
Análisis de las noticias sobre lectura en Portugal en el inicio de la era digital (2009-2011)

Analysis of the news on digital reading in Portugal (2009-2011)

Belén GARCÍA-DELGADO GIMÉNEZ

Universidad Europea de Madrid, España, belen.garcia-delgado@universidadeuropea.es

Resumen

El objetivo de este trabajo es averiguar la influencia que las nuevas tecnologías ejercieron en los hábitos de lectura en Portugal cuando el desarrollo de las mismas se generalizó. Para ello se recogen 53 noticias sobre el tema a tratar en cuatro de los periódicos portugueses de especial relevancia: *Jornal de Noticias*, *Diario de Noticias*, *Publico* y *Correio da manha* desde el año 2009 hasta el año 2011 utilizando la base de datos *Factiva*. El análisis se basa en el estudio del índice de frecuencia con el programa *Wordsmith* y del valor semántico de una selección de términos relevantes presentes en el corpus de noticias con ayuda del *software Tropes* para el tema objeto de estudio. Estas herramientas permiten observar la evolución de los discursos públicos, a lo largo del periodo estudiado, como consecuencia del desarrollo digital. Los resultados indican que las tecnologías empiezan a estar muy presentes en los hábitos de lectura de los portugueses, pero no se encuentran en un estado muy desarrollado, ya que aún no se aprovechaban todas las funcionalidades que estas aportan. Probablemente, podamos concluir que las tecnologías se aprovechan tan rápido que se necesita un poco más de tiempo para que la sociedad llegue a habituarse a ellas. Así podrán manejarlas adecuadamente y estandarizarlas de forma correcta.

Palabras clave: Hábitos de lectura. Sociología de la lectura. Lectura digital. Portugal.

1. Introducción

En Portugal no existen estudios anuales sobre los hábitos de lectura realizados por entidades como la Asociación Portuguesa de Editores y Libreros (APEL, 2005). Es más el último estudio realizado por la APEL sobre los hábitos de lectura de los portugueses data del año 2005. De ahí que se haya realizado un estudio como este. Bien es cierto que existen otras encuestas que estudian este tema, pero incluyen factores y variables diferentes, por lo que no es posible realizar una comparativa adecuada y sin sesgo.

En España sin embargo, la entidad equivalente es la Federación del Gremio de Editores en España (FGEE) que realiza un estudio anual de los

Abstract

This Project collects the public discourses about Reading included in 53 news published in four relevant Portuguese newspapers: *Jornal de Noticias*, *Diario de Noticias*, *Publico* and *Correio da manha*. The analysis is based on the study of the frequency rate and semantic value of a key words selection – present in the news corpus – for the object of the study. They allow observing the public discourses evolution along the period of time studied as a consequence of the new technologies development. The results indicate that technologies start to be a very important part of the Portuguese reading habits, but there are still not quite developed, as not all the functions are exploited. The conclusions would probably be that technologies develop so quickly that society needs some time to get used to them. In this way, they would manage them properly as well as standardize them correctly.

Keywords: Reading habits. Reading sociology. Digital reading. Portugal.

hábitos de lectura y compra de libros desde el año 2000, habiendo llevado a cabo el último trabajo en el año 2012. Bien es cierto que (Cordón, 2016):

Todos los países han incorporado la cuantificación de lo digital en sus anuarios, panorámicas y observatorios, pero las cifras que arrojan revisten un carácter siempre aproximativo, pues la irrupción de la autopublicación como uno de los escenarios más potentes del ecosistema digital dificulta la normalización de la práctica estadística en este terreno.

Por tanto, no aportan resultados muy relevantes o completamente fiables en este sentido.

La lectura digital es un tema que tiene un peso importante en la sociedad portuguesa, ya que

encontramos gran número de noticias que versan sobre el mismo. Pero estas no son tan abundantes como en España, por lo que intentaremos explicar el posible motivo o motivos a lo largo de este trabajo.

Cuando hablamos de lectura digital nos referimos al proceso de descodificación que se realiza en los nuevos formatos fruto de las nuevas tecnologías. Esto se debe a que el papel ya deja de ser uno de los únicos soportes de lectura porque “la mediación tecnológica introduce un elemento nuevo en el proceso lector, vinculado con la apropiación del dispositivo y con la ejecución del contenido” (Cordón, 2016). Así pues el proceso lector cambia por completo durante el período objeto de estudio debido a la influencia de los nuevos formatos que surgen en el mismo. Además, el valor añadido de este estudio radica en que se estudian los hábitos de lectura de los portugueses desde una perspectiva española, lo cual aporta objetividad al análisis.

En el año 2009 se produjeron numerosos despidos en varios grupos de comunicación por crisis de mercado de los medios y por la caída del mercado publicitario. La publicidad no era suficiente para costear los periódicos. Cobrar por los contenidos en Portugal estaba en una fase más reciente que en otros países. Por otro lado, en este año surgen las primeras empresas editoriales de autopublicación como *O Sítio do Livro* y *Bubok.pt*, plataforma asociada a la editora española Bubok España especializada en autopublicación.

A partir de 2010 hay una mayor intención de publicar en línea, lo cual se demuestra con una mayor presencia en las redes sociales, así como un mayor número de plataformas de publicación, especialmente en móviles (Bastos, 2016). Es el año en el que también empiezan los *tablets*. Por tanto, la interfaz de lectura adquiere mucha relevancia para el acceso al contenido, de forma que las funciones del dispositivo y sus aplicaciones condicionan los modos de leer (Emerson, 2014). En cualquier caso, a finales de este año internet pasaría a ser la 3ª plataforma más popular para acceder a noticias, apenas superada por la TV, según un estudio del *Diario Económico*. Además, se funda *Várzela da Rainha*, proyecto editorial con servicios de impresión digital y de impresión a demanda.

A pesar de todo esto, según el estudio realizado en 2010 “O Sector Cultural e Criativo em Portugal”, por la consultora Augusto Mateus & Asociados para el Ministerio de Cultura, el 50% de los portugueses afirmaba haber leído por lo menos un libro en los últimos 12 meses, mientras que la media española rondaba el 71%. Aunque debemos tener en cuenta que aún no se

contemplaban los libros electrónicos, solo los libros en papel (Augusto, 2010).

Por último, en el año 2011 los contenidos de los periódicos *online* experimentaban múltiples avances como son: la posibilidad de leer *offline*, de guardar en favoritos, de compartir por: correo electrónico, en blogs y redes sociales, así como traducir al inglés o al francés. Otras funciones disponibles eran: noticias relacionadas, aumento o disminución de tipografía, búsqueda de noticias, servicios de meteorología, cines, etc. A pesar de la implantación de todos estos nuevos procesos, los bloqueadores de publicidad provocaban que los periódicos tuvieran dificultad para sufragar gastos, en un momento en que la publicidad empezaba a ganar terreno (Bastos, 2016). En lo que se refiere a los dispositivos, a finales de este año el acceso a *tablets* y a *ereaders* era marginal – entre el 1,5% y 1% de los usuarios de Internet respectivamente -. El estudio “Sociedade em Rede 2011” revela que 72,7% no tenía todavía hábito de leer libros y que el 80,5% tendía a leer lo mismo o menos que hace 5 años (Obercom, 2012). La lectura de periódicos y revistas digitales contaba con más adeptos, pero se leía de forma más superficial que anteriormente (Cardoso, 2015).

2. Objetivos

El objetivo de este trabajo es averiguar cómo la aparición de los dispositivos digitales ha influido en los hábitos de lectura de los portugueses desde el año 2009 hasta el 2011, inicio de la era digital. Este trabajo se va a centrar en noticias de prensa de los periódicos más relevantes en Portugal durante el período objeto de estudio. Vamos a analizar qué influencia ha tenido en el desarrollo de la prensa escrita el boom digital. También veremos si se han tomado medidas concretas para fomentar la lectura y cómo han influido en ello. Por último investigaremos cuál será la evolución futura de la lectura digital.

El motivo por el cual la muestra se compone de noticias de prensa es porque estas reflejan los distintos cambios que tienen lugar en la sociedad. De manera que será un proceso de estudio más objetivo que en el caso de entrevistas o encuestas, aunque también presenta dificultades. Además, los medios de comunicación social son una herramienta fundamental para conocer la realidad de un país desde puntos de vista diversos, siendo el tema objeto de estudio uno de ellos. Por este motivo, el objetivo principal es realizar un análisis de contenido de dichos textos, centrándonos en aquellos que versen sobre el tema objeto de estudio de este trabajo, como es la lectura.

El rango de fechas tenido en cuenta para la selección de noticias ha sido desde el uno de enero de 2009 hasta el treinta y uno de diciembre de 2011, ya que se ha comprobado que es a partir de este año cuando la lectura digital empieza a abrirse camino. De hecho, el número de lectores de estos cuatro periódicos ha aumentado desde el año 2005 hasta el 2012 en la mayoría de los casos, o al menos se ha mantenido (Cardoso, 2013, p. 65).

Muestra de ello es que de 2008 a 2010 el número de lectores de periódicos en papel descendió de 55,8% a 47,7% respectivamente, ha aumentado por otro lado el total de personas que leyó en ambos formatos (Obercom, 2010). Además, según informa INE la venta de periódicos ha bajado considerablemente de 2010 a 2011. Por último, desde 2009 a 2011 hay un descenso notable del registro de publicaciones periódicas en el Depósito Legal (PORDATA, 2013).

Esto probablemente se deba a la influencia que las nuevas tecnologías ha supuesto en los hábitos de lectura a todos los niveles. De ahí que la misión de este trabajo sea observar la evolución que ha sufrido el proceso lector en este sentido, intentando averiguar cuáles son los hábitos de lectura de la sociedad portuguesa en este período. Para ello se hará un análisis de contenido de la muestra, relacionándolo con los resultados obtenidos en estudios de similares características durante estos años, con el fin de averiguar así los motivos por los que tienen lugar. En este sentido se analizarán las formas de animación de lectura que predominan en este período, así como los soportes en los que se lee, o los nuevos géneros que empiezan a emerger.

3. Metodología

Se ha realizado un seguimiento de prensa en tres periódicos generalistas de ámbito nacional: *Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* y *Público*. Se han seleccionado así las primeras ediciones publicadas en Lisboa en el idioma portugués. La selección de estos periódicos responde a que son los más leídos en Portugal: 14% *Correio da Manhã*, 11,7% *Jornal de Notícias*, 4,2% *Diário de Notícias* y 5,1% *Público* en 2012 (Cardoso 2013, p. 65).

La muestra se compone de un total de 53 noticias sobre lectura en los periódicos anteriormente citados. Podrían haberse tomado los discursos privados – a través de la encuesta o entrevista – como muestra para el estudio, pero en ellas el proceso de análisis es menos sistemático que en el caso de los discursos públicos. Sin duda, en estos últimos resulta más fácil determinar una serie de indicadores a seguir, para así estudiar los

mismos factores de forma coherente y equitativa en los distintos tipos de medios.

La herramienta que ha servido para realizar el seguimiento de prensa ha sido *Factiva*, una base de datos que contiene noticias de agencias y también de más de diez mil periódicos de ámbito nacional, internacional y local. Este *software* exige suscripción y da acceso al contenido de noticias de un amplio rango de fechas, aunque la antigüedad de las mismas es variable según el periódico del que se trate. En todos los casos las publicaciones incluidas cuentan con al menos diez años de antigüedad.

Además, se ha realizado una somera descripción bibliográfica con el gestor de datos *RefWorks*. Lo cierto es que, a pesar de que el procesamiento y descripción bibliográfica de tal cantidad de textos ha llevado mucho tiempo, se ha optimizado el proceso, resultando muy sencillo el estudio y análisis. Así, en el caso de haber textos duplicados, se detectan rápidamente o, al realizar una búsqueda por un descriptor determinado, se agrupan los distintos textos que versen sobre el mismo tema, facilitando enormemente el estudio.

Una vez recogidos los textos se realiza un análisis del índice de frecuencia de aparición de los textos (absoluta y por grupos de textos) de los términos relacionados con la lectura con el programa *WordSmith* –ver tabla 1 con un total de 19 términos relacionados con las variables a tener en cuenta para el estudio –, para posteriormente establecer las distintas comparaciones tanto por año como por fuente de información. Estas palabras objeto de estudio las podemos agrupar en: soportes de lectura, lugar en que se realiza, sujetos que leen, frecuencia, hábitos y objetivos que se pretenden (cultural, educacional, comunicación, etc.).

Este índice de frecuencia obtenido con dicho programa es el porcentaje de aparición de la palabra calculado a partir del total de textos. Los resultados quedan reflejados en la tabla incluida en el apéndice. La selección de este tipo de procedimiento responde a averiguar cuáles son los conceptos, relacionados con el tema objeto de estudio, predominantes en este país y período analizado. De esta forma, cuanto mayor índice de frecuencia tengan dichos conceptos representados en forma de términos, mayor relevancia tendrán. En este sentido si, por ejemplo, se obtuviera un alto índice de frecuencia en el término 'ecran' – cuyo significado en español es pantalla – se podría concluir que el proceso lector tiende cada vez más a una lectura a través de dispositivos electrónicos. Sin embargo, si por el contrario tuviera el término 'comunicación' una frecuencia mayor, se podría deducir que esto responde a una tendencia mayor a la lectura colaborativa y

social a través de herramientas telemáticas participativas.

Con este mismo objetivo se tendrán también en cuenta las secciones en las que se incluyen dichos textos para ver así el concepto de lectura que predomina. De esta forma si muchas de las noticias aparecen en la sección de Cultura, la lectura será concebida como un proceso más tradicional, mientras que si aparecen más en la sección de Tecnología la percepción de dicho concepto será mucho más actual.

También se lleva a cabo un análisis del valor semántico de las palabras con el programa *Tropes*. Este programa proporciona unas figuras de gran interés que facilitan la interpretación de los datos al establecer las relaciones entre los términos teniendo en cuenta sus categorías morfológicas – verbos, adverbios, adjetivos...-, tal y como podemos ver en la Figura 2. Se trata pues de una manera de analizar el significado de dichos términos en contexto, dándoles así mayor sentido y valor al proceso de investigación. Un claro ejemplo sería que tras la aparición en varias noticias de términos como: *ereader*, *Tablet*, *iPad*, *móvil*, etc. el programa *Tropes* agrupara dichos términos bajo la palabra 'dispositivo', representándolo así en el gráfico.

4. Análisis de los resultados

Exponemos a continuación los tres cuadros de los resultados del análisis de lectura de los términos seleccionados.

Términos	Correio da manha	Diario de noticias	Jornal de noticias	Público
Livro	60	62,5	31,8	35,71
Leitura	80	43,75	63,63	71,42
Leitores	40	37,5	31,81	78,57
Cultura	20	6,25	9,09	0
Biblioteca	20	6,25	13,63	21,42
Televisoes	0	0	0	21,42
Educação	0	0	4,54	14,28
Hábitos	40	6,25	22,72	14,28
Comunicação	0	0	9,09	92,85
Universidade	0	37,5	4,54	21,42
Universitarios	0	0	0	0
Internet	25	31,25	13,63	28,57
Papel	20	25	31,81	35,71
Ecrân	0	6,25	4,54	21,46
Ebook	0	0	0	21,42
Reader	20	6,25	9,09	21,42
Books	20	12,25	0	21,42
Site	0	18,75	9,09	35,71
net	0	12,5	9,09	7,14

Tabla 1. Índice de frecuencia de términos de los periódicos portugueses estudiados de 2009 a 2011

Es relevante mencionar la poca relevancia que se le da a la lectura en la prensa portuguesa en comparación con la española. Así, en este período tenemos solo un total de 53 noticias, de las cuales 21 son del *Jornal de Notícias*, 14 son del periódico *Público*, 13 del *Diario de Notícias* y 5 del *Correio da manha*.

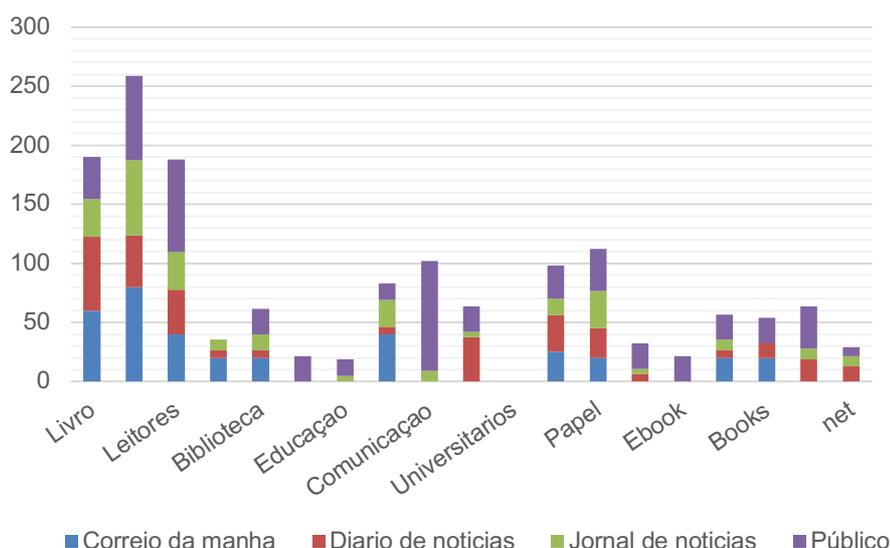


Figura 1. Índice de frecuencia de términos de los periódicos portugueses estudiados de 2009 a 2011

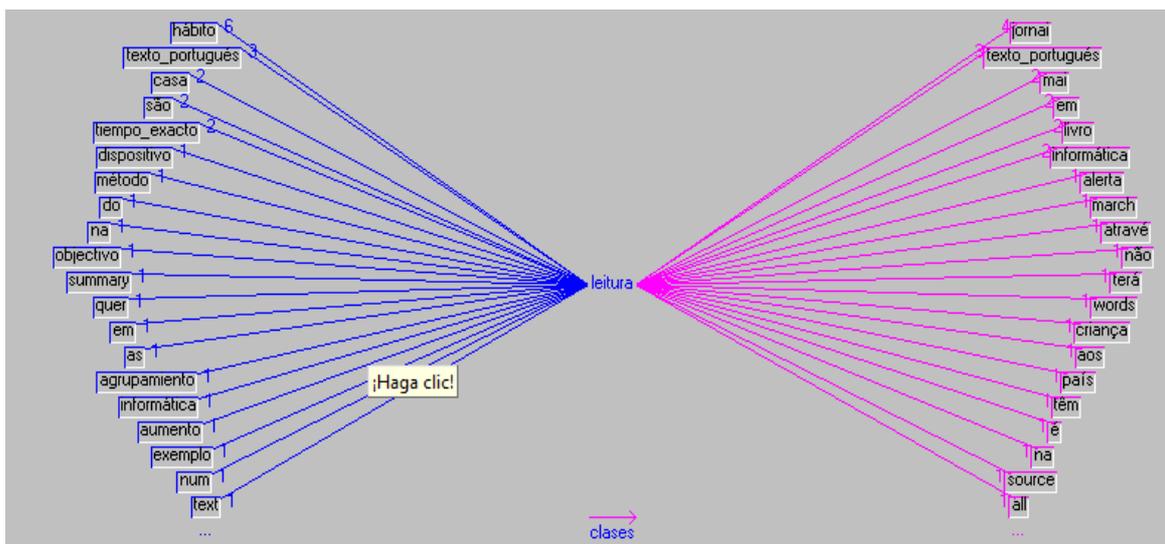


Figura 2. Término 'lectura' en todos los periódicos portugueses estudiados de 2009 a 2011

Sobre prensa digital encontramos un total de 10 noticias, teniendo así del *Diário de notícias* un total de 5 textos. En 3 de ellas del año 2011 se explica cómo usar la versión online del periódico para ordenadores, *tablets* y demás. Esto se debe a que a partir de febrero de 2010 tanto *Diário de Notícias* como *Jornal de Notícias* empezaron a disponer de e-paper para móvil, ordenador, iPhone, iPad y iPod Touch. Del *Jornal de Notícias* encontramos otros 5 textos también sobre este tema —proceso reflejado en la Figura 2 con el término 'alerta'—. Esto se debe a que en 21/03/2011 el periódico *Público*, uno de sus grandes competidores además del diario más leído de la prensa generalista portuguesa, dispone de e-paper. Posibilita así mediante suscripción el acceso a suplementos y a otras funciones no disponibles con la versión impresa: archivos de ediciones anteriores, lectura offline, alerta de email, descarga en PDF (Bastos, 2015).

Por otro lado, a partir del año 2010 este último periódico, así como *Correio de Manhã* empiezan a cobrar por sus contenidos online (Íbidem). De ahí que hablen en esta noticia de cómo el periódico *Financial Times* ha dejado de ser gratuito para cobrar por acceder a sus noticias. También *Público* habla sobre el tema en el caso *New York Times*. Es patente pues la caída de la prensa portuguesa, y así lo confirman los datos que nos ofrece el INE, donde comprobamos que las ventas de periódicos van descendiendo en estos años: pasando de 512.496.910 en 2010 a 455.514.456 en 2011.

Por otro lado, existen iniciativas promovidas por los propios medios como llevar a los universitarios a los propios periódicos para que produzcan noticias con el fin de promover la lectura de los

mismos, ya que se ha comprobado que el paso al formato digital ha supuesto una pérdida de lectores, como se explica en esta noticia: “Transição para o digital deu origem a perda de leitores” del 08/12/2010 del *Jornal de Notícias*, o esta otra que explica que cada vez son más los alumnos que “Adoram o digital, mas evitam ler” del 22/08/2010 del *Jornal de Notícias*. En esta última se indica que los jóvenes, a pesar de ser nativos digitales, apenas leen en formato digital documentos como la prensa diaria. Estos datos los confirma el estudio de Obercom de *A Sociedade em Rede Portugal 2010: a Imprensa na Sociedade em Rede*, en la que se afirma que, si bien ha descendido de 2008 a 2010 el número de lectores de periódicos en papel de 55,8% a 47,7% respectivamente, ha aumentado por otro lado el total de personas que leyó en ambos formatos: un 9,6% leyó periódicos tanto en papel como online en 2010, frente a un 3,5% en 2008. Pero, solo un 1,5% leyó los periódicos en formato electrónico en 2010, aumentando únicamente 0,3 puntos con respecto a 2008 (Obercom, 2010). Por ello, al ser el público objetivo el universitario, el término 'universidade' ha pasado de tener un índice de frecuencia de 3,07 —de 2005 a 2009— a 17,54 en este período.

Todas estas propuestas se deben no solo al descenso de ventas de los periódicos, tal y como apuntábamos en líneas anteriores, sino también al descenso del registro de publicaciones periódicas en el Depósito Legal. Encontramos así que de un total de 435 en el año 2009 baja a 385 en 2010 y a 368 en 2011 (PORDATA, 2013). Además, comienza a haber una preocupación por la protección de las obras, es decir por las distintas medidas que se pueden aplicar para evitar la piratería, cada vez más extendida, lo cual se refleja en las noticias de los periódicos *Jornal de*

Notícias y Correio da Manhã. En febrero de 2011 *Jornal de Notícias* y *Diário de Notícias* disponen de un precio de suscripción al periódico digital más barato que el de papel, de ahí que el *Diário de Notícias* intente incentivar la venta de la prensa en papel, ofreciendo regalos con los propios periódicos, tal y como se anuncia en 4 noticias del verano de 2011. Por eso el término 'livro' aparece representado en la Figura 2.

Concluimos pues que, ya sea en un soporte o en otro, la prensa es uno de los temas más relevantes de este período temporal, como podemos observar en la Figura 2 con el término 'jornal'. De hecho, también lo confirman los datos de Obercom del año 2010 al decir que un 29,2% de los encuestados busca noticias en internet diariamente o varias veces al día.

Por otro lado, también se estudia cómo cambia el proceso de descodificación en un formato y en otro, provocando así temores de distinto tipo. Encontramos noticias que hablan de que la comprensión del contenido es menor en el formato digital que en el impreso, o que en papel se llega a leer más rápido que en los nuevos formatos. Por último se explica cómo, a pesar del cambio de soporte, los lectores adultos, excluyendo los nativos digitales, siguen descodificando la información de idéntica manera en un soporte y en otro. Comprobamos así, que la comparativa entre los dos formatos está a la orden del día, concepto que aparece reflejado en la Tabla 1 con el índice de frecuencia del término 'papel' de un 29,82 frente a un 13,82 del rango temporal anterior, y la palabra que hace alusión a pantalla en portugués 'ecrân' con un 8,7 frente a un 4,6 del periodo anterior.

Al igual que 'informática' que hace alusión a estos nuevos soportes digitales, palabra que encontramos en la Figura 2 en dos ocasiones tanto antes como después de la palabra clave 'leitura', o el término 'site', que observamos en la Tabla 1, la cual ha aumentado considerablemente a 17,54 de 3,07 que tenía de 2005 a 2009. Lo mismo ocurre con 'net' que ha pasado de tener un índice de frecuencia de 3,07 en el período anterior, a tener uno de 8,07. Lo cierto es que, si bien internet se usa habitualmente para fines diversos, aún son muchos —56,5% (Obercom, 2010)— los que no lo utilizan para leer.

De forma que la edición digital está evolucionando, ya que encontramos mayor número de aplicaciones desde dispositivos diversos — presente en la Figura 2 con el mismo nombre 'dispositivo' —, ya sean *ereaders*, como encontramos en una noticia del 12/10/2010 en el *Diário de Notícias*, como tablets del 14/07/2011 en *Público*, o más adelante también en móviles, como vemos

en el *Diário de Notícias* en 31/01/2011 y en 1/03/2011 en el periódico *Público*. Cabe destacar que a pesar de que en el año 2011 empiezan a surgir estas nuevas aplicaciones para los dispositivos móviles, lo hacen aún de forma tímida, ya que si observamos los datos de Obercom del año 2010 con respecto al uso de internet, se indica que del total de los encuestados portugueses usuarios habituales de internet, tan solo el 2,6% posee *Smartphone* —término que, en este caso, incluye también el *iPhone* o *Blackberry*—. Encontramos un aumento considerable del índice de frecuencia del término 'comunicação' con un 26,3 frente a 9,3 del período anterior. Por el contrario el término 'cultura' ha descendido considerablemente pasando a tener ahora un índice de frecuencia de 5,2, teniendo 24,61 de 2005 a 2009. Deducimos pues, que la lectura ahora se concibe más como un proceso comunicativo que cultural. Prima pues, la interacción más que cualquier otra cosa, de ahí que tengamos numerosas noticias sobre prensa digital donde los foros, redes sociales y demás son herramientas fundamentales.

Si nos fijamos en las secciones de los periódicos que ocupan las noticias sobre lectura de este período, encontramos por primera vez textos en la sección de Media en el *Diário de Notícias* y de Viva+Tecnología en el *Jornal de Notícias*. En la sección de Media se incluyen noticias sobre la prensa digital. Las mencionadas secciones aparecen en el año 2010 y 2011 respectivamente. Deducimos así que cada vez se concibe la lectura como un proceso más tecnológico que cultural —únicamente tenemos dos noticias en la sección de Cultura—, algo novedoso con respecto a años anteriores.

5. Conclusiones

En este estudio observamos que, aunque se intenta innovar en cuanto a soportes de lectura se refiere, aún no se están utilizando los diferentes medios de comunicación para ello, tal y como ocurre en España. Pero, en todos los casos, ya sea con los medios tradicionales o con los nuevos formatos, se pretende concebir la lectura como algo lúdico mediante actividades en las que predomine la interacción, lo cual forma parte del día a día de los jóvenes.

Lo cierto es que el foco está en el sujeto lector, ya sea para estar en contacto con una comunidad de lectores, o para hacerlo de forma individual. En este último caso resultan particularmente interesantes las iniciativas en las que se pretende fomentar la creatividad del lector, convirtiéndose así en creador. Se da protagonismo al sujeto a través de actividades diversas de expresión escrita, ya sea produciendo noticias por

parte de los universitarios en periódicos, o bien con las tradicionales convocatorias de premios de escritura creativa de carácter nacional.

Lo novedoso es que el destinatario de todas estas iniciativas ya no es únicamente el niño o joven sino también el adulto. Esto se debe a que son los mayores usuarios potenciales de los nuevos dispositivos de lectura, por lo que se debe estudiar cuáles son sus gustos y preferencias, así como emprender actividades de fomento de la lectura dirigidas a ellos. Si a esto añadimos el hecho de que disponen de mucho tiempo libre para hacer actividades diversas, como puede ser la lectura, y que es un sector de la población muy numeroso en países como Portugal y España, merece pues especial atención. Todas estas iniciativas probablemente respondan a la inversión de más de un millón de euros que se llevó a cabo de 2005 a 2009 con el proyecto de *Apoio a Projectos de Promoção da Leitura* (PAPL/Intinências culturais). Si a esto añadimos el hecho de que en 2007 se integró el *Plano Nacional de Leitura*, observamos que el volumen de las acciones es superior al de los años anteriores, de ahí que se refleje en la prensa.

En este período a pesar de que hay diversas noticias que hablan de las aplicaciones disponibles para la lectura de documentos digitales desde dispositivos diversos, no hay tantas como esperábamos. Se siguen usando los portátiles y ordenadores, ya que la mayoría no tiene internet en el móvil y, en caso de tenerlo lo usan para otras cosas como juegos, mensajería instantánea y demás. No obstante, la edición digital sigue progresando desde dispositivos diversos, cuyo avance tecnológico continúa. Parece que estos dispositivos no llegan a proliferar en la sociedad portuguesa en estos años. Lo cual se puede deber a los altos precios de los mismos, algo que no puede asumir una sociedad con dificultades económicas debido a los múltiples recortes que aún siguen teniendo lugar en el país.

Cabe señalar que cada vez son más las personas que se conectan a internet, por lo que la lectura digital sí está presente. A pesar de ello, hasta el 2009 no encontramos una sección denominada Tecnología y otra llamada Media en los periódicos, concibiendo así la lectura como un proceso cada vez más comunicativo que cultural, donde predomina la interacción.

En este sentido, uno de los temas centrales es la prensa digital en todos sus aspectos. En este sentido encontramos noticias que hablan de la reciente exigencia de pago por acceder a los contenidos de la prensa digital —es en el año 2011 cuando *Correio da Manhã* y *Público* comienzan a cobrar por el acceso a sus contenidos online—,

lo cual es algo cada vez más extendido en los diversos países. Otras noticias contienen explicaciones sobre el manejo de los periódicos digitales, intentando así informar de las nuevas funcionalidades del *e-paper*. La suscripción a la prensa digital es más barata que la suscripción en papel, de ahí que se intente no perder lectores del formato tradicional ofreciendo promociones y regalos a los mismos.

Podemos concluir entonces que, de 2009 a 2011, los índices de lectura han mejorado, por lo que ya no es preciso plantear tantas actividades de animación a la lectura, sino más bien centrarse en los nuevos formatos de lectura que empiezan a surgir. Aunque Portugal se encuentra en los inicios en este sentido. Sí que encontramos diferentes noticias que hablan de las plataformas de acceso a documentos digitales ya sean librerías, bibliotecas digitales o periódicos. Al simplificarse el proceso de publicación son muchos los autores que autopublican sus documentos, lo cual provoca que muchas editoriales acaben cerrando. También es mayor el riesgo de piratería, ya que es muy difícil la protección total a pesar de la legislación vigente.

Referencias

- APEL. Associação Portuguesa de Editores e Livreiros (2005). O Mercado do Livro Escolar em Portugal: panorama e reflexões. <https://goo.gl/imcNJQ> (17/03/2017).
- Augusto Mateus (coord.) (2010, Enero). O Sector Cultural e Criativo em Portugal. <https://goo.gl/r8AG1V> (17/03/2017).
- Bastos, Helder (2015). *Origens e evolução do Ciberjornalismo em Portugal: os primeiros vinte anos (1995-2015)*. Porto: Edições Afrontamento, 2015.
- Cardoso, G. (2013). A leitura digital: Análise baseada num inquérito online em 16 países (primeiro semestre de 2013). <https://goo.gl/KFum7W> (17/03/2017).
- Cardoso, Gustavo (coord.) (2015). *O livro, o leitor e a leitura digital*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2015.
- Cordón García, J. A. (2016). La investigación sobre lectura en el entorno digital. // *Métodos de información*. 7:13 (2016) 247-268.
- Emerson, L. (2014). *Reading writing interfaces: from the digital to the bookbound* Minneapolis. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- OBERCOM. Observatorio da Comunicação (2007). *A Internet em Portugal (2003-2007)*. <https://goo.gl/fGG7jq> (17/03/2017).
- OBERCOM. Observatorio da Comunicação. (2010, Julio). *Nativos digitais portugueses: idade, experiência e esferas de utilização das TIC*. <https://goo.gl/WzTi4g> (17/03/2017).
- OBERCOM. Observatorio da Comunicação. (2012, Mayo). *A Sociedade em rede: A Internet em Portugal 2012*. <https://goo.gl/StoLRz> (17/03/2017).
- PORDATA. Base de dados Portugal Contemporâneo (2013). *Registros de títulos no âmbito do Depósito Legal*. <https://goo.gl/ExTy35> (17/03/2017).

Enviado: 2017-03-23. Segunda versión: 2017-09-15.
Aceptado: 2017-09-20.

