Saber más

Lo digital revoluciona la

Con la popularización de los e-books se desarrollan nuevas tecnologías que avanzan hacia una experiencia de lectura más interactiva y conectada con otros usuarios

LEIRE ESCALADA
Pamplona

pie. FIRMA

Cada vez se ven más e-books y tablets en nuestro entorno: en el autobús, en el parque, en la playa, en casa... El libro electrónico ha llegado para quedarse y muchos usuarios ya combinan la lectura tradicional con la digital, e incluso algunos ya se han pasado a este último formato. Ya sea utilizando un e-reader, dispositivo con tinta electrónica para favorecer la lectura, o una tablet, estos dispositivos móviles llevan grandes bibliotecas a cualquier lugar y, gracias a nuevas tecnologías, caminan hacia libros más interactivos y la lectura compartida con otras personas.

Javier Celaya, socio-fundador de DosDoce (dosdoce.com), observatorio que analiza las nuevas tecnologías en el sector cultural, señala que "ha cambiado dónde leemos, más que lo que leemos. Lo que estamos haciendo en esta primera fase de transformación es llevar a la pantalla los libros, las novelas que leíamos antes. Siguen siendo libros donde pasamos páginas y leemos de una manera lineal. Es texto, pero lo que se avecina son nuevas formas de contar historias".

Es el camino de un libro enriquecido, una nueva opción que va dando sus primeros pasos. "Los libros no solo van a ser texto, sino también vídeo, imágenes interactivas, juegos... Mucha gente dice que eso no es un libro, sino un videojuego o una app. Lo que siempre digo es que, para mí, son historias del siglo XXI, contadas para los lectores del siglo XXI, para ser consumidas, leídas, en las pantallas del siglo XXI".

Fenómeno 'transmedia'

Aunque en España todavía no se comercializan como los lectores electrónicos más conocidos, que llevan a las pantallas la versión papel, en países como Estados Unidos ya se habla de esta nueva opción a la que han bautizado como "transmedia", "el uso de diferentes medios, como sonido, imagen, juegos e interacción, para contar una historia". Celaya, también director del Máster en Edición Digital de la Universidad de Alcalá de Henares, apunta que "este tipo de novelas, en mercados que nos llevan dos o tres años de ventaja, como el anglosajón o el norteamericano, están ya empezando a tener eco y una cierta demanda. En España se están haciendo experimentos. Veremos que próximamente formarán parte de esa gran oferta de contenidos que vamos a tener a nuestra disposición".

En esta línea, recuerda que la interacción a la hora de consumir otro tipo de productos, como los televisivos, ya es algo cotidiano. Así, mientras se disfruta de una serie o un programa, ya es habitual que los usuarios lo comenten a través de redes sociales como Twitter. De hecho, muchos espacios ya informan desde la propia pantalla del televisor cuál es el hasthag (#) que pueden incluir en sus tweets relacionados con ese programa, serie... "En el mundo del libro va a pasar lo mismo. Yo estoy leyendo una novela y voy a querer compartir esa experiencia con otras personas que están también leyéndola. Y lo voy a poder hacer a través de la pantalla".

Así, habrá un nuevo campo para esas recomendaciones que ya existían, de la mano de amigos y familiares, además de libreros o bibliotecarios, que habitualmente descubren y recomiendan obras. En este nuevo escenario entran en juego las redes sociales, como Twitter o Facebook, donde ya se comparte mucha información bibliófila. Asimismo, editoriales como Penguin Random House explotan las posibilidades de Facebook dando la posibilidad a los usuarios de comprar los libros directamente desde esta plataforma.

Otro de los lugares que van a ir incorporando las nuevas tecnologías son las librerías, de modo que el lector digital no solo no deje de visitarlas sino que siga comprando los libros allí. Por eso, paulatinamente se prevé que se vayan incorporando tecnologías que les permita realizar las compras desde el propio establecimiento. Aunque todavía no han llegado a España, ya pueden encontrarse en países vecinos como Francia, además de Reino Unido y Estados Unidos. En esta línea, Celaya apunta que se pueden emplear pantallas para dar la bienvenida al cliente, en las que recoger las mesas de novedades. También desde estas pantallas, el lector podrá exponer sus preferencias y saber a qué parte de la librería dirigirse para encontrar sus próximas lecturas.

Tecnologías librescas

Otras tecnologías que se están desarrollando quieren tanto ayudar a cada lector a localizar títulos según sus preferencias como fomentar que sea una actividad más social y compartida. Algunas son las llamadas tecnologías de

WEB PARA...

APRENDER DE ANATOMÍA HUMANA

Una web interesante para explorar todos los órganos del cuerpo humano, que no sólo enseña gráficamente según hacemos click los distintos sistemas anatómicos (digestivo, respiratorio...) sino que permite profundizar en cada órgano. Eso sí, en inglés.
www.innerbody.com

DESCUBRIR LAS MUERTES EN EL CINE

¿Cuántas veces ha muerto Sylvester Stallone en la gran pantalla? Sólo dos, al menos a tenor de lo que asegura esta web, que lista a cientos de actores para informar de en qué películas "murieron" y describir cómo ocurrió.
www.cinemorgue.com

AVERIGUAR CUÁL ES NUESTRA IDEOLOGÍA

Si alguien tiene dudas de en qué medida es de izquierdas o de derechas, esta web puede serle de ayuda. Utiliza el llamado test de Dolan para definir al internauta no sólo en las dimensiones políticas, sino también en las sociales y económicas. Todo ello, a través de 20 preguntas.
testpolitico.com

lectura

satisfacción de compra, que completan la información sobre el lector, de modo que no solo se sepa qué obra compró. Con ellas también se puede conocer "si se lo ha leído hasta el final o no, si ha hecho alguna mención en Facebook o Twitter, si lo ha subrayado, conversaciones sobre él, si ha subido fotos... Basándose en personas como tú, que han tenido esa misma afinidad, qué otros libro se leyeron hasta el final y tuvieron ese mismo comportamiento", detalla el socio-fundador de Dosdoce.

Se pueden encontrar distintas aplicaciones que se basan en estos pilares. Una de ellas es BooksILove (booksilove.com), gratuita y disponible para dispositivos iOS, que permite a los usuarios recomendar lecturas, así como señalar sus preferencias. Su uso es sencillo e intuitivo y permite sumar la información que el usuario desee acerca del libro. Como describe Celaya, es tradicional boca-oreja llevado al mundo digital. "Son nuevas formas de descubrir lecturas y autores gracias a las recomendaciones de otros lectores, que tú probablemente nunca hayas conocido".

Para intercambiar información sobre las lecturas también se puede utilizar la aplicación gratuita Readmill (readmill.com), con versiones para dispositivos iOS y Android. Su filosofía es convertir el dispositivo móvil en el mejor e-reader. Además de leer, da la posibilidad de hacer anotaciones y subrayar, así como seguir a otros usuarios, a modo de red social, con los que compartir experiencias lectoras. Además, se puede comentar en Facebook y Twitter. A la hora de anotar, subrayar y destacar ciertos fragmentos aparte es útil utilizar el programa Liquid Text (liquidtext.net), que ya puede utilizarse en Windows y este año llegará también para iPad.

Leer a ciegas

Otra de las aplicaciones más curiosas que se pueden encontrar es Uncovered Books (getuncoveredbooks.com), gratuita y preparada para iPad, que propone leer libros a ciegas. Los usuarios señalarán de forma concisa qué tipo de obras prefieren, por ejemplo, novela negra, y la app le ofrecerá una lectura sin indicarle su título ni su autor, datos que se revelarán conforme avance la lectura. Es una forma de descubrir libros sin ningún tipo de prejuicios y en ella se recogen desde clásicos hasta autores conocidos e incluso autoeditados. "De repente descubres que te estás leyendo un clásico que desconocías, que nunca hubieras pensado leer y ves que te engancha", valora.

Entre las tendencias actuales también destaca el aumento de los booktrailers, vídeos breves, a modo de trailer de películas, que presentan el libro a los lectores. De hecho, ya hay plataformas como bookmovies.tv.es, basadas en estas creaciones. "Aquí lo más interesante es que, en un momento dado, ese libro te engancha y pinchas en una de las pestañas del booktrailer, que tiene un carrito de compra y te lleva adonde el editor o el autor quiere que compres la versión papel o digital, porque vale para las dos".

En esta línea, aumentan los llamados *booktubers*, reseñas que se publican en el canal de vídeos YouTube. "Sobre todo está tenido mucho auge en Iberoamérica. Es una generación en la que el texto forma parte de su vida, pero no tanto como de la nuestra, y viven en una sociedad muy visual. En vez de escribir una reseña, se ponen frente a una cámara y lo suben a YouTube. Es una nueva manera de recomendarse libros entre lectores".

Asimismo, se pueden encontrar tecnologías que ya no se basan en otras compras precedentes que haya realizado el usuario, sino en su situación sentimental, como la plataforma Evoke, o estado de ánimo que ha manifestado en la red a través de canales como Twitter. Otro de los cauces que se está explorando son las lecturas geolocalizadas, entre una gran variedad opciones. Un sinfín de caminos abiertos para las los lectores y los libros de la nueva generación.

Sunny Lee, nuevo presidente de Samsung Europa EFE

Sunny Lee, el máximo responsable europeo del gigante tecnológico Samsung, destaca la necesidad de no olvidar que existe demanda para los teléfonos de bajo o medio coste

Los móviles, no sólo 'smart'

MICHAEL MCLOUGLIN
Málaga.

A pocas semanas de que lo más granado del mundial de constructores móviles se dé cita en el Mobile World Congress de Barcelona, Samsung ha movido ficha colocando a Sunny Lee como nuevo presidente de la compañía en el Viejo Continente. "El panorama en Europa está mostrando signos de mejora y es un momento muy emocionante", analiza el directivo, que cuenta con 30 años largos de trayectoria en la empresa. Lee, que ya estuvo al frente de la marca durante cuatro años en Alemania, empezó a ejercer sus funciones el lunes en el cónclave que la factoría surcoreana celebró en Málaga, donde 10.000 personas conocieron de primera mano las novedades para este 2014, entre las que destacaron las nuevas pantallas 4K con tamaños desde las 55 pulgadas hasta las 105, los mayores guarismos vistos hasta el momento.

"Nosotros no decidimos los precios. El precio los fija el mercado y en último término los consumidores", contesta el directivo al ser preguntado por el alto precio de estos monitores. "Si nuestros precios no son competitivos nadie comprará una televisión Samsung", remacha, poco después de recordar que su empresa fue uno de los principales creadores del mercado de 'smart TV' y que han sido líderes "tanto a nivel europeo como global durante los últimos ocho años".

En lo que se refiere a los *smartphones*, la hoja de ruta del primer fabricante mundial cuenta con un destacado para la presentación de su nuevo terminal estrella. Mientras se decide si la bienvenida se celebrará en Londres o en Barcelona, los mentideros especializados se entretienen diseccionando los rumores que van surgiendo del que han bautizado como Galaxy V. Un lanzamiento clave para seguir carburando en las cotas más altas del mercado, una parcela donde se han manejado tradicionalmente con holgura. "Aunque hemos sido un proveedor identificado con los modelos 'premium', hay una serie de productos de bajo y medio coste que debemos apoyar. No podemos pensar solo en alta gama", contesta cuando se le plantea una eventual fatiga de los consumidores por el hiperactivo ritmo de lanzamientos.

"Hemos detectado que hay consumidores que no les gusta la actual plataforma del sistema Android para móviles y otros dispositivos. Esa es la razón por la que nos convertimos en uno de los miembros más activos para conseguir Tizen", responde sobre el proyecto en el que se han involucrado para desarrollar una plataforma alternativa, de la misma manera que han hecho Mozilla con Firefox OS o un grupo de exempleados de Nokia con Jolla. "Esto no significa que no olvidemos de Android",advierte.