI-Lectura, Avda. Blasco Ibáñez, 32, E-46010 València, <gemma.lluch@uv.es>.
- Dari Escandell Maestre, Universitat d'Alacant, Departament de Filologia Catalana, Campus de Sant Vicent del Raspeig s/n, E-03690 Alacant, <dari.escandell@ua.es>.