

Cómo encuentran los lectores su próxima lectura



Contenido: Javier Celaya y Maribel Ríaza
Diseño y maquetación: Sergio Verde



Cómo encuentran los lectores su próxima lectura



Ya es una realidad que la prescripción del librero o bibliotecario, las reseñas en suplementos culturales en papel, así como todo tipo de herramientas de promoción en el mundo del libro (presentaciones de libros, notas de prensa, etc.) se están complementado con la recomendación que se produce en el espacio digital: Redes Sociales, blogs, aplicaciones y comunidades de lectores son los nuevos lugares donde se produce el proceso de descubrimiento de muchas lecturas.

Con la intención de ayudar a editores, libreros y bibliotecarios para que conozcan cuáles son las principales nuevas fuentes de información de los lectores a la hora de seleccionar su próxima lectura, ofrecemos esta infografía que resume las diferentes posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías en el mundo del libro.

Solo en España se publica al año más de 70.000 títulos diferentes sin contar con autoeditados para los que es difícil encontrar datos oficiales pero que es una tendencia que sigue al alza. Si a esto le sumamos el resto de libros en español o en otros idiomas así como otras lecturas interesantes que puede que no estén en el formato de libro tradicional y que las estadísticas no computan, como webs, blogs, informes, aplicaciones... la cantidad de contenidos es ingente. Y esto si solo leemos libros escritos en la actualidad, porque si recurrimos a toda la producción bibliográfica de la humanidad, que Google estimó en 129.864.880 de libros, la situación supera hasta al androide más culto.

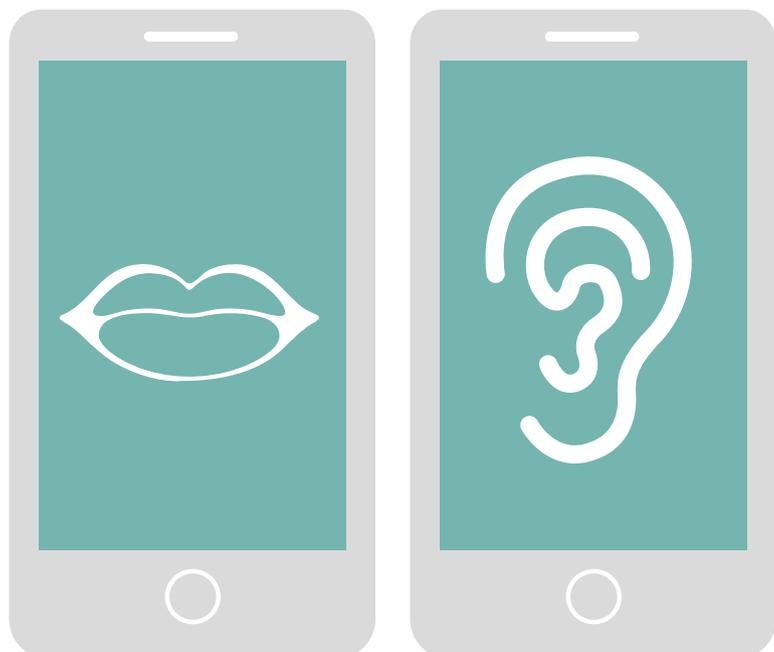
Con esta situación, editores, libreros y bibliotecarios tienen que buscar nuevas iniciativas y herramientas para hacer llegar a los lectores su recomendación de títulos en la economía de la atención en la que estamos inmersos, donde abunda la información y el tiempo es cada vez más escaso.

Cada vez que un lector decide leer un libro, a su vez, está tomando la decisión de dejar de leer otros muchos. Una vez se comienza una lectura, aunque dependiendo de las características de cada lector, se es reacio a abandonarla aunque haya cosas que no nos convenzan como la temática, personajes o situaciones. Hay estudios que indican que si has leído el 33% hay algo en tu mente que te anima a concluir la tarea y si una vez terminado hacemos balance y no nos ha satisfecho podemos considerar como no bien aprovechado el escaso tiempo de ocio del que disponemos.



Foto: *Me siento libre*, de Iñaki Saldaña
Accésit IV Premio Internacional de Poesía Visual "Juan Carlos Eguillor"

EL NUEVO BOCA-OREJA DIGITAL



Es por eso por lo que el lector, cada vez más, busca la recomendación y la prescripción para sus lecturas, y entre las tradicionales encontramos la de la librería, la biblioteca o la de un amigo que conoce nuestros gustos (el famoso “boca-oreja”). Pero estas cada vez tienen menos en la decisión final y los lectores recurren a aplicaciones y comunidades online de lectores entre las que se encuentran Komilibro, El Placer de la Lectura, Qué libro leo y Librotea.

Editores, bibliotecarios y libreros tienen que acceder a estas nuevas fuentes de información para conocer las opiniones de los lectores y las tendencias del momento

como forma complementaria para contrastar datos y descubrir nueva información. Los libreros en formato papel tienen que tener cada vez más cuidado con la selección de las obras que incluyen en su reducido espacio físico para minimizar el riesgo que el modelo de negocio de la cadena del libro en papel supone para la cuenta de resultados. Por otro lado, con presupuestos bibliotecarios restringidos, la labor de selección del catálogo de la biblioteca (en papel o en digital) es cada vez más importante, siendo responsabilidad de la biblioteca la buena utilización de los fondos públicos para su mayor aprovechamiento por parte de los usuarios, ya sea con libros en papel o en digital. Por último los editores tienen que ser capaces de incluir sus títulos en estas nuevas fuentes de información ya que es ahí donde están los buenos lectores.

EL “BIG-DATA” EN EL MUNDO DEL LIBRO

Ya hemos avanzado en varias ocasiones que los editores cuentan hoy en día con herramientas muy potentes que vienen a simplificar este escenario y que les ayuda a que su toma de decisiones esté asentada en parámetros empresariales. El instinto tradicional de un buen editor puede verse complementado con datos reales de consumo de su catálogo, y si realizan venta directa estos datos serán mucho más ricos. El papel que el Big Data juega en el sector editorial es hoy en día un valor diferencial a la hora de valorar el éxito empresarial, e iniciativas como Tekstum son hoy en día herramientas imprescindibles en el trabajo diario de un editor.

EL PROPIO LIBRO SE CONVIERTE EN UN PRESCRIPTOR DE NUEVAS LECTURAS

Además, los usuarios cada día tienen más canales por los que reciben recomendaciones de lectura, por ejemplo a través de los propios ebooks tal y como contamos gracias a Bookwire, y que permite al editor recomendar al lector, al final del libro, otras lecturas de su catálogo. Es lo que tradicionalmente se hace en las solapas de los libros en papel, una selección de otras obras de la editorial, pero este sistema viene a conseguir mejores resultados, ya que es una información que podemos cambiar según las circunstancias y la actualidad el momento y que además podemos personalizar para cada libro o colección, ya que el perfil del lector de una de nuestras colecciones es diferente al de otras.

También el lector puede recibir recomendaciones en su móvil en cualquier punto de la ciudad a través de los dispositivos beacons de los que también ya hemos hablado en alguna ocasión. Los editores que descubran cómo hacer llegar sus recomendaciones de lectura al móvil del lector en el lugar y en el momento adecuado serán los que vean un mayor crecimiento en sus ventas.

Para que todo esto sea posible, los contenidos tienen que estar bien categorizados, y aquí aparece de nuevo la importancia de los metadatos.

Veamos cuales son las principales fuentes de información y comunidades digitales a las que los lectores recurren para decidir cuál será su próxima lectura y en las que editores, librereros y bibliotecarios tendrían que estar bien para incluir sus títulos o para conocer cuáles son las tendencias de lectura.



KOMILIBRO

www.komilibro.blogspot.com.es

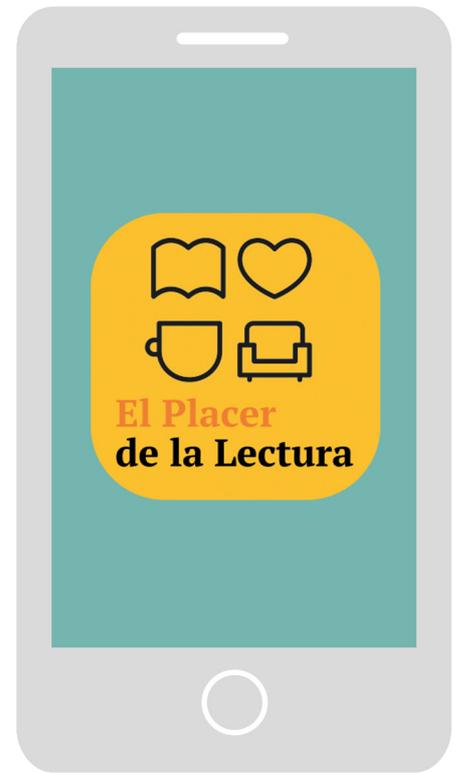
Komilibro es una aplicación móvil que permite al usuario encontrar libros por emociones y otras muchas opciones poco habituales e interesantes para los lectores. Propone un sistema de géneros diferente y proporciona una precisión única con el sin-fín posibilidades que ofrecen sus filtros.

Está disponible ya en Android, para aplicaciones móviles, tiene un diseño muy atractivo y es totalmente gratuita. En definitiva, una mezcla de red social y buscador de libros diferente. Un lugar donde recomendar libros a tus amigos, buscar tus nuevas lecturas y dar al lector el rol principal que merece.

EL PLACER DE LA LECTURA

www.elplacerdelalectura.com

El Placer de la Lectura es la mayor comunidad de lectores online en España y Latinoamérica con más de 2 millones de lectores. Un portal para descubrir, leer y recomendar lecturas. En El Placer de la Lectura tú eres el protagonista porque tú decides qué libros vale la pena leer: puntúa, comenta y crea tu propia biblioteca. Descubre todas las novedades editoriales. Accede a libros recomendados para ti. Sigue a tus autores favoritos. Y próximamente, descubre a otros lectores.



QUÉ LIBRO LEO

www.quelibroleo.com

En la comunidad Quelibroleo encontramos reseñas, comentarios de lectores, rankings y usuarios más activos. Cuentan con un recomendador de libros partiendo de obras que le han gustado al lector. Además, realizan un club de lectura mensual a través de Facebook.

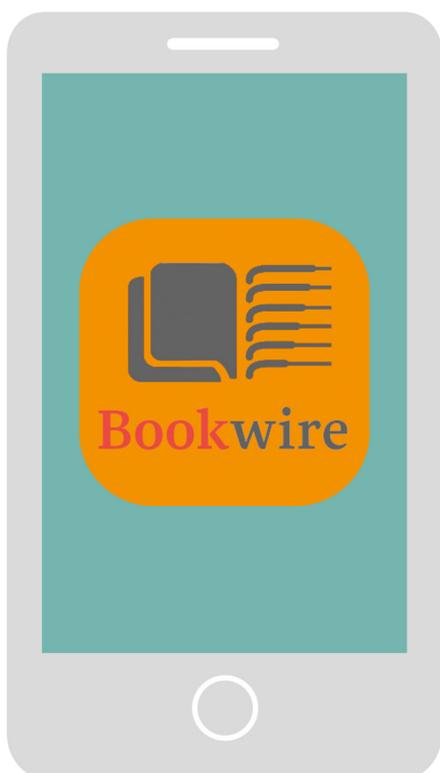
LIBROTEA

www.librotea.com

Librotea es el recomendador de libros del periódico El País. Esta web recoge las listas de libros que numerosos prescriptores crean de forma exclusiva. Los libros disponen además de enlaces al suplemento Babelia o a la sección de Cultura donde se reseñó el libro.

Los usuarios también pueden crear sus propias listas, compartirlas, seguir a otros usuarios o prescriptores, compartir las listas o los libros en redes sociales, etc.

Además, todos los libros disponen de un comparador de precios y enlaces directos de compra a tres de los principales retailers de libros: Amazon, Fnac y Casa del Libro.



IN-BOOK

Ebooks que descubren otros ebooks

www.bookwire.de/es

Servicio ofrecido por el distribuidor digital Bookwire que permite al editor recomendar al lector, al final del libro, otras lecturas de su catálogo. Esta acción incorpora dentro del propio ebook unas páginas finales con la información sobre la cubierta, título, ISBN, sinopsis y enlace directo a la tienda correspondiente para su compra. El editor puede cambiar en cualquier momento los títulos que son recomendados en cada libro.

TEKSTUM

www.tekstum.com

Tekstum recomienda libros mediante un algoritmo que reconoce los sentimientos y las emociones que un título transmite a sus lectores. Su tecnología identifica las sensaciones de los lectores ante las distintas obras disponibles en el mercado facilitando la elección de la próxima lectura. Para ello se trabaja con Inteligencia Artificial, Big Data y análisis emocional de reseñas, comentarios y opiniones expresadas en Internet y redes sociales. El resultado son recomendaciones online en tiempo real.

Se parte de la idea que la escucha activa de los lectores ofrece la mejor recomendación. Se trata pues de un algoritmo para descubrir libros basado en la satisfacción de lectura. Se analiza la experiencia lectora en 3 grandes áreas: análisis de sentimiento, análisis demográfico e interacción social del libro y del autor. En definitiva, el sistema Tekstum enriquece la experiencia de descubrimiento de lecturas superando los algoritmos de recomendación tradicionales basados en las compras pasadas.



BEACONS

www.yabeam.com



La colocación de estos dispositivos inalámbricos de corto alcance en cualquier punto de la ciudad (marquesinas de autobús, parques, fachadas...) por parte de los editores, permite ofrecer a los lectores que pasen por ahí información contextualizada como por ejemplo una guía turística, o un libro de un autor que nació en ese lugar.

Para más información:

www.dosdoce.com

info@dosdoce.com

606.367.708