

Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal (Cerlalc)

Aproximación al estado del arte tecnológico del sector editorial en América Latina

Subdirección de Libro y Desarrollo

Richard Uribe, Robert Max Steenkist, Diana Cifuentes y Juliana Barrero



Octubre de 2008

Tabla de contenido

Introducción

1. Las nuevas tecnologías y su impacto en los componentes del sistema de producción y acceso al libro

a) Las nuevas tecnologías y la producción intelectual

Los autores y las nuevas tecnologías

Producción intelectual y Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)

b) Tecnología y medios de expresión

Dispositivos de lectura específicos para libros

Procesos de digitalización

Estandarización de formatos digitales: El estándar epub

Tendencias Web 2.0 en el sector editorial

c) Nuevas tecnologías y producción

Modelos de negocio para los editores y la impresión digital por demanda

Canales de distribución

Comercio electrónico del libro en América Latina

Bibliotecas digitales y virtuales

Proyectos internacionales de bibliotecas virtuales

Nuevas tecnologías y formas de uso y consumo¹

2. Encuesta de clima empresarial con énfasis en tecnologías

a) Uso de las nuevas tecnologías en la producción editorial de las empresas

Impresión por demanda

Publicación en formato electrónico

Ventas en medios virtuales

Internet

Página Web y servicios ofrecidos

b) Impacto de las nuevas tecnologías en el sistema de Producción y acceso al libro

Principales retos de la industria editorial latinoamericana

Amenazas para la industria editorial latinoamericana

Expansión de nuevas tecnologías (dispositivos) relacionados con la industria editorial

Elementos y actores obsoletos dentro de 50 años

Bibliografía

¹ Este apartado se toma casi en su totalidad del texto del consultor Francisco Sagasti, *El futuro del libro* (32).

Introducción

A finales del año 2007 decidimos desde el Cerlalc abordar el sector editorial en el mediano y largo plazo teniendo en cuenta los cambios que la sociedad del conocimiento introduce en la vida cotidiana de los ciudadanos de la región. En ese sentido, acordamos hacer junto con el Convenio Andrés Bello un estudio de prospectiva de la cadena de producción y acceso al libro, para lo cual fue necesario plantear estrategias a futuro: que en este contexto entendemos como la sumatoria de unos objetivos y unas acciones.

Para ello ha sido necesario no sólo continuar nuestros diagnósticos regionales de la producción y el comercio del libro, que iniciamos en 2004 y se publican en la colección *El espacio iberoamericano del libro* (su última versión se encuentra en la página web del Cerlalc) sino también abordar estudios sobre otras esferas del sistema.

El siguiente documento fue elaborado por la Subdirección de Libro y Desarrollo del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal (Cerlalc), como un insumo para el proyecto **“Estudio Prospectivo del sector editorial en América Latina 2020”**, desarrollado junto al Convenio Andrés Bello. Sigue de cerca la estructura del sistema de producción y acceso al libro, descrita en el documento *El futuro del libro* que el consultor Francisco Sagasti elaboró para el proyecto, y circuló en el “Primer Taller de Prospectiva” celebrado en Bogotá, en febrero de 2008. Esta aproximación al estado del arte tecnológico editorial en América Latina retoma y actualiza algunos de sus apartes e introduce otros. El estudio del Dr. Sagasti está publicado en la página web del proyecto².

Ya dentro del tema a tratar, vale la pena hacer una advertencia preliminar: no existe información de procedencia empírica que describa de manera totalmente satisfactoria el estado tecnológico del sector editorial en América Latina. No obstante, algunas cifras dan una idea de lo que está sucediendo en el campo editorial de la región. Por ejemplo, de acuerdo a la información disponible en el sistema ISBN, se sabe que el 95% de la producción de títulos (registrados para el año 2007) se produce en papel y que, para su manufactura, se sigue empleando mayoritariamente el sistema de impresión *off-set*. Los títulos registrados que se publican en otros soportes suman alrededor del 4%, (cd-rom 0,94%, Internet 0,20%, *ebook* 0,13%, video-libros 0,12%, braille 0,01% y sin determinar 2,8%) aunque se estima que no todas las publicaciones de este tipo se inscriben en el sistema ISBN.

² Véase http://www.cerlalc.org/Prospectiva/Docs_base.php

Asimismo, la ampliación de usos de la Red, la digitalización y la impresión digital por demanda son, entre otros, los cambios introducidos por las tecnologías en el sistema de producción y acceso al libro. En el 2008 suceden eventos que inician también nuevos modelos de negocios: la aparición de dispositivos de lectura con pantallas amables para la lectura, como el Kindle de Amazons en los Estados Unidos, el Ereader de Sony, asociado en Francia con la editorial Hachette y la cadena FNAC, o el Cybook de Booken, asociado con la editorial Gallimard en sus librerías; el desarrollo de una oferta de actualidad e interés general de libros digitales protegidos por DRM (Digital Rights Management), y el fortalecimiento de librerías que los comercializan. Todos estos eventos anclan el inicio de operaciones comerciales para la edición digital en campos diferentes a los de las enciclopedias y libros de referencias o de CTP. Tales cambios juegan un papel decisivo en el panorama del libro en un siglo que comienza, cuando conserva su valor comercial y se mantiene como un símbolo de conocimiento, de entretenimiento y de conservación, aunque haya ido perdiendo su papel hegemónico como dispositivo para conservar y transmitir la información. Con todo, la industria editorial en el mundo sigue incrementando sus ingresos año a año³.

Si se tiene en cuenta el flujo de nueva información que se produce y se comunica en el mundo en soportes impresos, el libro sigue ocupando un lugar significativo. La siguiente tabla es un intento por mostrar en cifras la relación del libro con otros medios impresos de almacenamiento y comunicación de información.

Tabla 1: Flujo mundial de la información original impresa para un año, en porcentajes (2003)

Medio	Total en terabytes (Equivalentes a transformar de análogo a digital por medio de escáner)	Porcentaje del total
Libros	39 TB	2.3%
Periódicos	138.4 TB	8.5%
Periódicos comerciales masivos	52 TB	3.2%

³ De acuerdo a información publicada por la revista Book Business, 23 de las 30 editoriales más grandes del mundo registraron crecimientos en el año 2007. El último reporte de tendencias publicado por el Book Industry Study Group de la ciudad de Nueva York informa que los ingresos netos de las editoriales crecieron alrededor de 4.4% con respecto a lo registrado en el 2006 (Skodsinski, 2008). Por su parte, la industria editorial del Reino Unido ha reportado crecimientos anuales en los últimos cinco años, incluyendo un crecimiento del 6% en el 2007 (Keegan, 2008). Una parte significativa de ese crecimiento se dio por las ventas de los títulos de nominados *bestsellers*, según la información recopilada por el gobierno chino en su página web Invest in China: 2005 Global Publishing Industry Survey. Véase http://www.fdi.gov.cn/pub/FDI_EN/Economy/Sectors/Service/Publishing/t20060422_25687.htm

Revistas académicas	6 TB	0.37%
Boletines	0.9 TB	0.05%
Documentos de oficina	1,397 TB	85.5%
Total	1,634 TB	100%

(Lyman, Varian et al., 2003).

El objetivo del presente documento es precisamente aproximarse a la información disponible sobre el tema, información que posibilite la reflexión sobre los posibles efectos que traiga la tecnología sobre el libro como objeto cultural y como industria. Para alcanzar este propósito, el documento se ha dividido en dos partes: la primera corresponde a una aproximación al estado de algunas de las nuevas tecnologías que tienen incidencia en el mundo del libro en nuestra región, citando algunos aportes del documento *El futuro del libro* de Francisco Sagasti y complementando otros; la segunda, en cambio, contiene explicaciones de orden metodológico para contextualizar las percepciones de los editores, recogidas en la encuesta de opinión *Percepción sobre el clima empresarial editorial en 2007 y tendencias a corto plazo y mediano plazo*. Esta encuesta incluyó preguntas sobre las nuevas tecnologías y las opiniones sobre el futuro del libro, y fue aplicada por el Cerlalc en la primera mitad de 2008.

Sin importar el soporte que adopten los libros, son los actores involucrados en el sistema de producción y acceso a ellos los que deben seguir asegurando un ambiente de fiabilidad y de rigurosidad que soporte el ecosistema del libro. Asimismo a ellos y a los gobiernos les compete que se sigan cumpliendo las normas que velan por los derechos patrimoniales y morales del autor y demás involucrados.

Desde el año 2003 el Cerlalc ha venido insistiendo en la necesidad de modificar las viejas definiciones del libro y especialmente la dada por la Unesco en la década de los ochenta. Ya para todo el sistema del libro en el ISBN desde 2006, habíamos incorporado una definición que tuviese en cuenta las nuevas tecnologías de soporte. Para el presente trabajo, el Cerlalc entenderá por libro el concepto que se desprende de las siguientes definiciones extraídas tanto de la Real Academia Española (2008), como de leyes de algunos países miembros del Cerlalc:

Libro: Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte. (Diccionario de la lengua española, Real Academia Española)

Obra científica, artística, literaria o de cualquier otra índole que constituye una publicación unitaria en uno o varios volúmenes y que puede aparecer impresa o en cualquier otro tipo de soporte susceptible de lectura. (Ley 10/2007, de 22 de junio de 2007, de la lectura, del libro y las bibliotecas de España)

Toda publicación unitaria, no periódica, de carácter literario, artístico, científico, técnico, educativo, informativo, o recreativo, impresa en cualquier soporte, cuya edición se haga en su totalidad de una sola vez en un volumen o a intervalos en varios volúmenes o fascículos. Comprenderá también los materiales complementarios en cualquier tipo de soporte, incluido el electrónico, que conformen, conjuntamente con el libro, un todo unitario que no puede comercializarse separadamente. (Ley de fomento para la lectura y el libro de México. 16 de marzo de 2006)

Para los fines de la presente Ley se consideran libros, revistas, folletos, coleccionables seriados, o publicaciones de carácter científico o cultural, los editados, producidos e impresos en la República de Colombia, de autor nacional o extranjero, en base papel o publicaciones en medios electro-magnéticos. Se exceptúan de la definición anterior los horóscopos, fotonovelas, modas, publicaciones pornográficas, tiras cómicas o historietas gráficas y juegos de azar. (Ley 98 de diciembre 22 de 1993 de Colombia. Artículo 2, capítulo 2)

Nos encontramos al inicio de un periodo de transición de lo análogo a lo digital en la edición de los países más desarrollados. Durante ese periodo, que abarca un tiempo aún no previsible, convivirán los libros impresos y los digitales, presentando colosales retos a los actores del sistema de producción y acceso al libro de todos los países y a los gobiernos, en su objetivos de velar por los derechos de autor y la construcción de sociedades lectoras.

Para todos será imprescindible adoptar las acciones necesarias, entre ellas el acopio de información, la investigación y la capacitación, para poder discernir cuándo y cómo se aborda la incorporación de las tecnologías que acompañaran las realidades socioculturales y económicas de la sociedad de la información y el conocimiento. En ese proceso se sabrán cuáles serán los tipos de productos editoriales que se seguirán manufacturando, de acuerdo a los cambios, las demandas, los gustos y las posibilidades de los lectores.

El gobierno de Francia, por conducto de la Ministra de Cultura y Comunicaciones, solicitó a principios de este año al señor Bruno Patiño, quien hasta el año pasado había sido director de *Le Monde Interactif*, un documento-informe que estudiase los diferentes aspectos que implica la digitalización en el mundo editorial. Tal documento fue presentado el 30 de julio de 2008 a un comité encabezado por la ministra. Comparto el señalamiento hecho por Patiño en la introducción a su documento: Se trata de reflexionar para el libro antes de que sea demasiado tarde.

Antes que de que por designio o por el accidente de circunstancias mal anticipadas algunos actores congelen la evolución de técnicas, acaparen el valor o impidan el avance del progreso al punto que el libro no pueda seguir siendo lo que es desde hace siglos: la herramienta de un intercambio abierto sin exclusividad donde se unen la creación y el patrimonio, grupos industrializados y editoriales artesanales, la creación y el comercio, en un mundo donde la pluralidad es evidente. (Patiño, 8)⁴

Por último, doy gracias a mi equipo de trabajo por su tarea de acopiar la información y traducirla, y a Julian Nossa por la revisión y corrección del texto.

Richard Uribe
Subdirector de Libro Y desarrollo
Cerlalc

⁴ Ese documento que fue traducido por Ediciona (www.ediciona.com) y plantea una lúcida mirada sobre el tema del libro digital y el impreso, y se circulará a la par del presente documento.

1. Las nuevas tecnologías y su impacto en los componentes del sistema de producción y acceso al libro

a) Las nuevas tecnologías y la producción intelectual

Los autores y las nuevas tecnologías

El advenimiento y masificación de los programas de procesamiento de textos ha servido para que los autores digitalicen sus escritos con mayor facilidad y de manera más rápida. Estas tecnologías han reducido los costos de transformar los manuscritos en composiciones tipográficas listas para imprimir o para leer en la pantalla de un computador o cualquier otro dispositivo de lectura. El que los manuscritos puedan ser creados en formato digital desde el principio permite que el flujo de los mismos hacia la edición se haga de manera más efectiva.

Es innegable que los programas de procesamiento de textos son de uso masivo por parte de los autores y de los editores. Generalmente están equipados con servicios de corrección de gramatical y ortográfica, con sugerencias para variar el lenguaje, y con múltiples herramientas de diagramación, tipografía y visibilidad. Gracias a estas y otras posibilidades, estos programas enriquecen el acto de escribir. Los programas que reconocen la voz de los usuarios y transforman en escritos los textos dictados, como IBM ViaVoice y Dragon NaturallySpeaking, persiguen el mismo objetivo (Sagasti, 27).

Producción intelectual y Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)

La información que reposa en los libros se confrontó, antes que la información de cualquier otro producto cultural, con las posibilidades que ofrecía la tecnología, como la digitalización de datos. Inmediatamente, la cadena de fabricación del libro aprovechó tales posibilidades, comenzando por la composición misma de los textos. Hoy, desde los primeros pasos de esa cadena, interviene la tecnología.

Quizás las tecnologías que más influencia tienen en el ámbito de la creación literaria e intelectual son las relacionadas con el mejoramiento de los canales de comunicación y del flujo de la información. Gran parte de la importancia que tienen las TIC para los autores actuales se debe a que los lenguajes y programas de Internet se encuentran en armonía con las nuevas tecnologías para la escritura. El computador integra procesadores de texto en su sistema operativo y los navegadores de Internet centralizan gran parte de las actividades de creación intelectual y de acceso a la información. Muchos (si no todos) los procesadores de texto permiten acceder a librerías en línea y programas adicionales (tipo *widgets* o *add-ons*, pequeñas aplicaciones o programas que dan fácil acceso a funciones frecuentemente usadas) para revisar contenidos, cotejar

referencias bibliográficas y acceder a herramientas de traducción. También existen programas que dan sugerencias para corregir el estilo, disponibles mayoritariamente en idioma inglés (por ejemplo, sciPROOF) (Sagasti, 27). Uno de los programas de corrección de estilo en español es Stilus, el cual se encuentra actualizado según las principales referencias en español normativo como el Diccionario Panhispánico de Dudas. Algunos de estos programas permiten, incluso, ingresar textos y hacer correcciones en línea con un grado relativamente alto de precisión. Gracias a buscadores gratuitos y especializados, a enciclopedias en línea, a depósitos digitales de información y a otras comodidades, los autores pueden recabar, procesar, archivar y relacionar información (Sagasti 17).

Internet además permite que los autores puedan publicar sus textos (corregidos y diagramados) a través de *blogs* u otros espacios de acceso gratuito. También existe la opción de usar estructuras digitales de acceso reservado a los suscriptores o a los usuarios que hagan uso del sistema “pago por leer”. Sin embargo, los textos publicados de esta manera carecerán de procesos de evaluación, enriquecimiento, selección y divulgación que los acrediten.

La labor de los autores, e incluso la democratización del conocimiento, que es uno de los grandes valores de Internet, van de la mano de la labor de los editores. La tarea tradicional de los editores ha sido (y sigue siendo) convertir los demasiados manuscritos que se producen en una selección valiosa para un público lector actual y futuro. La presencia del editor asegura también que el trabajo de los autores sea reconocido, a través de las retribuciones económicas y morales que les corresponde, sin importar el formato en el que sus obras sean publicadas. Pero ante millones de sitios web que se publican se requiere más que nunca de la mirada aguda de la experticia de quien conoce las necesidades de los lectores y las formas como operan los sistemas de producción y acceso a la información. Es necesario, al mismo tiempo, que los editores se apropien de tecnologías que les permitan conocer mejor a sus lectores con planes de mercadeo en los que los usuarios de la Web puedan alimentar la labor editorial.

Es probable que en los próximos años se multipliquen las iniciativas destinadas a explorar nuevas formas de estructurar y organizar las creaciones textuales, con diversos grados de apropiabilidad, de vinculación con la publicidad y de asociatividad entre trabajadores intelectuales (Sagasti, 16).

b) Tecnología y medios de expresión

La tecnología ha contribuido a mejorar los medios para expresar y divulgar el trabajo intelectual. La tecnología actual permite que cualquier libro sea susceptible de ser

convertido a formato digital y de gozar, de esta manera, de mayores niveles de difusión y distribución. Asimismo, personas que viven fuera de su país pueden acceder con facilidad a libros digitales publicados en sus lenguas natales. Para algunas empresas ellas conforman un importante nicho de mercado para los libros electrónicos (Sagasti, 24).

Cada vez es mucho más sencillo divulgar y/o comercializar publicaciones a través de Internet. La percepción de los lectores y los editores de las tecnologías de la información y la comunicación ha ido mejorando. 84% de los editores de la región que contestaron la encuesta *Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2007* del Cerlalc manifestaron tener una página Web. Para el 19% de los encuestados, Internet brinda muy buena visibilidad a sus empresas, para el 42%, buena visibilidad, y para el 31%, poca visibilidad. Tan sólo el 7% de los encuestados creyó que Internet no les otorgaba ninguna visibilidad.

Las innovaciones tecnológicas que se abordan más adelante modifican la noción tradicional de lo que es el libro, transformándolo en un instrumento que incorpora o se asocia con diversos formatos electrónicos, audiovisuales y digitales para establecer nuevas formas de transmisión y almacenamiento de la información (Sagasti, 17). Las definiciones de libro citadas en la introducción a este documento son prueba de ello. Los textos de consulta y referencia, tales como las enciclopedias y los diccionarios, son quizás los libros que más fácilmente se han adaptado a los formatos electrónicos por la manera en que se utilizan. En el campo del libro y los materiales para la enseñanza, los formatos digitalizados y los productos con soluciones más integrales para la educación se introducirán también con facilidad, en la medida en que medien inversiones gubernamentales en la infraestructura de las escuelas y colegios en términos de nuevas tecnologías.

Por su parte, y como se señaló en la introducción, los dispositivos de lectura de libros digitales (*ereaders*) están logrando diferentes grados de aceptación en ciertos nichos de mercado. Ejemplo de esto es el caso de las publicaciones para uso en aeronaves. De acuerdo a Chris Ziegler, autor de una reseña del dispositivo digital de lectura para aviación Iliad, gracias a la aparición del dispositivo reseñado, que soporta archivos en formato PDF y que es susceptible de recibir anotaciones a mano, y a un convenio entre IRex Technologies y los editores de este tipo de textos, ahora la tripulación de aeronaves hace uso de la información digital en vez de la impresa.

Lo que caracteriza a estos dispositivos es la sencillez de la interfaz (se eliminan controles característicos de los programas informáticos como barras de menú, botones, etcétera), pues ofrecen la posibilidad de añadir marcadores de páginas y notas, resaltar

pasajes, buscar palabras en el texto completo, consultar diccionarios y conservan una similitud de la página con la del libro impreso (sin necesidad de desplazamientos para ver la página completa).

Dispositivos de lectura específicos para libros

Antes de hablar de los dispositivos de lectura es necesario hacer una corta aclaración con respecto al uso del término libro digital. Por él se entienden los contenidos en formato digital y no legibles directamente por el ojo humano sin la mediación de un dispositivo que permita su lectura. Dentro del término libro digital se incluyen tanto los libros que habiendo sido impresos se trasladan a un formato digital por medio de un escáner, como aquellos que se crean desde un comienzo en soporte digital, comprendiendo también aquellos que se pusieron a disposición de los lectores primero en formato CD-ROM y luego en línea. En este sentido, el término libro digital responde al mismo concepto al que se refiere el término anglosajón *ebook* o libro electrónico. Muy diferente es lo que se entiende al referirse a los *ereader*, es decir, dispositivos expresamente diseñados para permitir la lectura de los libros digitales o de publicaciones digitales, en un sentido más amplio. Otros dispositivos como teléfonos celulares, computadores (portátiles y de escritorio) y computadores de mano (PDA: Asistente Digital Personal, por sus siglas en inglés) permiten la lectura de algunos formatos de libros digitales y de otras publicaciones digitales. No obstante, en este apartado nos concentraremos en *ereaders*.

Desde hace dos décadas, por lo menos, se diseñan y construyen dispositivos de lectura de libros digitales. Pueden identificarse al menos dos generaciones. La primera no tuvo acogida en el mercado y fue un tremendo fracaso. La segunda se inició en el año 2002 y contó con mejoras de producción y tecnologías que facilitaban la lectura (así como de una oferta más amplia de textos digitales disponibles). La penetración en los mercados europeos y en el norte americano ha sido incipiente, fundamentalmente por el alto costo de los dispositivos.

A pesar de que no existe un dispositivo para leer libros digitales que se haya impuesto sobre sus competidores, o que se haya generalizado, hay ya al menos tres tipos que tienen cierta demanda en los mercados más desarrollados: el de más reciente aparición en el mercado, Kindle (2008), con tecnología norteamericana (Amazon); el *Ereader* con tecnología japonesa (Sony), y el *Iliad*, con tecnología holandesa (iRex). A octubre de 2008, el Kindle tiene un valor de US\$ 359, el *Ereader* de Sony oscila entre los US\$ 299 y los US\$ 399 dependiendo del modelo, el último modelo de iRex, el *iRex Digital Reader 1000S*, tiene un valor de US\$749, y el *iLiad Book Edition* cuesta US\$599. Los modelos y precios se ajustan dependiendo de si tienen conectividad *WiFi*, los tamaños

de la pantalla, los formatos de protección, etcétera. Otros son el francés Cybook, o el chino Jinke.

Un factor decisivo en la aceptación de los dispositivos de lectura de libros digitales es la base de publicaciones digitales disponible. Los libros en sustrato digital representan actualmente una parte pequeña del mercado mundial de publicaciones (Sagasti, 25). El tamaño de la base de libros digitales disponibles y la aceptación de los dispositivos en el mercado se relacionan mutuamente.

Son hasta ahora noticias las valorizaciones sobre cuántos libros de los actuales fondos editoriales se tienen en formatos digitales y cuántos se han lanzado al mercado como libros digitales; tampoco hay datos confirmados del número de dispositivos lectores que se han lanzado al mercado: se está tan sólo en el comienzo. Si los reportes periodísticos y de algunos analistas económicos se confirman, en 2009 se conocerán los avances y algunos de ellos serán sorprendentes.

La difusión y la acogida de tecnologías como el reconocimiento óptico de caracteres permiten transformar el formato de los libros a un procesador de textos (útil también para indexar los textos y facilitar las búsquedas electrónicas) (Sagasti, 18-19). Los requerimientos técnicos para el mejoramiento de la definición de imágenes permiten que la calidad de los textos digitales sea mayor.

Procesos de digitalización

En un contexto amplio, el libro ha sido el primer producto cultural que en su fase de manufactura utilizó herramientas digitales. Desde hace años en toda la imprenta (composición, corrección y maquetación, etcétera) se han utilizado procesos desmaterializados. Por ejemplo, la utilización de archivos PDF permite incorporar toda la información correspondiente a la presentación final del documento tal y como será impreso, sin que se requieran procesos anteriores de ajuste o maquetación. Durante todos esos años el uso del PDF fue para fines de la producción y no para su lectura.

En el año 2004 se iniciaron otro tipo de proyectos que, a través del escaneo de libros impresos permitieron llevar a cabo programas como Google Print, y posteriormente Google Book Research, proyecto que tiene como meta digitalizar millones de libros que estén en dominio público, mediante acuerdos de cooperación con grandes bibliotecas. Asimismo, Google Book Research tiene otros proyectos destinados a editores, como el programa Partner Program –Publishers Program–, que hace visibles pequeñas partes de obras que los editores deseen promocionar.

Este tipo de iniciativas fue seguido de cerca por Yahoo, quien lanzó en 2005 la Open Content Alliance (OCA) junto a Internet Archive. OCA es un esfuerzo de entidades sin ánimo de lucro, organizaciones culturales, gubernamentales y tecnológicas de los Estados Unidos y Gran Bretaña por construir un archivo permanente de textos digitales y contenido multimedia. El material que almacena el archivo de la OCA está disponible para los motores de búsqueda de las organizaciones participantes⁵.

Microsoft también puso en marcha su propio programa de digitalización de libros con Windows Live Book Search y con su colaboración como contribuyente a la iniciativa de OCA en 2005. El 23 de mayo de 2008, sin embargo, Microsoft informó del cierre de sus servicios de búsqueda de libros y artículos académicos *Live Search Books* y *Live Search Academics*⁶. Microsoft había estado trabajando con bibliotecas y con editoriales para digitalizar e indexar material, haciéndolo accesible mediante su buscador. Antes de su cierre, estos proyectos lograron digitalizar 750000 libros y 80 millones de artículos. Con base en su experiencia, Microsoft prevé que la mejor forma en que un motor de búsqueda haga que el contenido de libros esté disponible al usuario es a través de la consulta de bases de datos creadas por editores y bibliotecas. Microsoft provee a aquellos con interés en digitalizar libros la tecnología para la creación de estas bases de datos, ahora a un costo más bajo. Esta empresa retiró las restricciones contractuales de los contenidos digitalizados, proveyó copias digitales de sus libros y artículos a los editores, y puso a disposición de las librerías que participaban en el proyecto los equipos de digitalización para que puedan continuar con programas afines.

Estos esfuerzos por digitalizar libros, se orientan a obras de dominio público, con el objeto de ofrecer al lector acceso a títulos que ya no estaban en los catálogos sin costo alguno. El interés principal de Google, Yahoo y Microsoft es incrementar el tráfico en sus páginas, cuya mayor fuente de ingresos es la venta de publicidad.

Todos estos esfuerzos por digitalizar libros se orientan a obras de dominio público, con el objeto de ofrecer al lector acceso a estos títulos sin costo alguno. El interés principal de Google, Yahoo y Microsoft es el incremento de tráfico en sus páginas, cuya mayor fuente de ingresos es la venta de publicidad.

⁵ Véase la página web de OCA para ver todas las organizaciones participantes:

<http://www.opencontentalliance.org/contributors.html>

⁶ Véase el comunicado de Microsoft sobre el cierre de *Live Search Books* y *Live Search Academic*. Recuperado del *blog* oficial del equipo de *Live Search* en octubre de 2008:

<http://blogs.msdn.com/livesearch/archive/2008/05/23/book-search-winding-down.aspx>

TABLA 2. Dispositivos electrónicos de lectura vigentes (Sagasti, 22-23)

Nombre (productor)	Año de producción	Peso	Dimensiones	Resolución	Capacidad	Conectividad	Formatos	Memoria expandible	WiFi	Pantalla táctil	Color
Franklin Ebookman (Franklin Electronic Publisher Inc.)	2002	185 gr	13.21 x 8.64 x 1.78 cm	Alta resolución	--	USB	HTML, TXT, FUB, PRC, PDB, MP3	MMC	No	Sí	16 niveles de gris
Sony Reader (Sony Electronics Inc.)	2006	255 gr	17.5 x 12.4 x 1.2 cm	800 x 600	128 Mb Interna	Puerto USB 1.1	PDF, TXT, RTF, Word, JPG, GIF, PNG, BMP, BBeB Book	SD	No	No	4 niveles de gris
iLiad (iRex Technologies)	2006	389 gr	21.7 x 15.5 x 1.6 cm	1,024 x 768 píxeles	128 Mb Interna	Puerto USB 1.1	PDF, HTML, TXT, JPG, BMP, PNG, PRC	SD, MMC, CF	Sí	Sí	16 niveles de gris
Starebook (Eread)	2006	176 gr	18.8 x 11.8 x 0.8 cm	800 x 600 píxeles	64 Mb Interna	Puerto USB 2.0		SD			4 niveles de gris
Cybook (Bookeen)	2007	174 gr	18.8 cm x 11.8 cm x 0.85 cm	800 x 600 píxeles (160dpi)	64 Mb Interna	Puerto USB 2.0	PDF, RTF, PRC, JPG, GIF, PNG, Open Book	SD	No	No	4 escalas de gris
Hanlin (Tianjin Jinke Electronics Co.)	2007	480 gr	21 x 15.9 x 1.82 cm	880 x 640 píxeles	32 Mb Interna	Puerto USB 1.1	TXT, HTML, Wolf Book	SD/MMC	--	--	4 niveles de gris

Nuut (Neolux Corea)	2007	178 gr	11.7 x 18.8 x 0.8 cm	800 x 600 píxeles (168 dpi)	512 Mb Interna	Puerto USB 2.0	XML, TXT, MP3	SD	Sí	--	--
Kindle (Amazon.com Inc.)	2008	300 gr	19 x 13 x 1.7 cm	800 x 600 píxeles	200 libros	Puerto USB 2.0	HTML, TXT, JPG, GIF, BMP, PNG	SD	Sí	No	4 niveles de gris

Fuente: enlaces electrónicos.

- <http://www.leer-e.es/irex-iliad/irex-iliad-prestaciones-2.html>
- <http://www.stareread.com/en/reader.html>
- <http://www.amazon.com/Kindle-Amazon-Wireless-Reading-Device/dp/B000FI73MA>
- <http://www.jinke.com.cn/compagesql/English/embedpro/prodetail.asp?id=6>
- http://nuutbook.com/goods/goods_list.asp?class=cover
- http://nuutbook.com/goods/goods_list.asp?class=cover
- <http://www.ectaco.com/E-BookMan-9000>
- <http://bookeen.com/ebook/ebook-reading-device.aspx>
- <http://www.sonymstyle.com/webapp/wcs/stores/servlet/CategoryDisplay?catalogId=10551&storeId=10151&langId=-1&categoryId=8198552921644523779>

Nota: Además, existe información acerca de al menos dos nuevos proyectos de dispositivos electrónicos de lectura. Uno es de la serie River de la compañía coreana Reigncom, que ya tiene un prototipo con dos tabletas electrónicas articuladas imitando la cubierta de un libro, y el otro es el de la Newton Tablet de la compañía Apple, que se basaría en la versión antigua de la tableta Newton, pero probablemente mejorada con las tecnologías de pantalla sensitiva al tacto del iPhone, y las dimensiones y la memoria flash del nuevo Macbook Air.

La digitalización de los libros permite acercarse al concepto de una biblioteca universal (Sagasti, 27). Hoy muchas publicaciones que ya hacen parte del dominio público se encuentran disponibles para todos, en cualquier momento, en cualquier idioma. Los retos, aparte de garantizar el acceso a las tecnologías base de la información, consisten en lograr una estandarización de lenguajes electrónicos y de formatos para facilitar el acceso y la circulación, y establecer esquemas comerciales rentables para los actores del sistema de producción y acceso.

Desde 2004 en los Estados Unidos y América Latina un número significativo de editores han realizado contratos comerciales con Google con el objeto fundamental de digitalizar parte de sus libros para la difusión y promoción de los mismos.

Estandarización de formatos digitales: El estándar epub

El International Digital Publishing Forum (IDPF)⁷, entidad que agrupa las iniciativas de diferentes empresas en lo concerniente al mundo de la edición digital, viene trabajando desde hace unos años en la estandarización de los formatos de publicación en medios electrónicos. En la actualidad el IDPF cuenta con el respaldo de la American Publishers Association para este proyecto. En este apartado hemos resumido y traducido apartes de la descripción y alcances de nuevo estándar. El nuevo formato *epub* busca estandarizar el formato a través del cual se publica digitalmente, superando formatos como *.pdf*, *.doc*, *.xml*, *.html*, etcétera. El continuo cambio de formato en textos digitales y la consecuente incompatibilidad de ellos en los dispositivos de lectura, son algunos de los problemas que el *epub* desea solucionar mediante la estandarización. Además, gracias a ella, se afrontaría la obsolescencia de gran cantidad de información que está en distintos formatos y el trabajo posterior que significaría mantenerla siempre disponible.

Las especificaciones técnicas del *epub* lo describen como un formato *xml* para libros y otras publicaciones digitales. Permite que el texto de un documento electrónico se ajuste automáticamente cada vez que el usuario cambie el tamaño de la ventana reajustando de esta forma el margen derecho de la página⁸. La imagen 1 es una muestra de ello. La extensión de archivo que lo identifica es *.epub* (la abreviación de *electronic publisher*).

En otras palabras, el formato *epub* se ha concentrado en que pueda ser leído a través de muchos medios. Algunos de los programas en los cuales se pueden leer archivos *epub* son Adobe Digital Editions, Lexcycle Stanza, BookGlutton y FBReader. Todos estos programas son de carácter gratuito. El navegador Mozilla Firefox tiene un *plugin* (complemento o aplicación que se relaciona con otra para aportarle una función nueva y

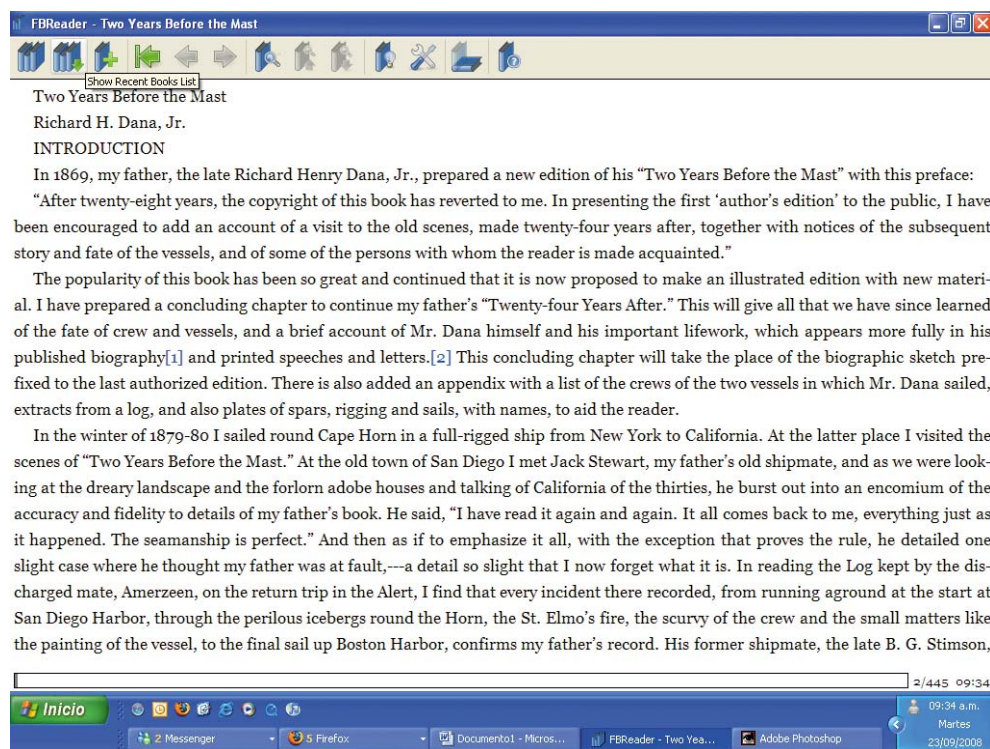
⁷ Véase <http://www.openebook.org/>. Allí, en la página de la IDPF, se encuentra toda la información sobre el EPUB.

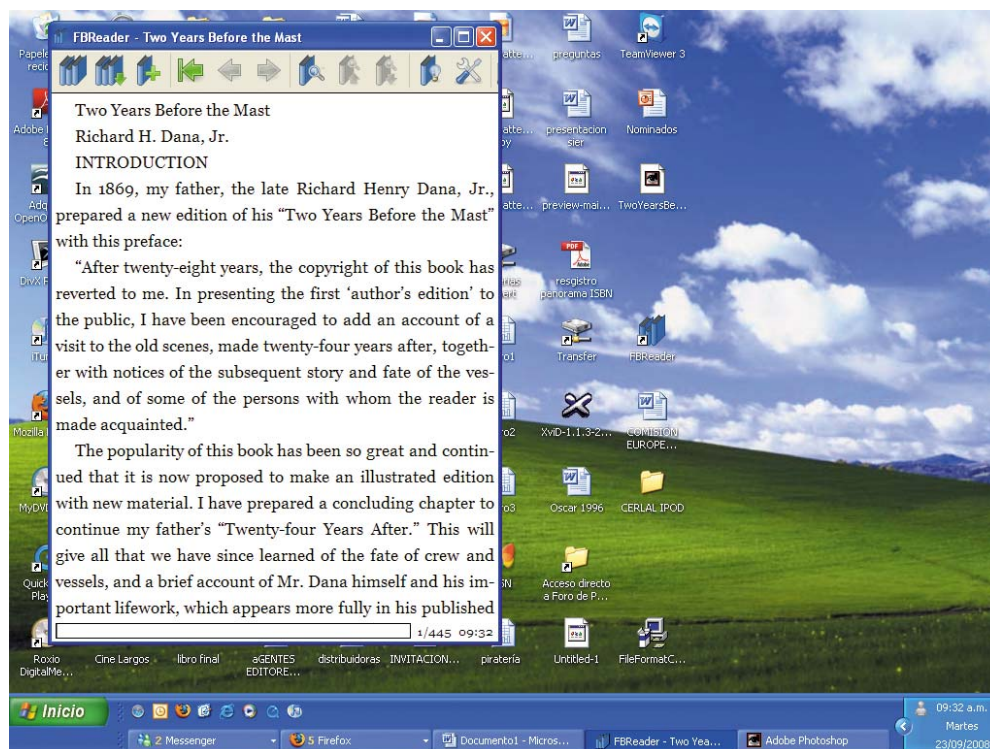
⁸ En inglés esta propiedad se denomina *reflow*, en español lo denominaremos texto acomodable.

generalmente muy específica) que permite la lectura de *ebooks* llamado OpenBerg. En la actualidad, muchos programas están implementando soportes para el formato y una actualización del Sony eReader permitirá que el aparato lea documentos *epub*. También este año BookGlutton lanzó un convertidor gratuito de documentos *html* a *epub*.

El *epub* se basa en la especificación estructural de publicaciones abiertas de *ebooks* (Open eBook Publication Structure Specification, OEBPS), que es una especificación abierta, pues no pertenece a una sola organización, basada en *xml* y destinada a contenidos, estructuras y presentaciones de libros electrónicos. Es mantenido por el Foro del *Ebook* Abierto, que es un grupo de 85 organizaciones involucradas en el campo de las publicaciones electrónicas. El OEBPS fue desarrollado por 25 individuos pertenecientes a organizaciones participantes en la iniciativa del *Open ebook*. La versión primera versión, 1.0, fue lanzada en Septiembre de 1999 y la más reciente es la 1.2.

Imagen 1. Dos visualizaciones de un documento con extensión *epub* en el lector FBReader.





El formato *epub* está compuesto por tres estándares: La Estructura Abierta de Publicaciones (Open Publication Structure, OPS), el Formato de Empaque Abierto (Open Packaging Format, OPF) y el Formato de Contenedor Abierto (Open Container Format, OCF), producidos por el IDPF y se describirán a continuación. La Estructura Abierta de Publicaciones para *ebook* (Open eBook Publication Structure, OEB), que se produjo originalmente en 1999, es el precursor del OPS.

El OPS describe un estándar para representar el contenido de publicaciones electrónicas. Esta especificación pretende dar a los proveedores de contenido y a los proveedores de herramientas de publicación pautas mínimas y comunes para asegurar fidelidad, precisión y accesibilidad, así como una presentación del contenido electrónico adecuada y compatible en varios sistemas de lectura.

El Formato de Empaque Abierto (OPF) define el mecanismo mediante el cual los diferentes componentes de las publicaciones OPS se unen. Además provee estructura y semántica adicional a las publicaciones electrónicas. El OPF describe y referencia todos los componentes de las publicaciones electrónicas (como por ejemplo archivos de marchas, imágenes o estructuras de navegación), provee metadatos de edición, especifica el ordenamiento lineal de lectura de la publicación, provee información alternativa para cuando las extensiones al OPS se emplean y mecanismos para especificar una tabla de contenidos declarativa (NCX).

Por último, la especificación Formato de Contenedor Abierto (Open Container Format, OCF) define el mecanismo estándar a través del cual todos los componentes de una

publicación electrónica pueden ser empacados conjuntamente en un solo archivo para objetivos de transmisión, entrega y archivamiento.

Ya existen múltiples páginas en Internet que se dedican a la distribución gratuita o venta de libros en formato *epub*. Algunas de las empresas que comercializan libros electrónicos con este formato son Waterstones, Penguin, Booksonboard y O'reilly. Algunos de los distribuidores de libros electrónicos gratuitos son Feedbooks, Sneer (libros infantiles) y Munsey's.

La seguridad de los archivos ha sido cuidadosamente pensada. Recientemente Adobe ha lanzado el Content Server en su cuarta versión. Se trata de un *software* que protege digitalmente archivos *pdf* y *epub* para el *software* Digital Editions y algunos aparatos móviles como el Sony Reader Digital Book PRS-505. Este servidor permite alojar y manejar *ebooks* en la infraestructura existente y sirve incluso para apoyar prestamos bibliotecarios y reventas de terceros. El Content Server protege de copia a los *ebooks* disponibles para ser bajados por Internet, resguardando los derechos de venta y préstamo, y es compatible con Windows y Mac OS. Asimismo, permite individualizar los permisos de impresión, copia y vencimiento de permisos en cada uno de los archivos *ebook*, incluyendo límites de impresión y copia sobre periodos específicos de tiempo, y distribuir el contenido a minoristas y a sitios web de bibliotecas. La tarifa inicial que se paga por el servidor es de US\$ 5000 y adicionalmente se cancelan US\$ 1500 por cada año de soporte, mantenimiento y actualizaciones. Por cada licencia inscrita para transacciones permanentes se debe pagar US\$ 0,22 y US\$ 0,08 por licencias inscritas para transacciones con vencimiento entre 0 y 60 días.

El formato *epub* ha sido acogido no sólo por todas las editoriales que conforman la Asociación Americana de Editores⁹, sino también por empresas de tecnologías como Adobe y Microsoft. En este momento, la IDPF se encuentra en trabajos con la Unión Europea para expandir este formato a los todos los países que la conforman. Mientras la resolución oficial llega, empresas como la francesa Mobipocket¹⁰ ya adoptó este formato y, de acuerdo con Martin Görner, sus ventas anuales han incrementado más de un 100% desde el año que lo adoptaron.

Empresarios japoneses y de otros países como Singapur han encontrado en el formato *epub* una manera de agrandar sus colecciones digitales y de engrosar el campo editorial en sus países. Y es que las ventajas son muchas. Es extensible a formatos que no sean

⁹ Representantes de editoriales como Hachette aseguran haber aumentado las ventas de sus *back lists* desde que adoptaron el formato *epub*.

¹⁰ Esta compañía francesa ofrece libros electrónicos para ser leídos a través de cualquier dispositivo de lectura. Fundada en el año 2000 alcanzó a ofrecer libros de más de 3000 editoriales cuando fue comprada por Amazon.com en el año 2005.

100% texto y es legible en cualquier dispositivo de lectura que existe hasta el momento. Es un formato de publicación mucho más dinámico, pues permite, por ejemplo, agrandar las letras del texto para leerlo mejor (como en un formato de Microsoft Word) sin perder el diseño de la página original (lo que no se puede hacer en formatos *pdf*). *Epub* también permite la navegación interna en los documentos (como a través de una tabla de contenidos o la búsqueda de palabras clave) y permite visualizar gráficas dinámicas y animaciones, etcétera.

Otra mejora que introduce el formato *epub* se refiere a los números de registro de los libros digitales a través del sistema de registro de una compañía estadounidense llamada Servicios Internacionales Especializados (ISBS). Esta ha ofrecido sus servicios a editoriales para penetrar con mayor facilidad en el mercado norteamericano por más de 30 años. Dentro del catálogo de productos ofrecidos por ISBS se pueden contar: reducción de los costos de envío a través de cargamentos semanales con dirección a puertos en los Estados Unidos, campañas de promoción a través de correos, muestras de libros en eventos académicos y de comercio, envío de libros a agencias de reseñas en diferentes medios y tele-ventas a libreros especializados. El formato *epub* ha servido para que ISBS pueda ofrecer libros para cualquier dispositivo de lectura o a través de repositorios de libros por demanda.

Nick Bogaty, director ejecutivo del IDPF hasta 2007, cree que las casas de digitalización, tienen grandes oportunidades de negocio con un formato que funcione de manera común en todo el mundo. Desde el punto de vista de las editoriales, según Garth Conboy de la empresa Australiana ebook.com, el *xml* (el lenguaje base del formato *epub*) es semánticamente muy simple y no tiene límites en cuanto a la publicación de texto o contenidos multimedia, lo cual promete ser un incentivo para que se creen nuevas editoriales y se fortalezca la bibliodiversidad. Por último, facilita que una sola publicación pueda ser descargada y consultada en cualquier dispositivo de lectura, independientemente de su fabricación.

Finalmente, es importante señalar que la adhesión de las editoriales y los gobiernos a normas que estandaricen la digitalización, la protección y la difusión de contenidos digitales es una de los requerimientos básicos para que la digitalización de libros tenga mayor difusión.

La Agencia Internacional, de cuyo consejo directivo es miembro el Cerlalc, viene estudiando los delineamientos para la asignación de ISBN para los libros digitales y en breve los dará a conocer. La norma vigente determina que cada tipo de publicación digital debe tener un ISBN propio (ISO 2108). Sin embargo, los editores están argumentando que, con la mediación de *convertidores* o empresas distribuidoras, de un texto con extensión *epub* pueden surgir diversos tipos de archivos con diferentes

especificaciones técnicas, cada uno de ellos destinado a un tipo de cliente final específico. Sólo el archivo *epub* original recibiría ISBN, y no cada uno de sus derivados, según las necesidades de Digital Rights Management (DRM).

Tendencias Web 2.0 en el sector editorial

Las páginas web, en su inicio (**Web 1.0**), fueron páginas estáticas, con baja frecuencia de actualización y utilizadas exclusivamente para informar a los reducidos navegantes de la red. La introducción de páginas web que permitían una actualización permanente y fácil desde una base de datos y que en su construcción se preocupaban por una estética visual, dieron surgimiento a la **Web 2.0**. Sin embargo, lo revolucionario de la Web 2.0 está en la posibilidad de hacer interactiva la participación de los usuarios en la Red, hasta el punto de permitir la creación de redes sociales, facilitar su encuentro y permitirle a los usuarios la intervención en los contenidos que circulan.

O'Reilly Media, resumió las principales características de las aplicaciones de la Web 2.0: la Web como plataforma, la Red conducida por una arquitectura de participación, innovación y desarrolladores independientes; pequeños modelos de negocio que prestan servicios diversos y que administran/suministran información como Google AdSense, Flickr, Fotolog, Imeen, Lastfm, Myspace, Youtube, Dailymotion, Wikipedia y Napster¹¹.

Por su parte Wade Roush, en un artículo para Technology Review del MIT, argumentó que el término Web 2.0 hace referencia a tres cosas: “i) nuevos mecanismos de relación y comunicación entre las personas utilizando las tecnologías de redes sociales (con servicios como MySpace, YouTube, Digg o Wikipedia), ii) la utilización de estándares web para la creación de servicios distribuidos en Internet (léase “mashups” como Housing Maps, un servicios inmobiliario que combina datos propios con mapas de Google Maps) y iii) la mejora en los interfaces de las páginas web hasta llegar a imitar, casi a la perfección, la experiencia de usuario de las aplicaciones clásicas que se ejecutan en un ordenador “¹².

La importancia del desarrollo de la Web ha captado la atención de instituciones como del área de edición del Banco Mundial y la Universidad de George Washington. El Cerlalc apoyó la iniciativa de estas dos entidades de desarrollar talleres sobre la Web 2.0 en el mundo editorial en 2007. Estos se realizaron en Bogotá, con representantes de editoriales del grupo andino, y en México, organizado esta vez por la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM). A estos talleres se invitó a las cámaras

¹¹ Véase <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>

¹² *Ibid.*

del libro de Argentina y Chile. En 2009 se reiniciarán video-conferencias con estas dos instituciones.

Las necesidades requeridas por los usuarios de la Web son infinitas y con el creciente flujo de información se requiere de buscadores cada vez más sofisticados que permitan acceder a la información a la mayor brevedad posible. En esta dirección está orientada la **Web 3.0**. Uno de los componentes a desarrollar en esta versión de la Web, es el concepto de Web Semántica (desarrollada por Tim Berners-lee¹³), que busca dotar de significado a las páginas web. La idea principal es la construcción de una Web que permita transformar la información concentrada en bases de datos de conocimiento. De esta manera, el computador mediante técnicas de inteligencia artificial, podría generar conocimiento, proceso que solo lo ha logrado el hombre.

Al hacer una búsqueda, la Web arroja resultados que sólo tienen sentido para el lector, quien debe seleccionar, entre toda la información disponible, la que le sea útil y transformarla en conocimiento. La idea sería lograr que fuera la Web la que pudiera relacionar de manera lógica y con significado la información disponible, simulando inteligencia artificial. Un ejemplo que muestra la manera de operar de la Web 3.0 es el planteado por la Empresa Telefónica de España, en el que se infiere que la “Web semántica sería aquella que permitiría que se formularan consultas como ‘busco un lugar para pasar las vacaciones con mi mujer y mis dos hijos de 5 y 2 años, que sea cálido y con un presupuesto máximo de 2000 euros’. El sistema devolvería un paquete de vacaciones tan detallado como los que vende una agencia de viajes pero sin la necesidad de que el usuario pase horas y horas localizando ofertas en Internet”. Actualmente existen empresas que ya están trabajando en este tipo de aplicaciones. RadarNetworks, por ejemplo, busca explotar el contenido suministrado por los usuarios en las redes sociales, y el proyecto KnowItAll, desarrollado en la Universidad de Washington y financiado por Google, busca obtener y agregar información de usuarios de productos.

Otra de las características que tendría la Web 3.0 es el desarrollo de microformatos que buscan estandarizar todos los formatos existentes en los que se almacena conocimiento básico (información de contacto de una persona (microformato hCard), una cita (microformato hCalendar), una opinión (microformato hReview), una relación en una red social (microformato XFN), etcétera). Actualmente el navegador Firefox está desarrollando la integración de los microformatos a sus motores de búsqueda, para convertir al navegador Web en un gestor que distribuye la información almacenada en forma de microformatos en una página web con la aplicación más adecuada.

¹³ Véase <http://www.digitaldivide.net/articles/view.php?ArticleID=20>

Así pues, la Web 3.0 lograría la homogeneidad en la utilización de los servicios en línea, con el fin de que los usuarios no tengan que invertir tiempo en aprender a manejar cada servicio nuevo. El objetivo es unificar el escritorio y la Web de tal manera que exista una sola forma de operar en los dos sistemas. Esta aplicación, Parakey, está siendo desarrollada actualmente por Blake Ross, quien también participó en el desarrollo de Firefox. Éste es un proyecto de código abierto que funciona como el sistema operativo habitual para que los usuarios se sientan cómodos. Así, actividades como subir fotos o vídeos a servidores de Internet se realizarían siguiendo siempre el mismo procedimiento.

Los actores de la cadena de producción y distribución del libro no podrán ser ajenos a estas tendencias, especialmente al uso actual de la web 2.0. Cada vez más los agentes editoriales hacen uso de las posibilidades que brinda Internet. Según los resultados de la encuesta de opinión *Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2007* hecha por el Cerlalc, los productos que más desarrollo tendrán en los próximos doce años, de mayor a menor índice de desarrollo, son los libros de consulta en formato digital (39,6%), los libros digitales, independientemente de su género (37,9%) y los contenidos multimedia (34,5%). En el año 2006 la encuesta realizada por la FGEE, permitió establecer que alrededor del 26,3% de los editores españoles publican en formatos diferentes al papel. Hasta la fecha de la publicación del estudio *Incidencias de las nuevas tecnologías en el sector del libro en el ámbito de la Unión europea* (febrero de 2008), del Ministerio de Cultura Español, alrededor de 30% de los editores españoles ya emplean la edición en soportes diferentes al papel.

El estudio *Tendencias Web 2.0 en el sector editorial: Uso de las nuevas tecnologías en el fomento de la lectura y la promoción del libro*, señala que, mientras en el año 2005 tan sólo un 12% de los sitios web de las editoriales establecía una comunicación directa con sus lectores, en los dos últimos años el 44% de las editoriales analizadas ha creado algún tipo de canal de comunicación participativa como los *blogs* de los autores, redes sociales, encuentros virtuales, etcétera (Celaya 2008). Hace dos años, un 39% de las editoriales analizadas contaba con una sala de prensa virtual. El nuevo estudio indica que el 76% de los sitios web de las editoriales ya la tiene. En 2005, tan sólo un 25% de las editoriales publicaba en sus sitios web las reseñas obtenidas en los medios de comunicación, mientras que en 2007 se eleva al 46%.

c) Nuevas tecnologías y producción

A pesar del surgimiento de nuevos formatos para publicar libros, las mejoras en la comunicación a nivel global, la cantidad de manuscritos disponibles y otros cambios al

margen, las labores esenciales de los editores siguen siendo las mismas. Los agentes editores son quienes identifican la calidad de un texto cualquiera e invierten en él todo tipo de recursos, buscando recuperar de una u otra forma su capital. Son quienes deben garantizar que los procesos de producción cumplan con las normas referentes al respeto de los derechos patrimoniales y demás regulaciones que establecen las leyes y convenios locales e internacionales. Se encargan también de entrar en contacto con otros editores y de establecer redes de trabajo con ellos para generar alianzas que fortalezcan su sello, la creación editorial nacional y regional, y la bibliodiversidad en general.

Actualmente el editor puede pensar en diferentes formatos de publicación para sus libros, le es posible escoger el más adecuado para diferentes tipos de contenidos y puede usar diversas maneras de distribuir sus producciones. Estas opciones alternativas a la publicación de libros en formato impreso son especialmente ajustables a los libros que no pertenecen al campo de los grandes tirajes, pues reducen significativamente costos de producción y distribución de los volúmenes que son producto de tirajes bajos. La combinación de una serie de elementos tecnológicos permite que estos proyectos editoriales sean posibles. Algunos de ellos son los nuevos métodos de impresión digital, la facilidad que hoy en día tiene el trabajo en red entre casas editoriales e imprentas de diferentes lugares del mundo, la oferta y posibilidad de venta de libros a través de Internet y la posibilidad de acceder a textos digitales.

Modelos de negocio para los editores y la impresión digital por demanda

La labor de los editores no ha cambiado demasiado en América Latina y en el mundo, pero se les presentan nuevos desafíos con el advenimiento de algunas tecnologías que pueden cambiar su rol en el proceso de producción y distribución de los libros.

Uno de ellos consiste en reinventar sus servicios de acuerdo a los avances y a la diversificación de la demanda, en conjunción con las tecnologías disponibles. Algunas editoriales en mercados más desarrollados, que se caracterizaron por ser importantes actores en la escena del libro, se dedican ahora a almacenar datos y a vender suscripciones con costos prohibitivos o acceso limitado a los contenidos que manejan. Por ejemplo, la editorial académica Reed Elsevier, en el reporte anual de sus estados financieros, ya no ve en sus publicaciones académicas impresas un negocio rentable. Para el año 2007, la facturación por venta de información en línea y servicios conexos a ella (como la personalización de la información según los intereses del lector) representaron cerca del 50% de los sus ingresos¹⁴. Hoy en día se dedica a almacenar los contenidos de sus revistas, vender suscripciones virtuales a ellas y a promover la

¹⁴ Véase http://www.investis.com/reports/reed_ar_2007_en/report.php?type=1

“lectura por demanda”. A sus servicios tradicionales de editor de libros y revistas, esta editorial adicionó el servicio de proveedor de contenidos (Reed Elsevier, 2007).

Reinventarse en acuerdo con el avance de los tiempos está lejos de significar dejar de imprimir libros. No sólo porque la estructura de costos es eficiente para los tirajes muy grandes, sino porque, en efecto, las tecnologías permitirán que los costos de producción y distribución bajen en algunos casos. En la medida en que se generalice la impresión digital por demanda, esta será una opción más propicia para muchos editores.

La impresión digital bajo demanda (POD, por sus siglas en inglés) es un sistema alternativo a la vez que complementario a la producción *off-set* de libros. La elección de uno u otro sistema de producción está sujeto a distintos factores: el ciclo de vida de un libro, el mercado y las características de la publicación.

La impresión digital por demanda permite ajustar la producción a la demanda, al posibilitar la producción de libros en bajo número, incluso desde un solo ejemplar. Este sistema de producción contribuye además a reducir el riesgo económico, dando como resultado la posibilidad para el editor de invertir sus recursos en diferentes proyectos simultáneamente. Además del valor ecológico que significa gastar justo el papel necesario, la impresión digital por demande reduce los gastos de almacenamiento y toda la logística asociada al proceso de *stocks*, envíos y devoluciones.

Algunos estudios han documentado el crecimiento de la acogida de la producción digital por demanda en diferentes mercados. Frank Romano, por ejemplo, realizó una investigación detallada del estado de la impresión en los Estados Unidos en 2005, publicada por PennWell y Océ North America, la cual registra los notables avances de la impresión digital en los Estados Unidos al indicar que ya en 2004 unas 40.000 máquinas de impresión digital estarían en uso alrededor del mundo. La industria gráfica, dice Romano, habría invertido alrededor de 3300 millones de dólares en impresión digital para incrementar la productividad de sus negocios, encontrar nuevos mercados y ofrecer soluciones a sus clientes (Romano, 81).

La impresión digital por demanda es una de las variables tecnológicas que más afectan la cadena de producción y acceso al libro. Un reto insoslayable de la industria editorial afronta con el surgimiento de nuevas formas de producción editorial es reconocer cuáles libros deben seguir siendo impresos a través de los métodos y tirajes tradicionales, y cuáles deben ofrecerse haciendo uso de caminos novedosos.

El uso de la impresión digital de libros por demanda podría ser, en un futuro tal vez más lejano, una opción viable también para las pequeñas librerías, pues resolvería uno de sus

problemas más críticos: las limitaciones espaciales de almacenaje de volúmenes. Con una máquina capaz de producir rápidamente cualquier libro digitalizado y ofrecido para ello en Internet, cualquier librería se convierte en un banco gigantesco de libros, sin importar su tamaño o naturaleza.

La evolución de la impresión digital por demanda aún se encuentra en su etapa primaria. De acuerdo a Frank Romano, el futuro de este tipo de negocios depende de la capacidad de las editoriales para responder a mercados personalizados o “*targeted marketing*” (Romano, 81). Muchas de las máquinas de impresión digital por demanda aún tienen limitantes en cuanto a la calidad de colores e imágenes de sus impresiones. Sin embargo, el desarrollo de esta tecnología está en constante movimiento. Prueba de ello es la presentación por parte de Fujifilm Drupa 2008, el evento anual mundialmente más importante para toda la industria de los *print media*, de una serie de sistemas de impresión digital que combinan el hardware de Xerox con las tecnologías de “flujo de trabajo” y “manejo del color” de FUJIFILM. Para el caso de impresiones a una tinta y tirajes cortos, la tecnología es ya bastante aceptable. Algunas proyecciones señalan que se llegará a producir de manera competitiva ya no 1000 ejemplares, sino hasta 2000.

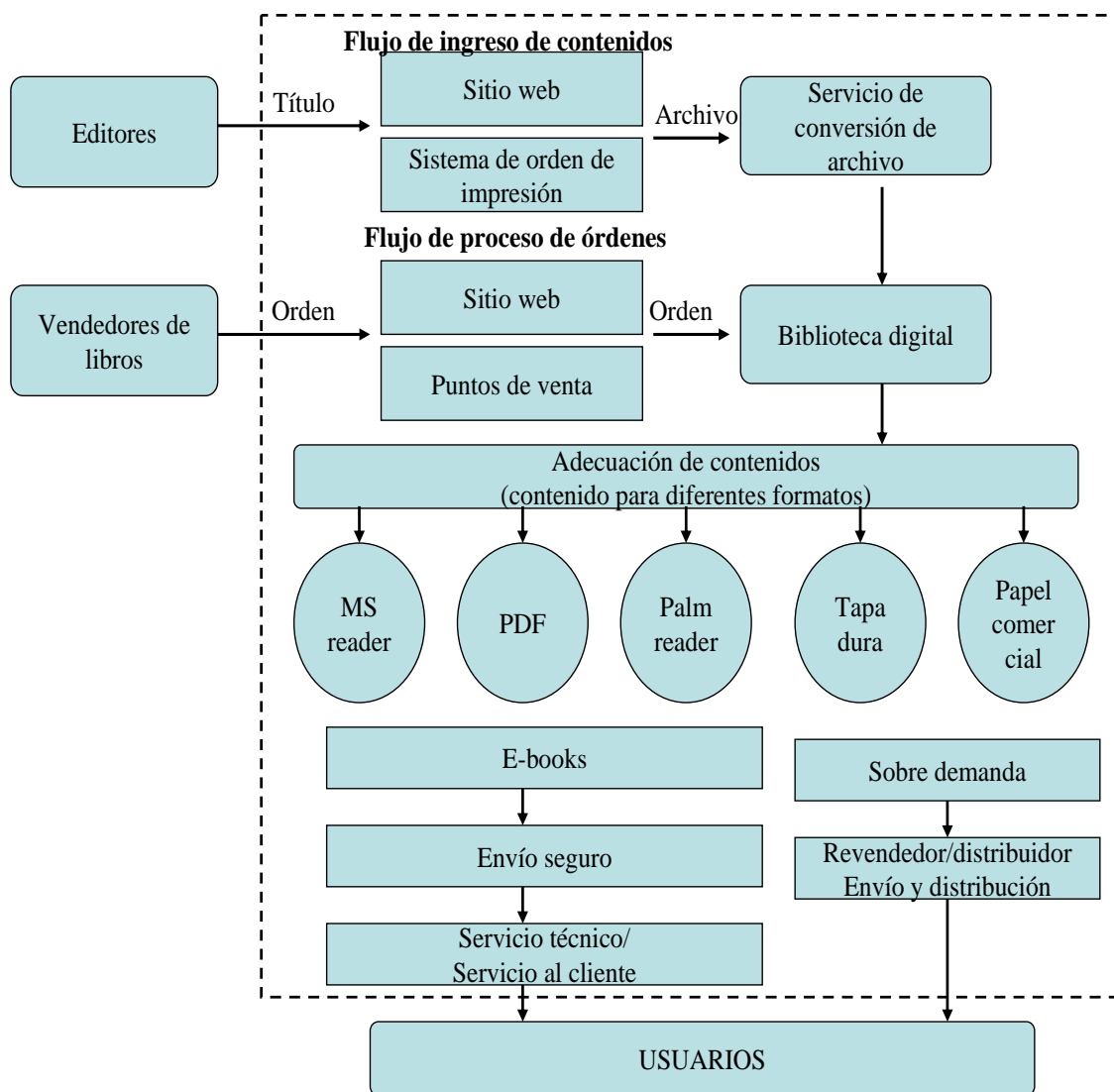
El sistema de la impresión digital por demanda puede ejemplificarse si se da una mirada al modelo de negocios de la empresa Lightning Source. Lightning Source, una de las pioneras exitosas en este campo que tiene su casa matriz en Estados Unidos, ofrece a las casas editoras la posibilidad de poner sus libros en su catálogo, en el formato que el editor decida. Una vez en la base de datos de Lightning Source, el libro puede ser pedido y procesado el mismo día. Los libros impresos se fabrican y envían por mensajería o correo, y los libros en formato electrónico se entregan a través de Internet en forma inmediata. Las casas editoras reciben el precio al mayorista menos el costo de impresión. Un esquema similar con ligeras variantes se sigue en el caso de que los clientes sean librerías y bibliotecas. La figura 1 esquematiza el modelo de negocios de esta empresa.

En España Publidisa estimó una producción de 5,28 millones de ejemplares para 2007 bajo el método de impresión digital por demanda. Según la empresa esta cifra representa el 1,48% de la producción total en España. Si se excluyen los libros de texto que representan el 25,7% del mercado y los coleccionables, el porcentaje sería superior al 2%.

En la planta de Cargraphics de Colombia se procesan entre 80000 y 200000 libros mensuales. Las impresoras de libros de impresión digital por demanda más utilizadas son de blanco y negro y en rollos no en hojas. Estas máquinas son principalmente de

marca OCE, IBM Richo, Xerox, Nipson. Hoy ya los estándares para tiraje costo versus offset se acercan a los 1000 libros y con algunas tecnología a los 1500. .

Figura 1. Modelo de negocio de Lightning Source, empresa pionera en el sistema de impresión digital por demanda. (Sagasti, 29)



Fuente: adaptado del modelo de negocio de Lightning Source. Disponible en: <https://www.lightningsource.com/>

Por otra parte, específicamente en América Latina, la impresión digital por demanda se ha venido desarrollando en los últimos años, aunque a un ritmo más lento que en otras regiones del globo. Según la encuesta de opinión aplicada por el Cerlalc *Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2007*, el 50% de las editoriales no imprime ningún título bajo este sistema, mientras que el 25.5% imprime tan sólo entre el 0.1% y el 10% de los títulos.

En la región existen algunas empresas de impresión digital por demanda en organizaciones gráficas de gran tamaño como Bandeirantes de Brasil y Cargraphics de Colombia, con impresión digital también en México y Brasil. Por su parte, Publidisa de España ha establecido filiales en Argentina y México. También en Colombia, prestan el servicio de impresión digital por demanda, entre otras, Javegraf y Sic Editorial, esta última que presta los servicios de edición, promoción e impresión digital por demanda. En Argentina está, Bibliografika, que cuenta con el apoyo de la Cámara Argentina del Libro y actualmente está asociada con Xerox. En México, asimismo, la empresa México Raxá es una de las que se sirven de la impresión digital por demanda.

Otra clase de proyectos, como Lulu.com en Carolina del Norte, también han contribuido a generalizar el sistema de producción. De la misma manera, nuevas plataformas editoriales como Bubok prometen abrir nuevas vías y posibilidades en el sector.

Canales de distribución

La lógica, los mecanismos y los puntos de distribución del libro se modificarán significativamente como consecuencia de la facilidad de transmitir información digital. De acuerdo con la información recogida por la encuesta de opinión *Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2007*, los editores de Latinoamérica creen que los puntos de distribución como las librerías y los quiscos serán los más afectados por el avance de las nuevas tecnologías. 31,03% de los encuestados por el Cerlalc cree para mediados de siglo los quiscos se habrán vuelto obsoletos y un 24% opinó lo mismo de las librerías físicas. En cambio, 39% considera que ninguno de los actores de la cadena del libro desaparecerá en el mismo lapso. Esto refleja también las tensiones que se generarán por la necesidad de fortalecer los canales tradicionales aún muy débiles en Latinoamérica y las opciones tecnológicas que contribuyan a disminuir las altas tasas de ineficiencia de esos esquemas, como el alto porcentaje de devoluciones de libros impresos del circuito librero al distribuidor o editor.

Debido a las amplias posibilidades publicitarias que tienen los portales de difusión y buscadores a través de Internet, cualquier título puede adquirir una importancia significativa, pues los lectores tienen la posibilidad de acceder a cualquier título que busquen, sin importar lo especializado que sea. La influencia que la tecnología tiene sobre la difusión del libro ya es visible en el desarrollo de canales como los que se abordan a continuación.

Librerías virtuales: Amazon y otras empresas similares crearon un modelo de negocios en el cual obtienen publicaciones de una amplia gama de casas editoras, que registran sus libros bajo un modelo contractual específico y se comprometen a enviar

los libros impresos pedidos por el cliente en determinado plazo. Los títulos son publicitados a través de su página web, el comprador escoge y paga los libros en línea, y la empresa editora hace llegar los libros directamente a los usuarios por medio de servicios de mensajería (Sagasti, 31). Amazon tiene bodegas centrales para administrar la recepción de libros por parte de los editores y el reenvío de éstos a los clientes. Los precios de los productos de las librerías virtuales son diversos porque ofrecen al comprador ejemplares de diferentes ediciones, tanto nuevos como usados, de un mismo título. En la región, Submarino.com de Brasil es un ejemplo parecido a Amazon. Saraiva.com de Brasil y Norma.com de Colombia son dos ejemplos de editoriales con librerías virtuales importantes. Las ventas de la librería virtual Saraiva llegan ya al 25%.

Ventas por páginas Web: Aun cuando la mayoría de editoriales latinoamericanas no venden sus libros directamente a través de sus sitios de Internet, de acuerdo a los resultados arrojados por la encuesta de opinión aplicada por el Cerlalc, alrededor de 84% de las editoriales en América Latina tienen páginas Web.

Además de proporcionar la infraestructura para canales de distribución virtuales, Internet constituye también un medio de bajo costo para difundir y promover la venta de libros, particularmente en la medida en que los mercados de libros se fragmentan cada vez más. El “mercadeo en línea”, hecho mediante el envío de correos electrónicos, boletines virtuales, ofertas de contenidos digitales parciales, y otros medios (clubes virtuales de libros, por ejemplo), es actualmente una práctica usual en la mayoría de las casas editoras (Sagasti, 31).

Sin embargo, es más probable que durante los próximos años se produzca un reacomodo de las relaciones entre los distintos actores y agentes que intervienen en la producción y la distribución del libro, pero sin que ninguno llegue a desaparecer del todo. Nuevos modelos de negocios, variantes en los modelos tradicionales y combinaciones de esquemas para vincular a los autores con los lectores irán apareciendo y desapareciendo como resultado de los avances tecnológicos. La estructura de los mercados del libro se irán modificando y un proceso simultáneo de concentración y dispersión llevará a la coexistencia de un número limitado de grandes empresas editoras con una enorme diversidad de editores pequeños especializados en nichos de mercado, y con empresas de servicios para conectar directamente a algunos autores con los lectores potenciales de sus libros (Sagasti, 32).

Después de que en los Estados Unidos un millón de personas bajaron el libro de Suze Orman *Mujeres y dinero* de la página virtual de Oprah Winfrey en menos de dos días, el libro se siguió vendiendo bien en las librerías, e incluso sus ventas registraron un crecimiento abrupto en algunas de ellas. (Silipingni 2003)

Los cambios introducidos por las tecnologías han acelerado procesos de estandarización de códigos y otros tipos de información que se usan en los procesos de gestión y logística, como el transporte, el almacenaje y la comercialización. La puesta en marcha del Sistema de Información Normalizada para el Libro (SINLI)¹⁵ por parte de la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones de España es una de estas iniciativas. De acuerdo con las apreciaciones que han hecho los administradores de sistemas como éstos “está comprobado que entre más informados estén los clientes, más probabilidad hay de que compren algún producto”. De esta manera se adelantan muchos esfuerzos para reforzar el sistema de información existente del libro con datos acerca del diseño de la portada, opiniones recientes de otros lectores, la biografía del autor, etcétera.

Si bien la expansión de los sistemas de distribución es mucho más notoria en los canales virtuales (muchas de las estandarizaciones recurren a lenguajes de la Web como el XML) hay que tener en cuenta que las estandarizaciones están planeadas para facilitar y volver más eficiente la comercialización de los libros físicos. Esto permite que los sectores involucrados en los de procesos de producción y distribución del libro integren su trabajo y que se genere una mejor comunicación entre ellos.

A nivel global, el trabajo de los distribuidores se ha visto facilitado por sistemas como el Electronic Data Interchange (EDI), que no es exclusivo del mundo del libro y especialmente Online Information eXchange (ONIX), un estándar internacional que permite igualmente la transferencia de información entre los agentes del libro. En Estados Unidos opera a través del Book Industry study Group y en el Reino Unido a través de Book Industry Communication. Hasta ahora ONIX también opera en Australia, Canadá, Francia, Alemania, Italia, los Países Bajos, Noruega, España y la República de Corea. Por otra parte, el grupo de trabajo Electronic Book Exchange (EBX) ha desarrollado estándares comerciales viables para garantizar la seguridad en la transmisión de libros electrónicos entre propietarios de derechos, intermediarios y usuarios. A través de cooperación con otros esfuerzos por lograr la estandarización, EBX pretende ampliar el mercado de los libros digitales. La versión 5.0 del RISBN del Cerlalc incorporó el ONIX a su protocolo para la administración del sistema ISBN en la región.

Finalmente, un ejemplo de distribución comercial asociado a las bibliotecas es la compañía sueca Distec AB, que ha diseñado una máquina que funciona como depósito público de libros. El modelo es bastante sencillo. Basándose en el modelo de un cajero electrónico, cada máquina alberga hasta 500 libros para que cualquier usuario con

¹⁵ www.fande.es/Sinli/sinli.asp

membrecía en la biblioteca pública pueda “retirarlos”. La selección de los ejemplares que quieran solicitarse puede hacerse a través de una pantalla “*touch screen*” similar a la de algunos cajeros actualmente operantes. Los libros podrán ser devueltos a la misma máquina.

Para resolver el problema de la limitación de la oferta de cada máquina, los inventores sugieren hacer un estudio por áreas que ayude a identificar las preferencias de lectura de la población que potencialmente la usaría. De acuerdo a los cálculos, los préstamos que esta máquina posibilitaría serían de alrededor de 15000 al año. Los Estados Unidos importaron la primera máquina de este tipo. Su adquisición fue financiada por la Biblioteca Estatal de California, el Consorcio de Bibliotecas de la Bahía y Baker and Taylor. Fue instalada en una zona de tránsito de la población y se busca que este modelo impulse a compradores como centros comerciales y aeropuertos.

Comercio electrónico del libro en América Latina

La venta en línea del libro modifica el modelo tradicional de la distribución del libro, pues las editoriales eligen una venta directa de sus publicaciones sin intermediarios y en competencia directa con los canales de comercialización que usaban anteriormente.

La *Encuesta de Opinión* del Cerlalc indica que las ventas a través de medios virtuales no están presentes en el 26% de las empresas editoriales encuestadas. El 47% respondió que vendió menos del 5% a través de canales de este tipo. Sin embargo ya un 11% de las empresas de la muestra manifestó vender más del 10% de sus ventas totales.

Bibliotecas digitales y virtuales

Las bibliotecas están jugando un rol muy importante en la actual labor de difundir libros en cualquier formato. Por un lado se han convertido en los clientes principales de las suscripciones a publicaciones en línea y bases de datos de libros digitales; por el otro, han seguido comprando libros impresos para mantener sus colecciones en continuo crecimiento. Muchas de ellas, especialmente las bibliotecas nacionales, han emprendido importantes proyectos de digitalización.

Las bibliotecas también han ido implementando un conjunto de servicios vinculados a los avances tecnológicos. Los catálogos en línea permiten que el usuario desde su hogar u oficina pueda revisar si un libro se encuentra disponible en ese momento, reservarlo y solicitar el envío a domicilio. Algunas bibliotecas, desde el momento de la suscripción, dan el acceso a libros electrónicos de proveedores como NetLibrary, e-Libro y Safari, entre otros. También en algunos casos es posible realizar visitas virtuales a las instalaciones de la biblioteca con el fin de familiarizarse con la misma. Asimismo, otros servicios como la descarga de documentos de investigación, la inscripción a cursos

virtuales, la preinscripción a cursos que dicta la institución, o el acceso a la conexión inalámbrica de Internet en las salas de lectura se han ido incorporando en la mayoría de las bibliotecas como servicios complementarios¹⁶ (Sagasti, 34).

En aras de la exactitud, se diferenciarán las bibliotecas virtuales de las bibliotecas digitales. Las bibliotecas digitales tienen repertorios de elementos digitales convenientemente organizados para su uso, los cuales tienen derechos de autor. Normalmente están atadas a bibliotecas tradicionales, generando el nuevo concepto de biblioteca híbrida (aquella que comparte fondos tradicionales con digitales). La ventaja de esta biblioteca es que permite consultar sus recursos desde cualquier parte del mundo en un punto que permita acceso a Internet. A diferencia de las bibliotecas digitales, las bibliotecas virtuales no tienen una sede física, sino que es una URL y está formada por varias fuentes.

Proyectos internacionales de bibliotecas virtuales

Dentro de los esfuerzos hechos a favor de la construcción de bibliotecas virtuales hay tres ejemplos que vale la pena resaltar. En el ámbito internacional, el Proyecto Gutenberg, es el más conocido. Éste comenzó en los años setenta y buscaba reunir una colección con las obras más importantes de la literatura universal.

Las bibliotecas nacionales y diferentes instituciones similares lideran actualmente el desarrollo de colecciones digitales. Lo hacen a través de organismos como la Conferencia de Directores de Bibliotecas Nacionales (CDNL), que se divide en cuatro asociaciones regionales. Una de ellas es la que reúne a los directores de las bibliotecas nacionales de los países miembros del Consejo de Europa (CENL) y que lleva a cabo uno de los más importantes proyectos internacionales: *The European Library*. Este proyecto pretende convertirse en un portal que permita el acceso a los recursos combinados de las bibliotecas nacionales europeas, tanto de documentos digitales como de documentos tradicionales, mediante un sistema de consulta común y multilingüe. Además, aprobó el Proyecto Biblioteca Digital Europea (EDL Project).

En marzo de 2006, la Comisión Europea anunció la creación de la Biblioteca Digital, cuyo objetivo consiste en ofrecer el acceso al patrimonio digital europeo a través de 6 millones de obras puestas en línea de aquí a 2017¹⁷.

¹⁶ Véase Library of US Congress (<http://www.loc.gov/index.html>) y University Library of Illinois at Urbana-Champaign (<http://www.library.uiuc.edu>), entre otros ejemplos.

¹⁷ *Informe sobre el libro digital en Francia*. Encargado por el Ministerio de Cultura y Comunicación de Francia, Presentado por Bruno Patino a Christine Albanel el 30 de junio de 2008

Otro proyecto de ámbito internacional es Biblioteca Universalis, en el que participan las bibliotecas nacionales e instituciones de los países que forman el G8 (Francia, Japón, Estados Unidos, Canadá, Italia, Alemania, Reino Unido y Rusia) y de otros cinco países (Bélgica, Checoslovaquia, Holanda, Portugal, España, y Suiza), así como dos organismos que actúan como observadores: la UNESCO y la Comisión Europea. Su principal objetivo es proporcionar el acceso a las obras más importantes del patrimonio cultural y científico gracias a la tecnología multimedia, elaborando así una colección digital a partir de los programas de digitalización ya existentes en los distintos países. Asimismo, pretende fomentar el intercambio del conocimiento y facilitar el diálogo entre los pueblos.

También en América Latina se han adelantado esfuerzos en esta dirección. En 1999 la UNESCO convocó a un grupo multidisciplinario de expertos (diseñadores, bibliotecarios, programadores y expertos en telecomunicaciones) de Infomed (Cuba), IBICT y BIREME OPS (Brasil) y la Universidad de Colima (México) para armar la primera colección latinoamericana de piezas documentales entre libros, música, videos, revistas y mapas en formato digital¹⁸. El proyecto se preocupó por trasladar los documentos a formato electrónico y poner la información a disposición del público a través de la Red, mediante protocolos estandarizados. En principio se hizo la invitación a las bibliotecas nacionales de América Latina y el Caribe para aportar sus colecciones al proyecto, aunque cualquier biblioteca, por pequeña que fuera, puede publicar sus fondos en Internet y anotarse en el "consorcio" que es Biblioteca Digital, si tiene recursos para una línea telefónica o dedicada sería mejor¹⁹.

El proyecto se dio a conocer oficialmente en Colima en noviembre de 2000, teniendo como marco el Foro de Interfaces con el tema de la Biblioteca Digital. En octubre del año 2001, en la ciudad de Lisboa, la Secretaría Ejecutiva de ABINIA (Asociación de Bibliotecas Nacionales de Iberoamérica) firmó una carta de intención por medio de la cual plasmó su beneplácito de participar con la UNESCO en el proyecto. Esto representa para las bibliotecas asociadas la responsabilidad de la selección de los documentos (incluidos los sitios web a seleccionarse) que integrarán la Biblioteca Digital, su registro, descripción, digitalización, revisión y publicación en el correspondiente sitio web. Para ello, las bibliotecas habrían de recibir la formación metodológica.

Para los fines del proyecto de la UNESCO se definió la Guía para el Registro de los Recursos de Información para facilitar la uniformidad en el registro de los metadatos,

¹⁸ Véase <http://bdigital.binal.ac.pa/BVIC/menudecontenidos.php?clave=1&pagina=InicioF.htm>

¹⁹ Véase

http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=27801&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

que en la etapa inicial de este proyecto se definieron con base en una adaptación del Government Information Locator Services (GILS); en tanto que para la versión 2.0 se retomó como base el conjunto de GILS y se consideró la posibilidad de efectuar una referencia cruzada con MARC21 y Dublin Core.

Los objetivos del proyecto fueron los siguientes:

- Conformar una colección básica en Internet de aproximadamente 5000 a 6000 obras de todo tipo (libros, revistas, mapas, música, vídeo, etc.), libres de compromisos de pagos por derechos de autor y/o editoriales, representativas de la cultura de Iberoamérica y El Caribe, a la que cada uno de los países de la Región aportará de 100 a 200 títulos.
- Realizar la descripción analítica e indexación de 1000 sitios Web representativos de la cultura de la Región (de 20 a 40 sitios por cada país).
- Crear una capacidad técnica y metodológica en las bibliotecas nacionales de Iberoamérica y del Caribe, para que las mismas den los primeros pasos (las que no los han dado) en la creación de su Biblioteca Digital Nacional. Se proyecta entrenar a los especialistas de dichas bibliotecas.
- Crear en las bibliotecas nacionales las capacidades técnicas para entrenar otras bibliotecas de su país en la aplicación de la “Metodología General de la Biblioteca Digital”.
- Disponer de una colección en CD-ROM de las 5000 obras digitalizadas, que constituiría lo que podríamos llamar: “Colección Digital Básica de la Cultura Iberoamericana y Caribeña”.
- Preparar la Versión 2.0 de la “Metodología General de la Biblioteca Digital”.
- Crear la Cátedra Regional UNESCO de Nuevas Tecnologías de Información.

La explosión de los recursos en Internet continúa ganando ímpetu, pero paradójicamente los usuarios/clientes se sienten frustrados y escépticos con los pobres niveles de relevancia y pertinencia que logran cuando realizan búsquedas en la gran supercarretera de la información. Pese a la existencia de un considerable número de potentes buscadores en Internet, creados para facilitar la localización de información en la red, con frecuencia se comprueba que estos no satisfacen las demandas de los usuarios en forma total debido a un registro inadecuado de la información que origina serias dificultades en la precisión.

Entre los avances del proyecto cabe destacar la existencia de un sitio bilingüe (español-inglés, y en una futura edición también estará en portugués) que contiene la versión 2.0 de la metodología vertida en tres manuales. Se tiene ya el motor de búsqueda, una recopilación de enlaces a proyectos afines, así como formatos y software de captura

para el ingreso de datos en forma remota. Todo ello se desarrolló como parte de un plan que contempló intensas sesiones de programación, pero especialmente en el “Verano de desarrollo de software” del año 2000 en el que participaron estudiantes de la Universidad de Colima, bajo la batuta del director de Cenedic y dos expertos internacionales.

Otro logro es el contar con la Metodología General de la Biblioteca Digital. Se ha desarrollado también la interfaz de esta biblioteca en plataformas Windows y Linux y se tiene la biblioteca de “modelo didáctico” con los 300 ejemplos de colecciones de libros, publicaciones periódicas, bases de datos, fotografías, pinturas, documentos oficiales, videos y música de los diversos países de la región.

Otras actividades que se han realizado a lo largo de estos años han sido, la confección de un instrumento para el levantamiento de un inventario de infraestructura informática en la región y para la firma en el año 2001 de una carta de intención con la Biblioteca Virtual Cervantes para vinculación de esfuerzos. En ese sentido, en el año 2002 también se firmó un convenio con la Comunidad Andina para crear una colección especial en la que estarán integrados los acervos de Perú, Bolivia, Colombia, Venezuela y Ecuador.

Una de las mayores lecciones de todo este proceso es el haber aprendido que la Biblioteca Digital es un sistema y una red, o más bien dicho: una red de redes. Como sistema involucra elementos de gestión propios de un centro de información; colecciones con características especiales por el hecho de encontrarse en un entorno digital dentro de la nube enorme de recursos de Internet; *software* para el registro; funcionamiento del motor de búsquedas, instalación de servidores, diseño, ingreso de datos del tipo cliente/servidor; catalogación y normatividad, tomando en cuenta parámetros internacionales vigentes, y, por supuesto, tecnología desde ordenadores hasta telecomunicaciones.

En este ejercicio de sinergia en el que han estado presentes todos los países latinoamericanos a través de ABINIA, así como los caribeños tanto hispanoparlantes como anglófonos, la UNESCO como líder del proyecto, la Universidad de Colima en la coordinación de la parte técnica y organizaciones como Infomed, Bireme e IBICT, cuyos especialistas han participado como consultores; tienen aún varios compromisos en el tintero, listos para ser ejecutados. Así, la UNESCO, además de continuar con la administración del proyecto y la coordinación del grupo de expertos, realizará las gestiones para editar la colección de la biblioteca en un conjunto de CD-ROMs, liderará los futuros desarrollos en el tema conjuntamente con la ABINIA y las bibliotecas nacionales de los países del Caribe, sugerirá los criterios de selección de documentos y evaluará la marcha del proyecto.

Nuevas tecnologías y formas de uso y consumo²⁰

Las tecnologías están creando nuevos hábitos de lectura, nuevas aptitudes y nuevos tipos de consumidores. De esta manera, el proceso de innovación se ha multiplicado y tanto los productores como los lectores se adaptan constantemente en un mercado dinámico. La proliferación de los *twitters*²¹, por ejemplo, en las páginas Web sociales permite que cada usuario actualice la información en tiempo real. Este tipo de tecnologías probablemente no sea considerado parte de los hábitos tradicionales de lectura, pero es crecientemente popular entre la población japonesa más joven.

Igualmente, es diferente incentivar hábitos para la lectura de un texto tradicional que para la lectura de un hipertexto, esto es, para un texto con múltiples vínculos y referencias, además de diferentes formatos y contenidos en diversos medios (audio, gráficos). Estas diferencias han generado debates sobre si las nuevas tecnologías permiten que los usuarios lean más y mejor. Muchas personas prefieren leer mientras se dirigen al trabajo, durante el almuerzo, en sus vacaciones, en la cama, e incluso mientras se dan un baño. Estas preferencias exigen dispositivos versátiles para distintas circunstancias. Por ejemplo, en el Reino Unido muchas personas utilizan el tiempo en que van al trabajo para leer, por lo cual hay una fuerte preferencia por los libros en audio.²² Esto se aplica principalmente para los libros con contenidos de interés general y de ficción, ya que los libros de texto, de referencia y profesionales exigen condiciones distintas y mayor concentración.

Las computadoras e Internet han influido mucho en el modo en que las personas leen. Los sistemas de búsqueda, los hipervínculos y el sistema de redifusión de información (*Really Simple Syndication*, RSS) han dejado atrás la idea del libro como un dispositivo aislado y ahora es común acceder a comentarios y análisis del texto, recurrir a las fuentes originales de ciertas ideas, tener acceso permanente a los sitios de Internet e

²⁰ Este apartado se toma casi en su totalidad del texto del consultor Francisco Sagasti, *El futuro del libro* (32).

²¹ Los *twitters* son una secuencia de caracteres (usualmente menos de doscientos caracteres) que automáticamente se insertan en una página web. Muchos jóvenes los utilizan actualmente para contar en tiempo real lo que están pensando o haciendo.

²² Una encuesta en línea a 1432 trabajadores en el Reino Unido, realizada por el *TUC for Quick Reads and World Book Day 2006*, encontró que el 55.2% de los encuestados escucha libros en audios (*audiobooks*) camino al trabajo y prefiere los títulos de ficción (32.6%) o los periódicos (22%). Además, el 55.3% lee en su descanso a la hora de almuerzo y el 62.1% no tiene tiempo para seguir leyendo. Asimismo, la encuesta realizada a mil personas en el Reino Unido por *Bedtime Reading Week* (2002) encontró que el lugar más usado para leer era la cama (65% de la muestra), seguido de la tina (25%) y el baño (10%). Cerca de la mitad dijo preferir leer en vacaciones y un tercio declaró preferir hacerlo mientras se dirige al trabajo. Por último, un tercio manifestó que le gustaría tener más tiempo para leer. Véanse estadísticas sobre hábitos de lectura en el Reino Unido en National Literacy Trust (2008).

información preferidos y realizar consultas a diccionarios en línea o a sistemas de información complementaria al mismo tiempo que se lee el texto (Lamb, 2003).

También existen programas de computadoras, tales como *ScentHighlights*, que permiten al lector resaltar las ideas principales de un texto relacionadas con palabras clave, lo cual es particularmente útil para estudiantes e investigadores. Este sistema está incluido en los libros electrónicos que emplean el sistema *3Book*, y puede combinarse con el sistema *ScentIndex* que permite al usuario recibir un índice con las páginas que están conceptualmente relacionadas al tema de su interés (Chi, Hong Gumbrecht y Card, 2005). Otros programas de computadora están orientados a mejorar el aprendizaje de lectura. Por ejemplo, *Buddy Buzz* se basa en la técnica de presentación visual de serie rápida (*Rapid Serial Visual Presentation*, RSVP), que permite aprender a leer alrededor de mil palabras por minuto con un alto índice de comprensión²³.

Los hábitos de lectura están empezando a variar con las posibilidades que ofrecen la tecnología. Por ejemplo, *Dailylit* propone enviar porciones pequeñas de obras literarias famosas por correo electrónico con la frecuencia que el usuario decida, y sin costo para éste²⁴. Esta forma de lectura fragmentada puede ser aun más complicada en el caso de la lectura de hipertextos con un gran número de referencias cruzadas. De esta manera, el desarrollo de nuevas aptitudes es clave para examinar las perspectivas futuras de las formas de uso y consumo.

La creciente importancia de los medios electrónicos ha sido documentada en un estudio realizado en los Estados Unidos con una muestra de seiscientos lectores de entre 18 y 65 años de edad, divididos igualmente entre hombres y mujeres²⁵. Las personas que participaron en este estudio usaron, por quince minutos diarios durante treinta días, dispositivos montados en anteojos para seguir el movimiento de sus ojos (*eyetracking devices*) cuando leían en pantalla o en páginas impresas. Los resultados indicaron que los lectores de publicaciones periódicas leen más y prestan mayor atención a los contenidos cuando lo hacen en pantalla que cuando leen en medios impresos. Un lector en pantalla termina de leer la noticia en el 77% de los casos, mientras que un lector de la versión impresa lo termina de hacer el 62% de las veces cuando el periódico es de gran formato (*broadsheet*) y el 57% cuando es de formato pequeño (*tabloid*). Estos resultados sugieren que los hábitos de lectura pueden estar cambiando, y que la resistencia a la lectura en medios electrónicos está disminuyendo, tendencia que se

²³ Véase www.buddybuzz.com

²⁴ Por ejemplo, el *Bartleby* de Melville tomaría 18 correos electrónicos en escribirse; *Moby Dick* tomaría 252 correos; y la *Guerra y la paz* de Tolstoi, más de 600.

²⁵ Véase http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=120458

podría acelerar en la medida que mejore la legibilidad de las pantallas de las computadoras, libros electrónicos, teléfonos celulares y otros dispositivos electrónicos.

En este proceso de aceptación de nuevos dispositivos electrónicos para la lectura con conexión a Internet es preciso tomar en cuenta que la adopción, mejora y simplificación de las tecnologías permite que cada vez más usuarios las utilicen. A medida que el proceso de adopción de una nueva tecnología llega a un punto de inflexión (*tipping point*), este proceso se acelera y se hace accesible a un mayor número de usuarios. Esto se conoce como el “efecto red” (*network effect*), en el cual la tasa de adopción de una innovación aumenta en proporción al número de usuarios que ya la han adoptado. De acuerdo a este enfoque, en la medida que crezca el número de usuarios de libros digitales, los costos de los dispositivos, conexiones y servicios asociados a ellos irán disminuyendo, y cuando se pase el punto de inflexión, la adopción será masiva y generalizada (Schmelzer y Bloomberg, 2004). Sin embargo, para que esto suceda es preciso que se cumplan una serie de condiciones en cuanto a las características de los libros electrónicos, los servicios que prestan, el costo y el entorno empresarial, educativo, de infraestructura y de políticas públicas que promuevan su utilización masiva.

2. Encuesta de clima empresarial con énfasis en tecnologías

La encuesta *Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2007 y tendencias a corto plazo y mediano plazo* del Cerlalc es una Encuesta sobre Clima Empresarial (ECE), aplicada semestralmente por el Sistema de Información Estadística Regional (SIER) de la Subdirección de Libro y Desarrollo del Cerlalc. En ella se introdujeron nuevas preguntas que abordan algunos cambios que se están dando en la actualidad, cuyos resultados se incluyen en el presente documento. Los demás están disponibles en la página web del Cerlalc. ²⁶<http://www.cerlalc.org/>.

La ECE es una muestra significativa de empresas de toda Latinoamérica. Busca conocer las tendencias del mercado editorial a través de la opinión de quienes dirigen las empresas. La encuesta se envía a cerca de 140 gerentes y directores generales de las principales empresas transnacionales y locales de Latinoamérica. En esta oportunidad participaron un total de 116 empresarios: 97 de editoriales, 12 de distribuidoras y 7 de librerías. 30 de ellos trabajan para empresas transnacionales. Sus empresas tienen su sede en Argentina (27), Bolivia (2), Brasil (3), Chile (6), Costa Rica (4), Colombia (17), Ecuador (9), El Salvador (2), Guatemala (1), Honduras (3), México (16), Nicaragua (1), Panamá (8), Paraguay (2), Perú (2), Puerto Rico (1), República Dominicana (1), Uruguay (3) y Venezuela (8).

Esta aplicación indagaba sobre el periodo julio-diciembre de 2007 y sobre el resultado de ventas de 2007 con respecto al de 2006. Registra opiniones y percepciones y no mediciones, aunque algunas preguntas indagan por las ventas, las exportaciones e importaciones.

La encuesta en su sexta versión preguntó acerca de algunas de las tecnologías que se habían identificado previamente en un muestreo realizado en la Feria de Frankfurt 2007. En concreto, la ECE recoge la percepción que tienen los empresarios sobre los retos, amenazas y expansión que pueden tener estas en el futuro para el sector editorial.

En la encuesta se formularon preguntas que se aproximan al uso de nuevas tecnologías en los procesos de producción como:

- El porcentaje de títulos impresos por demanda
- El porcentaje de títulos publicados en formato electrónico
- La visibilidad que le dio en internet a las empresas editoriales
- Los servicios que ofrecen las editoriales sus páginas web.

²⁶ Véase http://www.cerlalc.org/secciones/libro_desarrollo/Boletin_Clima_2007_2.pdf

Estas preguntas fueron:

1. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta la industria editorial latinoamericana actualmente? Se le pidió a los encuestados que marcaran las tres opciones que consideraran más importantes entre asuntos relacionados a la propiedad intelectual, compra de libros en Internet, contenidos generados por el usuario en internet, digitalización de libros impresos para consumo gratuito por Internet, globalización y nuevas plataformas de lectura.
2. ¿Cuáles de los siguientes productos tendrán expansión considerable en los siguientes 12 años? Se debía marcar las opciones que consideraran importantes y decir cuál es su nivel de amenaza (grande, mediano o mínimo). Las opciones eran: los audiolibros, el *ebook*, los contenidos multimedia, las plataformas digitales de lectura, los bancos virtuales de publicaciones periódicas y los libros de consulta en formato digital.
3. ¿Cuál de los siguientes actores o elementos del universo editorial cree usted que podría ser obsoleto en cincuenta años? Respuesta de opción múltiple. Las opciones son el editor, el lector electrónico, los quioscos, la imprenta, la casa editorial, el libro impreso, la librería física, el agente literario o ninguno de los anteriores.

Además de estas preguntas, se les preguntó a los empresarios por las principales amenazas a la industria editorial latinoamericana. Las opciones dadas fueron: la competencia frente a otros medios de comunicación y entretenimiento, el surgimiento y expansión de conglomerados editoriales/mediáticos, los altos costos de las materias primas (papeles, tintas), los altos costos de transporte y la escasez de redes de distribución).

Los resultados que se presentan a continuación están en porcentajes. Se tomó la frecuencia de respuestas para cada variable (opciones de la encuesta) sobre el total de respuestas. Estos porcentajes están discriminados por país y tipo de empresa (locales y transnacionales).

a) Uso de las nuevas tecnologías en la producción editorial de las empresas

Impresión por demanda

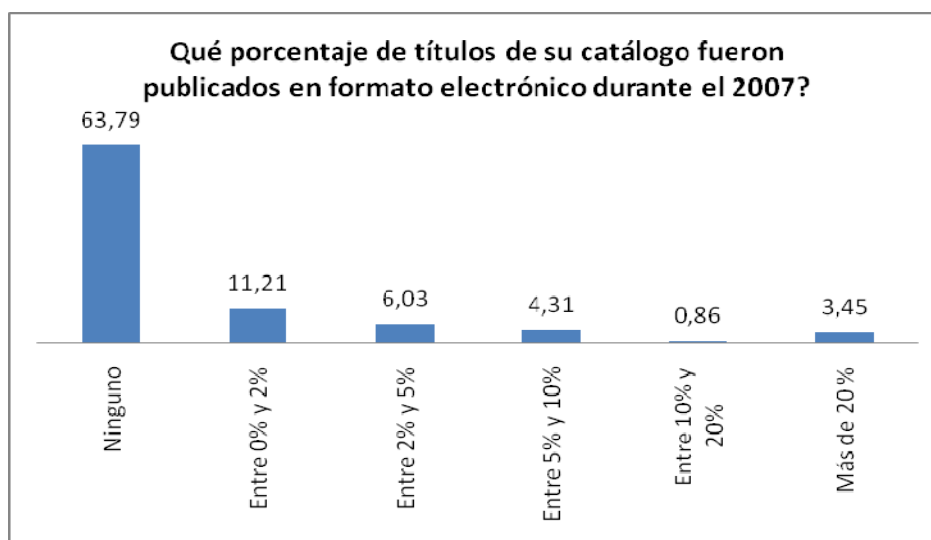
La pregunta ¿qué porcentaje de títulos impresos fueron impresos por demanda?, dio como resultado que el 50% de las editoriales no imprime ningún título bajo demanda y

el mayor porcentaje de las que imprimen algún título bajo este sistema (25,5%) imprimen entre el 0,1% y el 10% de sus títulos.

% impresión digital bajo demanda	% editoriales
0%	50,00%
0,1%-10%	25,50%
10,1%-20%	5,30%
20,1%-30%	2,10%
30,1%-40%	5,30%
40,1%-50%	2,10%
50,1%-60%	1,10%
60,1%-70%	1,10%
70,1%-80%	4,30%
80,1%-90%	1,10%
90,1%-100%	2,10%

Publicación en formato electrónico

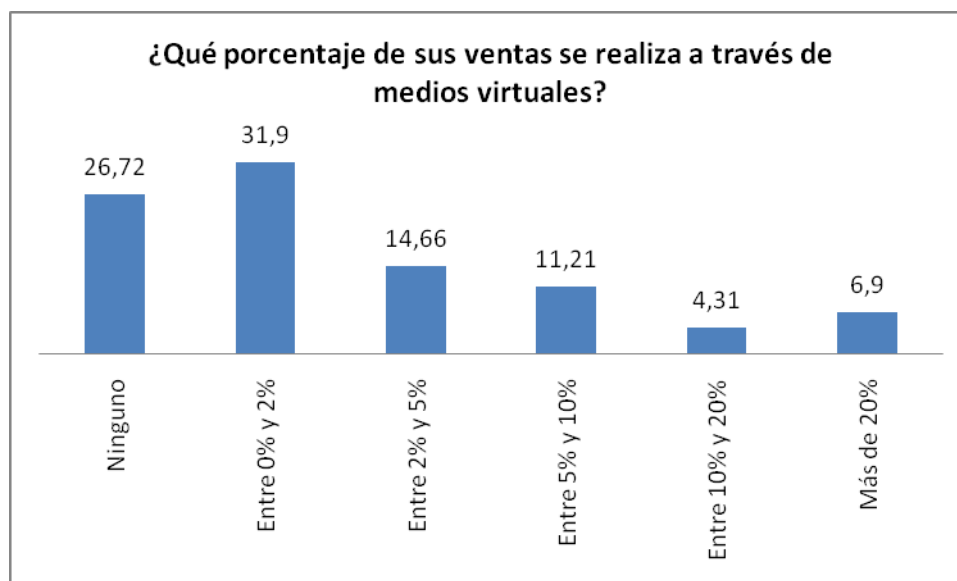
A nivel regional el porcentaje de títulos publicados en formato electrónico es bajo. El 63,8% de las empresas de la región contestaron que durante el 2007 no publicaron ningún título en formato electrónico, el 11,2% por lo menos 2% y el 3,45% más del 20%.



Al discriminar esta pregunta por empresas nacionales o transnacionales, se encuentra que las empresas transnacionales (la respuesta de una filial de un país es independiente a la de otro país) afirmaron mayoritariamente no haber publicado ningún título en formato digital (76,7%). En contraste, las empresas locales declararon haber publicado más. Con excepción del rango, entre 2% y 5%, las empresas nacionales tienen índices mayores que uno.

Ventas en medios virtuales

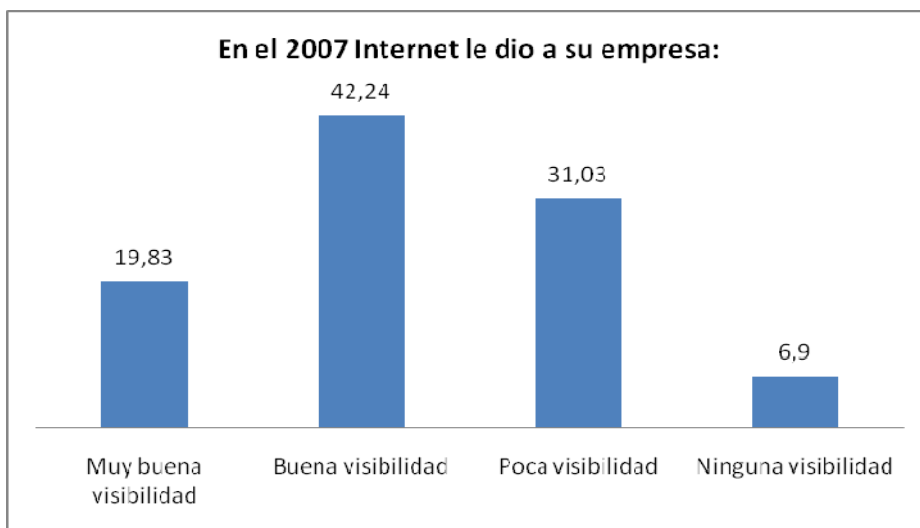
El 31,9% de las empresas de la región contestaron que menos del 2% del total de sus ventas se realizaron a través de medios virtuales. El 26,7% de las empresas no vendió nada por este medio y el 6,9% hizo ventas en medios virtuales superiores al 20% del total. De las empresas que contestaron la encuesta las únicas que presentaron ventas por medios virtuales superiores al 20% tienen sede en Argentina y Colombia.



Al discriminar esta pregunta por empresas nacionales y trasnacionales, se encontró que la venta por medios virtuales fue significativamente más importante para las empresas nacionales que para las trasnacionales.

Internet

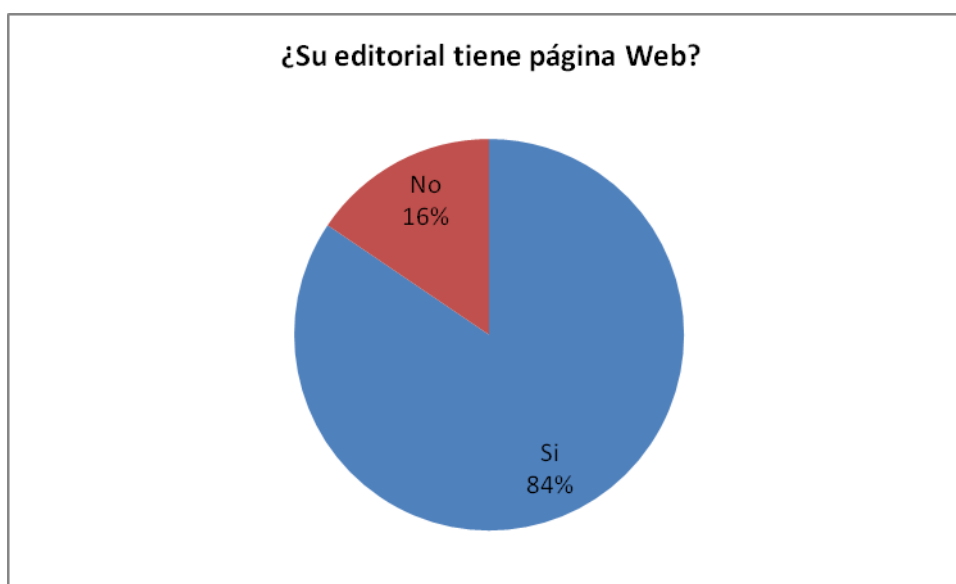
Se indagó también por la utilización que las empresas le dieron a Internet para hacer visible a la empresa en el mercado. Al respecto, a nivel regional, se encuentra que el 42,2% señaló que el Internet su empresa tuvo buena visibilidad, el 31% poca visibilidad y el 19,8% muy buena visibilidad. Tan solo el 7% indicó que el Internet ninguna visibilidad.



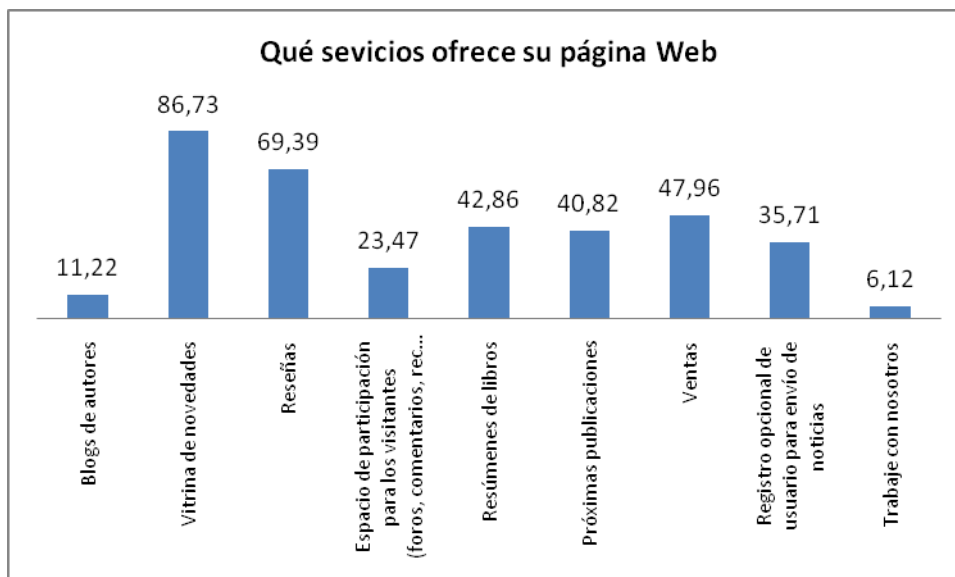
El 68% de las empresas argentinas creen que su empresa adquiere muy buena y buena visibilidad a través de Internet. Para el caso de Colombia este porcentaje es de 31,7%; para México es de 11,5% y para Chile 8,4%. Diferenciando a las empresas nacionales de las transnacionales se encuentra que las empresas nacionales perciben que Internet les da muy buena visibilidad. Las empresas transnacionales, por su parte, sólo perciben que Internet les daba buena visibilidad.

Página Web y servicios ofrecidos

El 84% de las empresas editoriales de la encuesta tienen página web. De estas, el 25,5% son argentinas, el 15,3% mexicanas y el 14,3% colombianas. Las empresas que contestaron no tener página Web están en el resto de países de Suramérica y Centroamérica (27%).



De las empresas que tienen página en Internet, el 86.7% la usan como vitrina para exponer sus novedades, el 69.3% incluye reseñas de sus libros, el 47.9% para venta, (atienden pedidos por Internet o tienen librerías virtuales). En menor proporción las empresas ofrecen espacios de participación (23.4%) y *blogs* de los autores (11.22%).

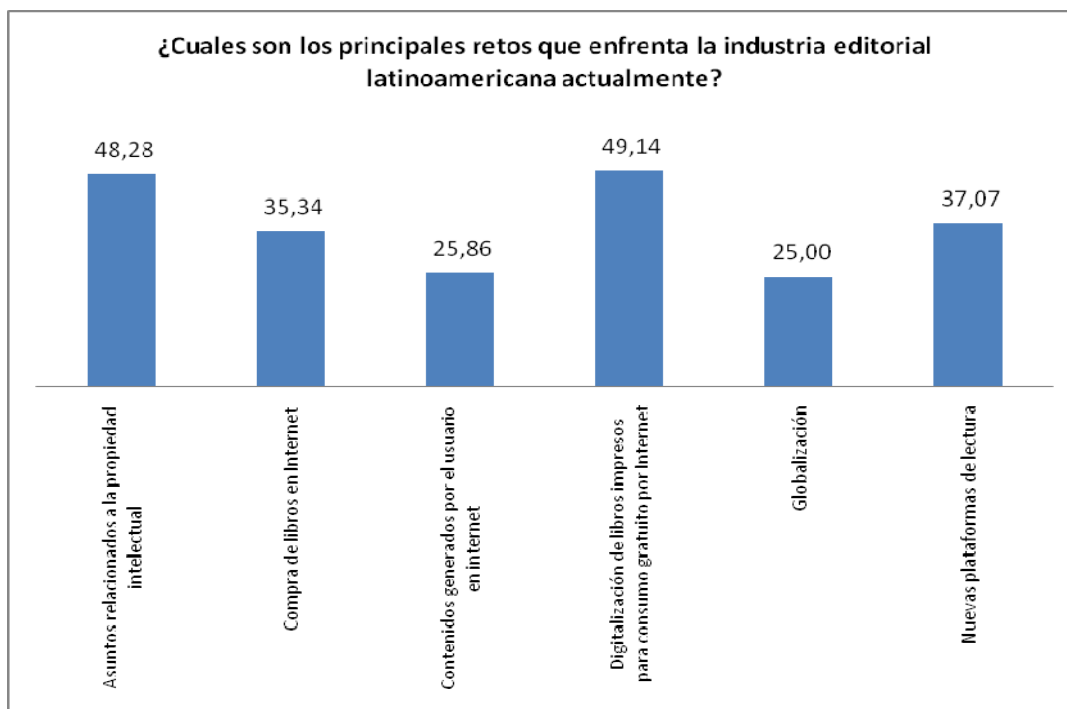


Si bien la mayoría de las empresas de la región tiene página Web, sin importar si son locales o transnacionales, a la hora de definir los servicios que prestan sí existe una diferencia significativa. Las empresas transnacionales, en mayor porcentaje que las editoriales locales, prestan estos servicios: *blogs* de los autores, “trabaje con nosotros” y registro opcional de usuarios para envío de noticias.

b) Impacto de las nuevas tecnologías en el sistema de Producción y acceso al libro

Principales retos de la industria editorial latinoamericana

En esta pregunta se le pide a los encuestados que marquen los tres retos a los que se enfrenta la industria editorial de Latinoamérica en la actualidad. Según los empresarios encuestados, los temas concernientes a las nuevas tecnologías representan uno de los retos más importante en el mundo editorial de América Latina. El principal reto tiene que ver con la digitalización de textos ofrecidos de manera gratuita en Internet (49.1%). Asuntos relacionados a la propiedad intelectual representa el segundo reto más importante (48.3%). Las nuevas plataformas de lectura y la compra de libros por Internet son retos también importantes (37% y 35,4% respectivamente). Finalmente, están los contenidos generados por los usuarios y la globalización.



El 30% de los empresarios que contestaron que la digitalización de libros impresos para consumo gratuito por internet era el mayor reto son argentinos. Para los colombianos y mexicanos el reto más importante está relacionado con los temas relacionados con la propiedad intelectual.

Al discriminar el análisis por empresas nacionales y transnacionales se encuentra que para las empresas transnacionales los asuntos relacionados con la propiedad intelectual son más importantes que para las nacionales. La compra de libros en Internet es un reto más importante para las empresas locales.

La digitalización de libros impresos publicados de manera gratuita en Internet es para los dos tipos de empresas un reto de gran importancia, pero un porcentaje más alto de empresas transnacionales marcó esta opción como uno de los tres retos principales a los que se enfrenta la industria del libro en nuestra región.

En la encuesta de Frankfurt nombrada, 53% de los encuestados opinó que la digitalización es el mayor reto que enfrenta la industria editorial, el 24% señaló la globalización, el 22%, los contenidos generados por el usuario y el 15%, las cuestiones relacionadas con la propiedad intelectual.

Amenazas para la industria editorial latinoamericana

Los altos costos de las materias primas fueron identificados por las empresas editoriales de la región como la amenaza más grande. La competencia frente a otros medios de comunicación o entretenimiento es considerada como una gran amenaza por el 34.5% de las empresas. Para el 32.7% el surgimiento de conglomerados editoriales se considera una amenaza significativa. (Para los encuestados en Frankfurt, la preocupación frente a los conglomerados es inferior; tan sólo un 15%).

Al discriminar el análisis por tipo de empresa, nacional o transnacional, se encuentra que tanto para empresas nacionales como para las de operación transnacional la principal amenaza son los altos costos de las materias primas (para ambos tipos de empresa el índice es mayor a uno). En cuanto a la competencia frente a otros medios de comunicación y entretenimiento, las empresas transnacionales lo ven como una gran amenaza, mientras que el surgimiento de conglomerados editoriales/mediáticos es una gran amenaza especialmente para las empresas locales.

De las empresas latinoamericanas, 34,5% opinaron que la amenaza de la competencia con otros medios de entretenimiento es grande, el 22% que es media y el 8,6% que es mínima, es decir, que 65,1% piensan que los otros medios son una amenaza en mayor o menor medida. En la encuesta de Frankfurt, arrojó un porcentaje del 50%.

Expansión de nuevas tecnologías (dispositivos) relacionados con la industria editorial

El 39,6% de las empresas editoriales encuestadas considera que los libros de consulta en formato digital tendrán una expansión grande en un lapso de 12 años, es decir, para el año 2020. En segundo y tercer lugar están la expansión del *ebook* (37.9%) y de los contenidos multimedia (34.4%). En la encuesta de la feria Frankfurt, el 44% de los participantes consideró que los *ebooks* tendrán una expansión considerable y 41% señaló a los audiolibros como susceptibles de expansión.

	¿Qué tanta expansión?		
	Grande	Media	Mínima
Audio libros	11.21	21.55	13.79
<i>Ebook</i>	37.93	23.28	4.31
Contenidos multimedia	34.48	17.24	10.34
Plataformas digitales de lectura	26.72	20.69	12.07
Bancos virtuales de publicaciones periódicas	20.69	19.83	12.07
Libros de consulta en formato digital	39.66	26.72	6.90

Las empresas editoriales argentinas, colombianas y mexicanas son las que consideran que en mayor escala estos productos tendrán una gran expansión en los próximos 12 años. Todos los productos, no obstante, presentan porcentajes superiores al 20%.

Al discriminar por empresas nacionales y transnacionales, se encuentra que más empresas transnacionales consideran que el *ebook*, y los contenidos multimedia tendrán una gran expansión. La mayoría de las empresas locales encuestadas considera que los bancos virtuales de publicaciones periódicas y los libros de consulta en formato digital tendrán una gran expansión los próximos doce años. Las plataformas virtuales de lectura, para los dos tipos de empresa, tendrán una gran expansión para el año 2020.

	Porcentajes			Índice	
	Total	Nacional	Transnal.	Nacional	Transnal.
Audio libros	11.21	12.79	6.67	1.14	0.59
E-Book	37.93	36.05	43.33	0.95	1.14
Contenidos multimedia	34.48	33.72	36.67	0.98	1.06
Plataformas digitales de lectura	26.72	26.74	26.67	1.00	1.00
Bancos virtuales de publicaciones periódicas	20.69	23.26	13.33	1.12	0.64
Libros de consulta en formato digital	39.66	40.70	36.67	1.03	0.92

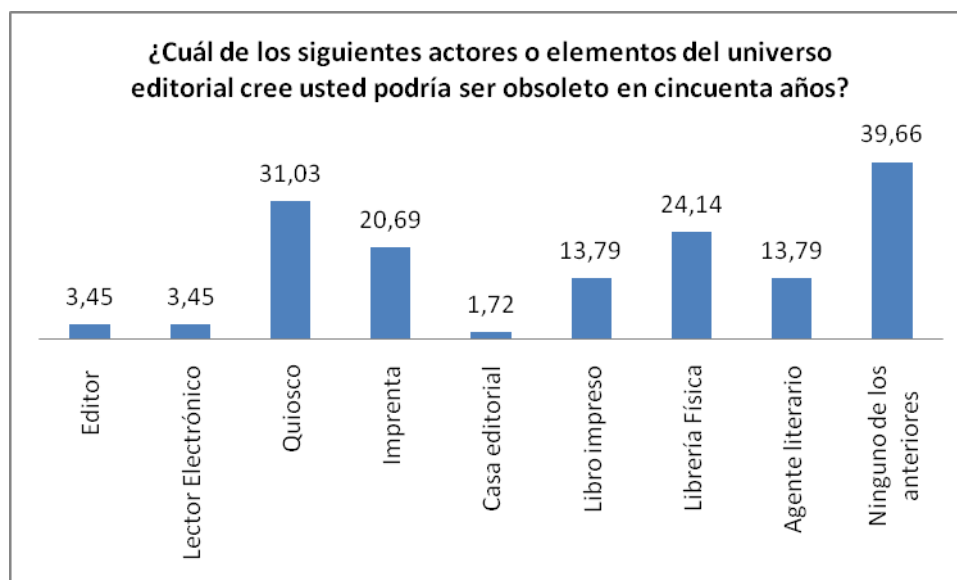
Elementos y actores obsoletos dentro de 50 años

La pregunta se formula tal como se hizo en la feria del libro de Frankfurt y busca hacer un ejercicio de percepción del futuro a largo plazo. Aunque no deja de ser especulativo, en mayor o menor medida, sí denota algún grado de la información disponible que tienen los gerentes sobre las tecnologías que se están desarrollando en la actualidad y que afectan algunos eslabones de la cadena más que a otros.

El 39.6% de las empresas encuestadas considera que ninguno de los desarrollos expuestos por la encuesta será obsoleto dentro de 50 años. Éste es el porcentaje más alto de respuesta y tiene la particularidad de que, a pesar de que la encuesta está diseñada para dar múltiples respuestas, las empresas que marcaron esta opción no indicaron ninguna otra. Es decir que 46 empresas del total encuestado consideran que en 50 años todos los actores y elementos seguirán vigentes.

El resto de las empresas consideran que por lo menos uno de los elementos o actores será obsoleto dentro de cincuenta años. El quiosco es considerado por las editoriales de la región el actor más susceptible de volverse obsoleto dentro de cincuenta años (31%), seguido por las librerías físicas (24,1%) y la imprenta (20,7%).

El 13,7% de las empresas consideraron que el libro impreso y los agentes literarios son propensos a la obsolescencia. Finalmente los editores y las casas editoriales son actores que mantendrán su vigencia dentro de cincuenta años, al igual que los lectores electrónicos.



En la encuesta de Frankfurt también un gran porcentaje consideró que ninguno de los actores sería obsoleto en los siguientes 50 años (55,5%). Coincidieron ambas encuestas en señalar al quiosco como el actor más susceptible de desaparecer frente a las otras opciones dadas; en este caso el porcentaje fue de 23%. También ambos grupos auguran un desempeño saludable tanto para el editor como para las casas editoriales en un futuro. Sólo 6% de las casas editoriales y 4% de los editores temen por su desaparición en la encuesta de Frankfurt; en Latinoamérica los porcentajes también son bajísimos.

Al discriminar por país, no se encuentran tendencias particulares al tratar de prever la obsolescencia de estos elementos y actores. Por el contrario, al interior de los países se encuentran participaciones similares para la mayoría de las opciones dadas. Esto lleva a pensar que, dentro de los países, las empresas editoriales tienen criterios o percepciones diferentes para considerar los elementos y actores como obsoletos en cincuenta años.

Este comportamiento, permite deducir que la división de la percepción en la región sobre la obsolescencia de estos elementos y actores dentro de cincuenta años está determinada por el carácter nacional o transnacional de las empresas. En términos generales las empresas transnacionales perciben con mayor frecuencia que, a excepción de los lectores electrónicos y las librerías propias, el resto de actores y elementos pueden ser obsoletos en cincuenta años.

En términos generales se percibe que las empresas trasnacionales tienen una mayor receptividad a la inserción de las nuevas tecnologías y consideran que éstas pueden transformar el sistema de producción y acceso al libro.

Bibliografía

Consultada por Francisco Sagasti

Aguirre Romero, Joaquín María (1997). El futuro del libro. *Revista Espéculo*. Número 5, marzo – julio de 1997. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado en octubre de 2008 de Revista Espéculo:

<http://www.ucm.es/info/especulo/numero5/futlibro.htm>

Amazon (2007). “Kindle: Amazon's New Wireless Reading Device”, página web: <http://www.amazon.com/Kindle-Amazon's-Wireless-Reading-Device/dp/B000FI73MA> (enero, 2008)

Anastasiades, P.S (2003). The Future of the Book, the Book of the Future. *The 3rd IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies (ICALT'03)*; julio 2003, pp. 246 -247.

Barker, Philip (1998). The Future of Books in an Electronic Era. *The Electronic Library* 16, N° 3, Research Library, enero de 1998, pp. 191-198.

Bazán Saavedra, Juan Enrique (2006), *El protagonismo del estudiante a distancia*, Lima: Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Berghel, Hal - Digital Village (1999): Value-Added Publishing. *Communications of the ACM* 42 N°1; ACM Press, enero de 1999, pp.19-23.

Berinstein, Paula (2006): The Day of the Author Has Arrived: Rights and Business Models for Online Books. *Searcher* 14 N° 4; Abril; Research Library, pp. 26.

Boguta, Grzegorz. *Print on demand*. Recuperado en octubre de 2008 en Center for Publishing Development: <http://www.osi.hu/cpd/syndicate/printondemand.html>

Bolter, Jay David (1998). Ekphrasis, realidad virtual y el futuro de la escritura. *El Futuro del Libro, ¿Esto matará eso?* Nunberg, Geoffrey (compilador).Barcelona, Buenos Aires, México: Ediciones Paidós. pp. 257-277.

Bullard, Alfredo (2005). Reivindicando a los piratas. ¿Es la propiedad intelectual un robo? *Anuario Andino de Derechos Intelectuales*. Lima: Palestra Editores.

Castells, Manuel (1996). *The Rise of the Network Society*, Cambridge: Blackwell Publishers Inc.

_____ (2001). *The Internet Galaxy: Reflexions on the Internet, business and society*, London: Oxford University Press

Celaya, Javier (2006b). “La comunicación en la promoción del libro”, en *dosdoce.com*, 1 de Febrero de 2006, disponible en:

http://www.dosdoce.com/continguts/estudios/vistaSola_cas.php?ID=8 (enero 2008)

_____ (2008). *Tendencias Web 2.0 en el sector editorial*. 10 de abril de 2008.

Recuperado en octubre de 2008 en Revista Cultural Dosdoce:

http://www.dosdoce.com/continguts/estudios/vistaSola_cas.php?ID=18

_____ (2007). “Fomento de la lectura en Red”, en *dosdoce.com*, 27 de Junio de 2007, disponible en:

http://www.dosdoce.com/continguts/articulosOpinion/vistaSola_cas.php?ID=89 (enero 2008)

Chvatik, Daniel (2006), “Review: softbook reader”, en *atpm.com*, 6 de Mayo de 2006, disponible en: <http://www.atpm.com/6.05/softbookreader.shtml> (enero 2008)

Ciberamérica.org (s.f.), “Desarrollo de la sociedad de la información y penetración de internet en Iberoamérica”, en *Ciberamérica.org*, disponible en:

<http://www.ciberamerica.org/NR/rdonlyres/eok5w5f3nqxgvc7d3zu5qn3erxhud3pkmd2u66diut3uuon4n4kgbc2xtah3ubh5lopnujlc7nigo/DesarrollodelaSociedaddeLaInformacinypenetracindeI.pdf> (febrero 2008).

Chu, Heting (2003). *Electronic Books: Viewpoints from Users and Potential Users. Library Hi Tech* 21 N°3; MCB UP, pp. 340–346.

Codina, Luis (1998). *El libro digital y el futuro de la edición*. Recuperado en octubre de 2008 en El Profesional de la Información:

http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1998/enero/el_libro_digital_y_el_futuro_de_la_edicion.html

Cope, Bill y Angus Philips (2006). *The Future of the Book in the Digital Age*. Londres: Chandos Publishing.

- Couillaud, Florence (2007). “La piratería: competencia desleal”. *Puntoedu*, Año 3, N° 96, Lima, 29 de octubre - 4 de noviembre del 2007: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Darnton, Robert (1999). The New Age of the Book. *The New York Review of Books*. Volume 46, Number 5, March 18, 1999.
- Dehaene, Stanislas (2008). Les Neurones de la lecture, présentation par Jean Paul Baquiast, en: *Robotique, vie artificielle, réalité virtuelle: revue mensuelle*, No 86, disponible en: <http://www.admiroutes.asso.fr/larevue/2007/86/dehaene.htm> (febrero, 2008).
- Drucker, Peter (1968), *The Age of Discontinuity*, New York, Harper and Row.
- _____ (1993), *Post Capitalist Society*, New York: Harper Business.
- Duguid, Paul (1998). Cuestiones materiales: el pasado y la futurología del libro. *El Futuro del libro, ¿esto matará eso?* Nunberg, Geoffrey (Compilador). Barcelona, Buenos Aires, México: Ediciones Paidós. pp. 67-106.
- Eco, Humberto (1998). Epílogo. *El Futuro del libro, ¿esto matará eso?* Nunberg, Geoffrey (Compilador). Barcelona, Buenos Aires, México: Ediciones Paidós.
- Epstein, Jason (2005). The Future o Books. *Technology Reviews* 108 N° 1; ABI/INFORM Global; Enero 2005, pp. 60-63.
- Farmanfarmaian, Roxane (2001). Beyond *Ebooks* Glimpses of the Future. *Publishers Weekly*; Enero 1, 2001; 248, 1; ABI/INFORM Global, pg. 56-57.
- Fenton, Howard (2007), Self-Publish or Perish? The Implications of Digital Book Production. *The Seybold Report*, Volume 7, Number 5, pp. 7-10. Disponible en: http://www.seyboldreports.com/samples/TSR_Sample_BookPub.pdf. (febrero, 2008).
- Gall, James (2005). Dispelling Five Myths about *Ebooks*. *Information Technology and Libraries*; ABI/INFORM Global; Marzo 2005, pp. 25-31.
- Gandhi, Subash (2000). *Ebooks – The Future or Reading and Ultimate Book Publishing*. Recuperado en octubre de 2008 en Baywood Publishing Company:

<http://baywood.metapress.com/index/JT5NLYV84AT9KDF9.pdf>

Gantz, John et. al. (2007). *The Expanding Digital Universe: A Forecast of Worldwide Information Growth Through 2010*. Recuperado en octubre de 2008 en EMC: <http://www.emc.com/collateral/analyst-reports/expanding-digital-idc-white-paper.pdf>

Guthrie, Richard (2002). The E-book: ahead of its time or a burst bubble? *Logos* 13 N° 1 Whurr Publishers, pp. 9-17.

Harrison, Beverly L. (2000). E-Books and the Future of Reading. *IEEE Computer Graphics and Applications*, Mayo-Junio 2000, pp. 32-39.

Hastings, Jeffrey (2008). *E-book Readers: the Kindle, Iliad reviewed, the good, the bad, and the cute (sort of) in ebook readers*. 2 de enero de 2008. Recuperado en octubre de 2008 en School Library Journal: <http://www.schoollibraryjournal.com/article/CA6526725.html>

Hauben, Michael (1997). *The Expanding Commonwealth of Learning: Printing and the Net*. Recuperado en octubre de 2008 en Columbia University: <http://www.columbia.edu/~rh120/ch106.x16>

Haynes, Simon. *What is POD - Print on Demand?*, Recuperado en octubre de 2008 en <http://www.spacejock.com.au/PrintOnDemand.html>, consultado por última vez el 30 de julio de 2008

Henke, Harold (2001). The global impact of eBooks on ePublishing. *IEEE ACM 19th International Conference on Computer Documentation 2001*. Pp. 172-179.

Herther, Nancy K (2005). The Ebook Industry Today: a Bumpy Road Becomes an Evolutionary Path to Market Maturity. *The Electronic Library* 23, N° 1, pp. 45-53(9).

Herrera, Amilcar, Leonel Corona, Renato Dagnino, Andrés Furtado, Gilberto Gallopín, Pablo Gutman y Hebe Vessuri (1994). *Las nuevas tecnologías y el futuro de América Latina, riesgo y oportunidad*. México: Editorial de la Universidad de las Naciones Unidas, Siglo Veintiuno editores.

- ITU (2007), *World Information Society Report 2006*, Recuperado en octubre de 2008 en el UNESCO Information for All Programme in Russia: <http://www.ifap.ru/library/book084.pdf>
- Jarvis, Jeff (2006). *Books Will Disappear. Print Is Where Words Go to Die*. Recuperado en octubre de 2008 en *The Guardian*: <http://books.guardian.co.uk/comment/story/0,,1790651,00.html>
- Keegan, Victor (2008). *Books are thriving despite the Internet*. Mayo 29 del 2008. Recuperado en octubre de 2008 en *The Guardian*: <http://www.guardian.co.uk/technology/2008/may/29/internet.books>
- Kelly, Kevin (2006). *Scan this book*. Mayo 2006. Recuperado en octubre de 2008 en *The New York Times*: http://www.nytimes.com/2006/05/14/magazine/14publishing.html?_r=1&ei=5090&en=c074&oref=slogin.
- Kipphan, Helmut (1998). Future of printing: changes and challenges, technologies and markets. *SPIE* 3300; enero 1998; pp. 2-13.
- Knowledge@wharton (2007). *Getting a Read on Amazon's New Kindle*. Noviembre 2007. Recuperado en octubre de 2008 en Knowledge@: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article.cfm?articleid=1851>.
- Kruger, Michael (2000): Remembering for the future: The survival of writing and reading under the tyranny of image. *Logos* 11 N° 2, Whurr Publishers, pp. 63-68.
- Lamb (2003). How the Web Changes your Reading Habits. *The Christian Science Monitor*, 23 de Junio de 2005, California: csmonitor.com. Recuperado en octubre de 2008: <http://www.csmonitor.com/2005/0623/p13s02-stin.html>
- Landow, George P. (1992). *Hipertexto: la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Barcelona, Buenos Aires, México: Ediciones Paidós.
- Landow, George P. y Paul Delany (1993), *The Digital Word: Text: Based Computing in the Humanities*, London: The MIT Press.
- Levy, Steven (2007). *The Future of Reading*. Noviembre de 2007. Pp.1-6, Recuperado en octubre de 2008 en Newsweek:

<http://www.newsweek.com/id/70983/output/print>.

Lost in translation no more. *The Economist*, 18 de enero de 2008, pp. 71-72.

Lyman, Peter y Hal R. Varian (2003). *How Much Information*. Recuperado en octubre de 2008: <http://www.sims.berkeley.edu/how-much-info-2003>

Machlup, Fritz (1962). *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton, Princeton University Press.

_____ (1980). *Knowledge: Its Creation, Distribution and Economic Significance, Volume 1: Knowledge and Knowledge Production*, Princeton, Princeton University Press.

Maeso, Oscar y Martin Hilbert (2006). *Centros de acceso público a las tecnologías de información y comunicación en América Latina: características y desafíos*, Santiago de Chile: CEPAL.

Malkin, Daniel y otros (2006). *Educación, Ciencia y tecnología en América Latina y el Caribe: Un compendio estadístico de indicadores*, Washington DC: Banco Interamericano de Desarrollo.

Martinez Rizo, Felipe (2006). PISA en América Latina: Lecciones a partir de la experiencia de México de 2000 a 2006 en PISA Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos, Revista de Educación – número extraordinario 2006, pp. 135-167, disponible en:
<http://www.revistaeducacion.mec.es/re2006/re2006.pdf>

Martínez, Javier (2006). *El papel del Capital Humano en la Distribución del Ingreso*, México: UACH.

Martínez, Yaiza (2008). *La capacidad de lectura no es innata y ha requerido un reciclaje neuronal*. Recuperado en octubre de 2008 en *tendencias21.net*:
http://www.tendencias21.net/La-capacidad-de-lectura-no-es-innata...1_a2065.html?print=1&PHPSESSID=ec3e909ce3dd0e779a2c7a0c84653b85

Matos, Nancy (2004), *¿Hay que sancionar la piratería? La protección de la propiedad intelectual*, Lima: ESADE -ESAN.

Millán, José Antonio: <http://jamillan.com/efecking.htm>

Ministerio de Cultura de España (2003). *El Libro y las nuevas tecnologías. El libro electrónico*. 23 de octubre de 2003. Recuperado en octubre de 2008:

<http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/LibroTecnolo.pdf>

_____ (2004). *Incidencias de las nuevas tecnologías en el sector del libro en el ámbito de la Unión europea*. Recuperado en octubre de 2008: www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/04sector_libro.pdf

Nicole, Kirsten (2007). *HarperCollins Offers Books on the iPhone*. 15 de Agosto de 2007. Recuperado en octubre de 2008 en mashable.com:

<http://mashable.com/2007/08/15/harpercollins-iphone>

Nunberg, Geoffrey (1993). The Places of Books in the Age of Electronic Reproduction. *Representations* N° 42, pp. 13-37.

_____ (compilador) (1998). *El futuro del libro: ¿esto matará eso?* Barcelona, Buenos Aires, México: Ediciones Paidós.

O'Doneell, James J. (1998) La pragmática de lo nuevo: Titemio, McLuhan, Casiodoro. *El futuro del libro: ¿esto matará eso?* Nunberg, Geoffrey (Compilador). Barcelona, Buenos Aires, México: Ediciones Paidós. pp. 41-65.

Onishi, Norimitsu (2008), "Thumbs Race as Japan's Best Sellers Go Cellular", *The New York Times*, 20 de enero del 2008.

Online library gives readers access to 1.5 million books. 10 de Diciembre de 2007.

Recuperado en octubre de 2008 en Sciencedaily.com:

<http://www.sciencedaily.com/releases/2007/12/071204175905.htm>

Ovadia, Steven (2003): Self-Published Electronic Journals: Not Quite the Wave of the Future. *The Serials Librarian* 43 N° 3; The Haworth Press, pp. 31-37.

"Perfil del Internauta" (2003), Lima: Apoyo Opinión y Mercado.

<http://www.apoyo-om.com/extranet/promocionesaom/internauta2004/Internauta.htm>

Pescovitz, David, Jason Tester y Mike Love (2007). Sensory transformation: new tools and practices for overcoming cognitive overload. *Technology Horizons Program-Institute for the Future*. Recuperado en octubre de 2008:

http://www.iftf.org/docs/SR-1075_Sensory_Transformation_intro.pdf

Pisani, Francis (2006). *El futuro del libro: líquido o en la Red*. El País, Junio 15 2006, disponible en http://www.elpais.com/solotexto/articulo.html?xref=20060615elpciblse_2&type=Tes&k=futuro_libro_liquido_Red, oct. 2007).

PNUD (2007). *Informe sobre Desarrollo Humano 2007/2008 'La lucha contra el cambio climático: Solidaridad frente a un mundo dividido'*, New York: UN.

Print on Demand (2005). Recuperado en octubre de 2008 Caslon Analytics : <http://www.caslon.com.au/publishingguide25.htm>

Pudles, Daniel (2007). “*Not bound by anything*” en *The Economist print edition*; Marzo 2007; The Economist Newspaper and The Economist Group; recuperado en octubre de 2008: http://www.economist.com/books/PrinterFriendly.cfm?story_id=8881446 .

Rodríguez López, Joaquín (2007) *Edición 2.0 Los futuros del libro*, Barcelona: Melusina, recuperado en octubre de 2008 : <http://www.melusina.com/libro.php?idg=12079>

Rodríguez Ruiz, Jaime Alejandro (2004), *Cibercultura: ¿resistirá el libro en tiempos de comunicación digital? N Motivos para hablar de Cibercultura, Cibercultura, de Wikilibros*. Recuperado en octubre de 2008 en: <http://es.wikibooks.org/wiki/Cibercultura>.

Sagasti, Francisco (2008). *El futuro del libro*. Recuperado en octubre de 2008 en: http://www.cerlalc.org/Prospectiva/Docs_base.php

_____ (1981). ‘Integration of Technology Transfers with the Technical and Cultural Heritages of the Developing Countries’, en *Technology and Democracy: Impacts of Technological Change on European Society and Civilization*, Proceedings of the Fifth Parliamentary and Scientific Conference held in Helsinki, June 3-5, 1981, Strasbourg, Council of Europe.

_____ (1989). “International Cooperation in a Fractured Global Order”, en: *Impact of Science on Society*, Vol. 39, No.155, pp. 207-211.

_____ (2000). “The Twilight of the Baconian Age and the Future of Humanity”, *Futures*, Vol. 32, pp. 595-602.

- _____ (2004). *Knowledge and Innovation for Development: The Sisyphus Challenge of the 21st Century*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, Glos.
- Sagasti, Francisco y Gonzalo Alcalde (1999), *Development Cooperation in a Fractured Global Order: An Arduous Transition*, Ottawa, International Development Research Centre (IDRC).
- Salaverría, Ramón, Coordinador (2005). *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Sánchez Lozano, Carlos, Editor (2006). *El Espacio Iberoamericano del Libro*. CERLALC, pp. 50, 52, 64, 225.
- Schmelzer, Ronald y Jason Bloomberg (2004). *Getting ready for the Web services tipping point*. Recuperado en octubre de 2008 en: http://searchwebservices.techtarget.com/originalContent/0,289142,sid26_gci994_975,00.html
- Sheridan, Barrett (2008). *Like a super hero: Humans weren't made for scrolling and searching. We were made for zooming*. Enero 26 de 2008. Recuperado en octubre de 2008 en: <http://www.newsweek.com/id/105532/output/print>
- Silipigni, Lynn (2003), “*Electronic Books (eBooks): Current Trends and Future Directions*” en: *Bulletin of Information Technology* 23 N° 1; January 2003; DESIDOC, pp. 13-18.
- Staley, David (2003): “*The future of the book in a digital age*” en *The Futurist* 37 N° 5; World Future Society; Septiembre 2003, pp. 18.
- Subba Rao, Siriginidi (2004), “*Electronic Books technologies: an overview o the present situation*” en: *Library Review* 53, N° 7; Emerald Group Publishing Limited; pp. 363-371.
- “Una web crea un servicio gratuito de libros electrónicos por fascículos”, en: *laflecha.net*, 24 de Mayo de 2007, disponible en: <http://www.laflecha.net/canales/comunicacion/noticias/una-web-crea-un-servicio-gratuito-de-libros-electronicos-por-fasciculos?from=rss>

Uribe Schroeder, Richard y Diana Cifuentes Gómez (2007), *Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2006 y tendencias a corto plazo*, Bogotá: CERLALC-UNESCO, disponible en: http://www.cerlalc.org/secciones/libro_desarrollo/Clima07.pdf

(2008), (2008), *Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2007 y tendencias a corto plazo*. Bogotá: 2008 CERLALC-UNESCO, disponible en: http://www.cerlalc.org/secciones/libro_desarrollo/V_Boletin_Clima.pdf

Uribe, Richard (2005), *Estrategias para la lucha contra la piratería editoria* , Bogotá: CERLALC/SIER.

Uribe, Richard y otros (2006), *El Espacio Iberoamericano del Libro*, Madrid: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe CERLALC; Ministerio de Cultura de España; Federación de Gremios de Editores de España FGEE; Grupo Iberoamericano de Editores GIE. Disponible en: http://www.cerlalc.org/secciones/libro_desarrollo/Panorama.pdf (enero, 2008)

Van der Weel, Adriaan (2003), “*Is a book still a book when it is not a printed artefact?*”, en: *Logos* 14 N° 1 Whurr Publishers, pp. 22-26.

Wittenberg, Kate (2007), “*Credibility of Content and the Future of Research, Learning, and Publishing in the Digital Environment*” en: *Journal of Electronic Publishing*, 10 N° 1, Invierno 2007, disponible en: <http://hdl.handle.net/2027/spo.3336451.0010.101>.

Zhao, J. Leon y Resh, Vincent H (2001): “*Internet Publishing and Transformation of Knowledge Processes*” en *Communications of the ACM* 44 N° 12; ACM Press; December 2001, pp. 103-109.

Otra bibliografía consultada por la subdirección de Libro y Desarrollo

Arnold, Bruce (2005). *Publishing Print on demand*. Recuperado en octubre de 2008 de Caslon Analytics: <http://www.caslon.com.au/publishingguide25.htm>

Cerlalc (2008). *Percepción sobre el clima empresarial y editorial en el 2007 y tendencias a corto plazo*. Recuperado en octubre de 2008 en Cerlalc: http://www.cerlalc.org/secciones/libro_desarrollo/Boletin_Clima_2007_2.pdf

Chi, Ed, Lichan Hong, Michelle Gumbrecht y Stuart Card (2005). *Highlighting conceptually-related sentences during Reading*. Recuperado en octubre de 2008 en ScentHighlights: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1040895>

Hesse, Carla (1998). Los libros en el tiempo. *El futuro del libro, ¿esto matará eso?* Nunberg, Geoffrey (compilador). Barcelona, Buenos Aires, México: Ediciones Paidós. pp. 25-40.

Patiño, Bruno. *Informe sobre el libro digital en Francia*. Recuperado en octubre de 2008 en Ediciona: http://www.ediciona.com/informe_sobre_el_libro_digital_en_franzia-rec-f1025.htm

Romano, Frank (2005): *Status of Printing in thE United Status*, PennWell Corporation Electronic Publishing Editorial Office, Nashua 2005.

Sánchez Paso, José A (2005): La impresión por demanda, o como se llame, en España y Latinoamérica ahora mismo (que ya es ayer). Ediciones Universidad de Salamanca <http://jamillan.com/spaso.htm>

Skodzinski, Noelle (2008): “*The Book Market: not an Industry in decline*”, Publicado la revista electrónica Book Business en agosto 01 de 2008 <http://www.bookbusinessmag.com/story/story.bsp?sid=113293&var=story>
Consultado por última vez el 30 de Julio de 2008

Ziegler, Chris: *Hands on with ARINC's iLiad-based eflybook*, 27 de Julio 2006 publicado en www.wngadget.com/2006/07/27/nads-on-with-arincs-iliad-based-eflybook/
Consultado por última vez el 6 de agosto de 2008

Otras Fuentes

Página Web oficial de eRead: <http://www.stareread.com/en/reader.html>

Página oficial de Bookeen-Cybook ePaper-the ebook reading device: <http://bookeen.com/ebook/ebook-reading-device.aspx>

Página oficial de Lightning Source <https://www.lightningsource.com/>

Página oficial de Nuutbook.com http://nuutbook.com/goods/goods_list.asp?class=cover

Página oficial de The EveryBook Dedicated Reader TM
<http://www.acadia.org/competition-98/sites/integrus.com/html/library/tech/www.everybk.com/index.htm>

Página oficial del Reader Digital Book de Sony
<http://www.sonystyle.com/webapp/wcs/stores/servlet/CategoryDisplay?catalogId=10551&storeId=10151&langId=-1&categoryId=8198552921644523779>

Página oficial del Kindle de Amazon.com <http://www.amazon.com/Kindle-Amazon-Wireless-Reading-Device/dp/B000FI73MA>

Página oficial en español de Leer-e Iliad de Irex Technologfies <http://www.leer-e.es/irex-iliad/irex-iliad-prestaciones-2.html> Consultado por última vez el 30 de julio de 2008

Página oficial de Welcome to Jinkle! E-Paper Reading Device Global Leading Enterprise
<http://www.jinke.com.cn/compagesql/English/embedpro/prodetail.asp?id=6>

Página oficial de International Digital Publishing Forum (IDPF):
<http://www.openebook.org/>.

Reed Elsevier Annual Reports and Financial Statements (2007)
http://www.investis.com/reports/reed_ar_2007_en/report.php?type=1&zoom=0.75&page=7