

El llibre digital és un giny pràctic, lleuger i d'ús senzill



AVUI

té volta de full. Si observem el mercat anglosaxó, que sempre és la referència en tot allò relatiu a les noves tecnologies, podem constatar com el creixement de vendes d'*e-readers* i *e-books* és clar i sostingut. Cada trimestre hi ha un augment rellevant i ferm en percentatge i números absoluts. Les editorials estan adaptant els seus fons al format *e-book*, es creen llibreries digitals i el públic va creixent.

Primeres plataformes

A casa nostra ja s'han creat les primeres plataformes de llibre digital. Moltes editorials estan en ple procés d'adaptació i transformació dels seus catàlegs, es van creant botigues virtuals de venda d'*e-books* i cada cop és més fàcil trobar els *e-readers* a les llibreries o comerços d'electrònica. El procés

es va consolidant i agafa força.

És una moda o un canvi irreversible? Quines modificacions culturals, socials, econòmiques i industrials suposa? Cap a on ens mena?

Moltes i importants preguntes, algunes que es van perfilant i altres encara sense resposta. Molts reptes per resoldre. Però tanmateix el canvi ja el tenim aquí, cada dia té més força i sembla irreversible. És un moment apassionant, engrescador i probablement irreplicable. El paradigma del llibre es transforma. L'experiència d'escriptura i lectura, també. La indústria, també. Ara estem en un d'aquells moments apassionants, probablement històric en alguns aspectes, que d'aquí a uns anys explicarem als nostres fills i néts, orgullosos d'haver estat testimonis del naixement d'un nou model i una nova realitat.*

Una gran oportunitat

Ernest Folch

Començarem pel final: durant el Nadal d'aquest any, un lector arriba a una llibreria, compra un Leqtor i quan arriba a casa es descarrega de manera senzilla l'últim èxit de Philip Kerr. Aquest procés tan senzill no és ciència-ficció, és una gran realitat. Per arribar fins a aquí ha calgut que cada un dels actors del món editorial es replantegés profundament el seu paper. L'autor, l'editor, el distribuïdor, el llibreter i també el comprador han hagut de respondre's moltes preguntes abans d'arribar a aquest petit i feliç acte de llegir el teu autor preferit en el teu lector personal.

Hi ha gent que creu legítimament que el llibre digital no s'imposarà, però els escèptics tenen cada dia menys arguments. L'última notícia que ens arriba d'Estats Units és espectacular: a la principal llibreria americana, Amazon.com, aquest Nadal s'han venut per primera vegada més llibres digitals que llibres físics. I en l'última novetat de Dan Brown, per cada 100 llibres que s'han venut en paper, se n'han venut 120 en digital. El parc de lectors, segons diverses fonts, supera, només als Estats Units, el milió d'exemplars: un milió d'usuaris que ràpidament es posarà a llegir milions de llibres.

Tenint en compte que es fa difícil pensar que el que ha funcionat en un país no funcioni en un altre, i veient també les vendes que hem tingut aquest

Ningú haurà de plegar si sap fer bé la seva feina

Nadal a *Leqtor.com* de títols de Stieg Larsson, Sebastià Serrano, Jordi Pujol i Toni Soler, no crec que el debat sigui si la gent llegirà o no llibres digitals sinó com ens hem d'adaptar tots plegats a aquesta nova realitat. Però el terreny està adobat per als apocalíptics: els que proclamen que desapareixeran els editors o s'acabaran els llibreters. Però la realitat ens ensenya aquestes primeres setmanes que ningú ha de desaparèixer si fa bé la seva feina. Potser patirà qui es creui de braços, però patiria igualment en un altre context. Res impedirà als editors que editaven en paper passar a editar en digital, ni res impedirà tampoc als llibreters que venien llibres en paper fer-ho també en digital. La barrera només se la posaran ells mateixos, si volen. Ni els editors són fabricants de paper ni els llibreters són venedors d'objectes. Tots dos defensen un intangible molt important, que és la seva capacitat de prescripció, que en definitiva és la seva marca. No crec que la gent confiï en un suport; la gent confia sobre-

tot en aquella gent que li tria i li ven els llibres.

I en tot aquest nou escenari, hi ha dos guanyadors: l'autor, que recupera tota la força, i el consumidor, que descobreix un nou canal de lectura i una nova manera de llegir. Les possibilitats són immenses i tot just ara les comencem a investigar. I és que és el moment de guanyar nous lectors, independentment del canal on ho facin. No tindrem gaires més oportunitats com aquesta.*

