



Simposi per als programadors

Un esdeveniment Transbook

01/04

2015

ITALY
Bologna Children's Book Fair



Mitjans digitals i la programació de la literatura juvenil

«Un futur sense llibre de paper és una idea que fa por, un concepte desastrós! Per a mi, això seria terrible!» Aquestes paraules de Sam Arthur, cofundador de Nobrow (Gran Bretanya), representen probablement una preocupació compartida per molts lectors i professionals del llibre. La digitalització de continguts és una amenaça real? És la sentència de mort de l'edició impresa? Com ens hem apropiat d'aquests nous mitjans digitals?

Neal Hoskins comissari del Digital Café a la Fira del Llibre Infantil de Bolonya **GRAN BRETANYA**
Marlene Zöhrer consultora independent especialitzat en les mitjanes dels nens **ALEMANYA**
Christina Hasenau directora del centre d'informació al Goethe-Institut a Roma **ALEMANYA**
Sam Arthur cofundador de Nobrow **GRAN BRETANYA**



En primer lloc, econòmicament parlant, el paper domina àmpliament, ja que el mercat del llibre digital juvenil no està molt assentat. El cost de disseny de l'aplicació és massa alt per a una venda a baix preu. Les dificultats per a la distribució de les obres i el monopoli de la radiodifusió, la incompatibilitat de formats, la qüestió dels drets d'autor i el baix índex de lectors són els principals obstacles que expliquen la reticència dels editors professionals d'invertir en la literatura digital. El mercat digital és molt desigual a Europa. A França representa només el 2,3% dels ingressos dels editors el 2014¹.

La qüestió es planteja de manera diferent si ens acostem a la utilització de dispositius digitals entre nens i adolescents. L'ús dels telèfons intel·ligents i les tauletes és cada vegada més generalitzat, ja que només a França, per exemple, el 62% de les llars amb nens tenen una tauleta², el 68% dels adolescents tenen el seu propi telèfon intel·ligent i un 29% una tableta. A nivell europeu, els nens creixen en llars envoltats per 2-3 pantalles de mitjana. Els nens i els adolescents són, per tant, els usuaris quotidians dels mitjans digitals, per veure vídeos, jugar, comprovar les xarxes socials, escoltar música, i també per llegir.

Això revela la urgent necessitat de «treballar per assegurar que els infants i els joves puguin descobrir les obres de la literatura infantil de qualitat», estima Sylvie Vassallo, directora de la Fira del Llibre i la Premsa Juvenil a Seine-Saint-Denis (França).

Gràcies al digital, el contingut esdevé transmèdia, circula de l'impres a l'aplicació, enriquint-se amb el so, el vídeo, la interactivitat. Segons Neal Hoskins (Regne Unit) responsable del Cafè Digital de la Fira del Llibre Infantil de Bolonya «els límits entre els mitjans de comunicació estan desapareixent», i és inútil oposar paper i digital. Cal combinar-los tots dos, i és que el món editorial només sortirà guanyant en unir-se al sector de les noves tecnologies per satisfer les noves demandes dels consumidors en termes de contingut.

Els participants en el Simposi han fet un acostament complementari dels usos digitals i suggereixen que el digital pot aportar a tots els nivells de la cadena del llibre.

1 KPMG

2 Ipsos poll: Junior Connect' 2015

LES APLICACIONS DELS NENS ENRIQUEIXEN LA NARRACIÓ

Marlene Zöhrer (Alemanya), una especialista en la literatura infantil i els mitjans de comunicació per a nens, distingeix 3 tipus d'aplicacions: aplicacions per a l'educació, per a l'aprenentatge de llengües estrangeres, per a les matemàtiques o aquelles destinades exclusivament al joc i, finalment, les de literatura infantil, és a dir adaptacions de llibres o creacions originals existents. Aquests 3 tipus d'aplicacions comparteixen punts comuns: els personatges, utilitzats sovint com una marca, l'ús d'imatges i la presència del joc.

A través de tres aplicacions com a exemple, *Emma eat* de Jutta Bauer, *El viatge a Panamà* de Janosch i *Elephant's Backlight* de Florian Felix Weyh i Karin Planting, Marlene Zöhrer identifica les limitacions narratives de les aplicacions: la línia de la història no s'ha de dissoldre en la combinació de diversos elements tècnics interactius per evitar que el nen perdi la coherència narrativa.

El joc, primer argument de venda per als pares interessats, ha d'accentuar la història sense alterar el seu esperit i sense ser un objectiu en si mateix, ja que el propòsit principal de l'aplicació segueix sent posar en marxa una història. Per abordar aquest problema, l'aplicació de *El viatge a Panamà* només permet l'accés als jocs un cop acabada la lectura; el joc es converteix en un incentiu a la lectura i, alhora, en la seva recompensa.

L'ús que els nens fan de les tauletes no és individual, és un mitjà per compartir i posar-se d'acord. Els nens no han d'estar sols davant de la pantalla, sinó acompanyats pels seus pares. L'aplicació també pot esdevenir una eina de mediació literària, que atrau els nens cap a la lectura, en particular per aquells que s'hi mostren distants.

Per tant, el digital té un nou poder per revaloritzar les obres, tant per fomentar la lectura com per promoure el treball artístic, especialment en el marc de residències artístiques.

LA WEB, UNA FORMA DE PROMOCIÓ I DE MEDIACIÓ DE LES RESIDÈNCIES ARTÍSTIQUES

Donar valor a les obres dels artistes concebudes durant una residència artística pot quedar molt limitat en el pla internacional, sense la possibilitat de difusió que ofereix la web. És per això que l'Institut Goethe ha invertit molt en 2 projectes de residències en el còmic i la il·lustració, explica Christina Hasenau (Alemanya), directora del centre d'informació de l'Institut Goethe a Roma.

Creat el 2012, el bloc Comic Transfer va identificar 360.000 visites, èxit degut sens dubte a la publicació de les obres molt elaborades d'artistes italians i alemanys, que van recórrer Itàlia, França, Espanya i Portugal.

El segon projecte, en col·laboració amb l'Ambaixada de França a Roma, va permetre als artistes reinterpretar 3 còmics de 2 ciutats estrangeres visitades. Per arribar a un públic més ampli, la versió web del diari italià Repubblica va ser la seu dels artistes, i les seves produccions van ser publicades setmanalment. Les entrevistes amb els artistes i el contingut del vídeo s'han afegit al projecte.

L'associació de producció real i digital en aquests projectes de residències artístiques va facilitar la seva internacionalització i l'augment de la visibilitat dels artistes, cosa que sembla òbvia després. El que ho és menys és que els mitjans digitals són beneficiosos quan el digital, paradoxalment, dona nova vida a la impressió.

EL DIGITAL AL SERVEI DEL PAPER IMPRÈS

«La impressió està morta,» això és el que tothom es va dir en 2008, quan Sam Arthur (Regne Unit) cofundador de Nobrow, una editorial especialitzada en còmics, novel·les gràfiques i àlbum. Però en tant que consumidor i professional de l'edició, Sam Arthur va observar una sèrie de tendències que mostren que l'«ogre digital» no ha devorat per complet el paper, sinó que fins i tot li ha donat de menjar i li ha insuflat un nou respir.

En primer lloc, veu que Amazon, un dels gegants Web s'ha convertit en el que és a causa de que ell el va triar per vendre els llibres de paper... Moltes revistes de paper independents apareixen actualment i aquests magazines se sustenten en les seves llocs web i les xarxes so-

cial per promoure i vendre.

La impressió en paper pot esdevenir una activitat d'oci. El Newspaper Club ofereix la seva revista d'impressió sota demanda, des de la seva plataforma web. A Londres, molts llocs permeten a l'individu imprimir manualment i artesanalment. El risógraf, la fotocopiadora digital, són cada vegada més populars i s'utilitzen per a les edicions limitades, com per als llibres d'art.

El llibre no és immune a aquesta tendència. L'any passat, un best-seller britànic per a nens es va situar a mig camí de l'imprès i el digital: *The Little Boy Who Lost His Name* (El nen que va perdre el seu nom). El concepte és utilitzar el lloc web per crear un llibre personalitzable, cada nom crea una història única, que després s'imprimeix i s'envia al destinatari. Algunes novel·les per a adolescents s'escriuen primer, i després es difonen i llegeixen a la web a través d'Wattpad, una xarxa social que és molt popular, especialment a Filipines. Algunes novel·les de Wattpad poden ser objecte d'una publicació en paper. El món dels videojocs fascina als nens i adolescents, i també poden ser publicats com novel·les en paper.

A través d'aquests tres enfocaments molt diferents i complementaris, es pot considerar que el digital enriqueix la indústria editorial per a joves: enriqueix la literatura juvenil amb la interacció i altres formes de comunicació, promou la creació i augmenta la visibilitat dels artistes a escala internacional i fins i tot arriba a donar noves ales a l'imprès.



TRANSBOOK IS A EUROPEAN PROJECT FOR THE DIGITAL TRANSITION OF THE CHILDREN PUBLISHING INDUSTRY

www.transbook.org
contact@transbook.org
[@TransbookEU](https://twitter.com/TransbookEU)



Transbook

children's literature on the move



Co-funded by the Creative Europe Programme of the European Union