

El libro hipocondríaco del siglo XXI

Eduardo Giordanino

LAS FORMAS DEL LIBRO

El libro matará al edificio.

La imprenta matará a la iglesia.

Victor Hugo, Notre-Dame de Paris, V, 2

Hoy tenemos libros con varias formas y formatos: de papel, digitales, que circulan por monitores. Borges dijo una vez: “he oído hablar de libros sagrados, pero nunca de radios sagradas o televisores sagrados”.

En la Universidad de Illinois, poco después de nacida Internet (aún sin bautizar), en 1971 comenzó el Proyecto Gutenberg, una biblioteca digital gratuita de grandes obras en formato de texto plano. Diez años después apareció un diccionario electrónico editado por Random House, considerado como el primer libro electrónico comercial. En 1997 se presentó el DOI en la Feria de Frankfurt, un sistema administrador de derechos digitales que permite controlar la distribución, uso y acceso de los recursos electrónicos.

Durante estas cinco décadas han circulado comentarios apocalípticos e integrados frente a los nuevos formatos del libro, entre ellos la famosa frase del arcediano de *Notre-Dame de Paris* refiriéndose a las catedrales: los libros matarán a la arquitectura. Frase reformulada varias veces: la televisión matará a la radio, la computadora matará al libro, el video matará al cine, el DVD matará al cine... Fue usada también para dar marco a un célebre congreso sobre el futuro del libro (Nunberg, 1998).

En este horizonte de eventos, consideramos que el libro es hipocondríaco, pues cree estar enfermo. Si estuviera enfermo, habría menos ejemplares en existencia; contrariamente a ello, continuamente aparecen más libros, gracias a la grafomanía universal (verdadera pandemia). Pero analicemos el sintagma “libro hipocondríaco”, comenzando por la condición. Según el *Manual Merck*, “la hipocondría es un trastorno en el cual una persona refiere síntomas físicos y está especialmente preocupada porque cree firmemente que corresponden a una enfermedad grave” (1999). Los síntomas equivaldrían a las creencias de ciertos sectores editoriales, y consisten en que “las preocupaciones de la persona por la gravedad de la enfermedad están basadas a menudo en una incorrecta interpretación de las funciones normales del organismo” (*ibid.*).

En nuestra lengua la definición de libro ha sido más desafortunada.

Según la primera acepción del DRAE (Diccionario de la Real Academia Española), un libro es un “Conjunto de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen”.

Según esta acepción, un cuaderno escolar lleno de palotes y garabatos sería un libro. Pero también lo sería un muestrario de telas. La segunda acepción dice que un libro es una “Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte. *Voy a escribir un libro. La editorial presentará el atlas en forma de libro electrónico*”.

La RAE no detalla cuál es la “extensión suficiente” (en centímetros, páginas o palabras) necesarias para formar “volumen” (cuya definición tendríamos que consultar); a su vez esta obra podría aparecer impresa o “en otro soporte”, con lo cual el diccionario impreso de la RAE quizá fuera un libro.

En España, una nueva concepción de la lectura y del libro fue reflejada en la sanción de la Ley N° 10 de 2007 sobre la lectura, el libro y las bibliotecas. La ley define el libro como “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 soporte susceptible de lectura” (España, 2007), siguiendo a pie juntillas la definición del diccionario de la Academia. El salto del papel a lo digital se logra con dos palabras: “otro soporte”. En la Argentina, la Ley N° 25.446 de Fomento del libro y la lectura (2001) no brinda una definición; simplemente da una enumeración que cubre a “los libros, fascículos e impresos similares, cualquiera sea su género y soporte”. Incluye los “complementos de las ediciones [...] cualquiera sea su soporte, siempre que los mismos constituyan una unidad de venta”. La ausencia de definición permite el ingreso del ídolo del mercado.

Entonces, considerando que no sabemos qué es un libro, ¿podríamos preguntarnos qué es un libro electrónico? De las variadas definiciones existentes, elegimos la de Franganillo (2008): “Material capaz de almacenar y transmitir un cierto conjunto de información (puede ser tangible o intangible)”.

El concepto de intangibilidad podría llevarnos a Hegel (quien sostuvo que quemar los ejemplares de papel no bastaba para eliminar las obras de pensamiento, memez eternos). Recordemos que, aunque los *bytes* no sean “tangibles”, hasta ahora no existen separados de los discos duros, los DVD o los *pendrives*. Los recursos (objetos, libros) electrónicos tienen una realidad física, mal que les pese a los abogados, tan adeptos a hablar sobre la “intangibilidad” del espacio informático.

Hace doce años Spina y Giordanino rescataban los rasgos más significativos del *e-book*: 1) la facilidad para cambiar y actualizar la información contenida, 2) la capacidad para almacenar información, que afecta los tipos y uso y 3) la interactividad. Según ambos autores, “el concepto de libro electrónico nació relacionado específicamente con desarrollos tecnológicos en el ámbito de la informática, dando origen a una nueva forma de edición sin papel. Baker define el libro electrónico como ‘una colección de páginas de información dinámica e interactiva implementadas en una metáfora de libro’” (1998).

En las definiciones estudiadas vemos la presencia constante del libro como una herramienta de información, como fuente autorizada de información. Así, en el imaginario colectivo, hay un correlato entre buscar información y buscar libros.

El libro siempre estuvo ligado a la tecnología, siempre hubo un aprovechamiento de los materiales y una solución ergonómica. Así ocurre desde los libros de barro usados en Sumeria, el papiro en Egipto, el códex en Roma, el pergamino en Europa, el papel y la imprenta después de Gutenberg. La aparición de otras máquinas de reproducción posibilita otros medios de circulación de la información. En las últimas tres décadas del siglo XX sufrimos la famosa “neurosis de la fotocopia”: buscar, comprar y acumular las fotocopias de los textos equivalía a poseer el conocimiento inmerso en la información fotocopiada. “Al salir de la biblioteca con un manojo de fotocopias, uno tiene la certeza de que normalmente nunca podrá leerlas todas, ni siquiera podrá más tarde encontrarlas” (Eco, 1986). De esta neurosis ligada al soporte papel, pasamos al entorno digital y hoy sufrimos la neurosis del PDF: recuperamos y guardamos innumerables archivos PDF, creyendo que nos apropiamos de su contenido intelectual.

La neurosis del PDF nos contagia fobia a los formatos: del ya conocido PDF pasamos por HTML, DOC, DOCx, PPT, RTF, XML y un largo etcétera. La epidemia sigue: debido a que la información crece exponencialmente, sufrimos de *infoxicación*: intoxicación producida por la sobreabundancia de información (Cornella, 1994). Si bien siempre ha habido demasiado para leer, es cierto que en nuestro contexto actual de conexión continua a las redes, “la facilidad de acceso tiende a exacerbar la impresión de sobrecarga, en lugar de aliviarla”, como acertadamente se-

ñala Nunberg (1998). La infoxicación es el fenómeno cuyos orígenes fueron señalados por Simon (1971) cuando afirmó que “una riqueza de información crea una pobreza de atención”, y que fue enunciado por Dogbert como “la información bombardea tu cerebro como una manguera arroja agua en una taza de té” (Adams, 2000).

La producción de libros crece exponencialmente, siguiendo la ley de Price (1973), con una producción mundial anual que supera el millón de títulos. Según datos recopilados por Zaid (1996), el ritmo de crecimiento de los títulos es cinco veces mayor que el de crecimiento poblacional. A este fenómeno se lo denominó, en la década de 1970, la “explosión del libro”. Siempre habrá más libros que no podremos leer, son los demasiados libros que menciona Zaid. El total mundial acumulado se calcula en más de 75 millones de obras. La tabla 1 muestra la evolución del acumulado de títulos a nivel mundial.

LA FORMA DE LOS LIBROS ELECTRÓNICOS

Hay dos acepciones principales cuando se usa el sintagma “libro electrónico”. La primera tiene un correlato directo con la noción “antigua” de libro que considera al libro electrónico como una obra que un editor (autor-lector) dispone en Internet o que puede adquirirse en una librería virtual.

En la Argentina, algunas librerías y editoriales en línea ya ofrecen libros en formatos electrónicos, por ejemplo: *Leer-e*, *CapítuloDos*, *Voces del Sur*, etcétera.

La segunda acepción se refiere a los dispositivos lectores de libros electrónicos, que son aparatos que permiten leer y almacenar libros en versiones digitales que usan la tecnología de tinta electrónica. Entre ellos: *Kindle* de Amazon, *I-Rex*, *Sony Reader*. Aceptan varios formatos, como PDF, HTML, y poseen ranuras para tarjetas de memoria. Las dimensiones varían entre los 17 y 27 cm de alto, 2 cm de espesor y sus pantallas tienen un tamaño de 6 a 10 pulgadas.

Tabla 1. Títulos de libros, nivel mundial (acumulativo)

Año	Títulos
1550	35 000
1650	150 000
1750	700 000
1850	3 300 000
1950	16 000 000
2000	52 000 000
2009	75 000 000

Fuente: Zaid, 1996. Elaboración propia.

LAS NUEVAS FORMAS DE EDICIÓN

Además de las formas de edición electrónica, que ya cuentan con manuales y estilos, debemos considerar los estilos de impresión, entre los que destacamos el POD (*Print on Demand*): “impresión a pedido”. Es un procedimiento de producción a mitad de camino entre el libro electrónico y el libro impreso por el cual puede “editarse” un texto sin necesidad de imprimirlo, al menos hasta que se produzca la venta de ejemplares en concreto.

La impresión a pedido invierte el paradigma editorial tradicional “impriman y distribuyan”, ya que primero se distribuye y luego se imprime.

Entre las principales ventajas del POD figuran: la posibilidad de imprimir tiradas reducidas (un solo ejemplar), el fenómeno de “stock cero” (no hace falta depósito y la distribución es más sencilla), la facilidad de actualización (importante en los libros de texto), simplificación del testeado del producto (permite correcciones). Puede señalarse desde el punto de vista de la producción su alto costo inicial, pero este luego se va reduciendo.

LA COMUNICACIÓN EN LAS REDES SOCIALES

La *Web social* o *Web 2.0* es un concepto creado por Tim O’Reilly para referirse a una segunda generación en la historia de la Web basada en las comunidades de usuarios y en una gama especial de servicios, como las redes sociales, los *blogs*, los *wikis* o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los participantes. La Web 2.0 es un concepto que apunta a una forma de construir sitios y aplicaciones web “que tienen en cuenta a los usuarios no como meros receptores de información sino como creadores de la misma”, donde interactúan con el sistema y entre ellos (Serrano Cobos, 2006). Concepto que se pone de moda desde el año 2000 en adelante, y se usa en contraposición a la “Web 1”, que hace referencia a las páginas HTML estáticas, distintas de las de la Web 2.0, cuyos sitios funcionan más como punto de encuentro, a diferencia de los websites tradicionales creados entre 1989 y 1999.

A partir del desarrollo de la Web 2.0, las formas de comunicación cambiaron de manera radical. En este contexto fluctuante, las empresas se suman con nuevas estrategias de marketing más eficaces y menos costosas (Calcagno Quijano, 2009). El mundo editorial incursiona en la Web 2.0 con *Facebook*, *Youtube* y los *blogs*.

DEL BLOG AL LIBRO “DE PAPEL”

El origen del término *blog* procede de los cuadernos de viaje usados en los barcos y que el capitán guardaba en la bitácora. *Blog* surge de la suma de *web* y *log* (*weblog* = *blog*). Por lo general los *blogs* acumulan entradas en forma cronológica, dejando visible siempre la más reciente; las anotaciones (“posteos”) más antiguas quedan archivadas por mes y año. Actualmente cumplen un papel retroa-

limentador de la industria editorial, ya que a partir de un *blog* puede generarse un libro (de papel). Entre numerosos ejemplos podemos citar: *Más respeto que soy tu madre*, de Hernán Casciari y *El cuaderno*, de José Saramago. Junto a los *blogs* debemos considerar los *websites de lectores*, creados y mantenidos por los lectores, que son puntos estratégicos de marketing para las empresas. Como caso representativo mencionamos “El rincón romántico” (<http://www.elrinconromantico.com/>), dedicado a la novela romántica. Incluye noticias, novedades, reseñas críticas, rankings como “Las 100 mejores novelas románticas”, preparado a partir de los votos de las lectoras participantes.

Un lugar destacado en este análisis corresponde a los *websites* de autores, por caso el de José A. Millán dedicado a su obra *El candidato melancólico* (<http://jamillan.com/candidato/indexnw.htm>), que contiene dos secciones principales: una con acceso al índice, la introducción y un capítulo de muestra; otra con un concurso de etimologías y *blog* sobre etimologías con comentarios de los lectores. Millán pidió a la editorial que los gastos de promoción se invirtieran en el desarrollo de una página web que él mismo moderaría y que estaría dedicada al mundo de las etimologías. Mediante juegos, concursos y curiosidades, este website sigue activo y cuenta con miles de seguidores que participan activamente sumando contenidos.

GOOGLE LIBROS, LIBRERÍA Y BIBLIOTECA EN LÍNEA 24/7

La iniciativa *Google Libros* es una de las más innovadoras y polémicas de Internet. Según Sergey Brin, cofundador y presidente de Tecnología de Google, “el objetivo de Google consiste en organizar información proveniente de todo el mundo y hacerla accesible y útil de forma universal. Hoy, junto con autores, editores y bibliotecas, hemos dado un gran salto adelante en el cumplimiento de esta misión” (Google, 2009).

La búsqueda de libros de Google funciona igual que una búsqueda en la *web*. Cuando se hace una búsqueda en Google, los términos son buscados en su base de datos índice de los libros. Los resultados pertinentes se incluyen en el listado, y al clicar en alguno se accede a las páginas relevantes del libro. Se puede consultar información del libro (hojearlo), así como enlaces para comprarlo, consultarlo o pedirlo en préstamo.

Hay tres tipos de acceso al contenido de los libros: 1) libros publicados y protegidos por derechos de autor. Son aquellos que los editores aún venden de forma activa, que se ven en la mayoría de las librerías. En este acceso se permite, por acuerdo con los editores: “vista previa” y “compra”; 2) libros descatalogados protegidos por derechos de autor. Estos libros no se publican ni se comercializan de forma activa, la única forma de encontrarlos es buscarlos

en bibliotecas o librerías de segunda mano. Con este acceso Google propone previsualización y compra; 3) libros no protegidos por derechos de autor. Este acuerdo no afecta la forma de mostrar los libros; Google permitirá que los usuarios lean, descarguen e impriman estos libros.

Con esta poderosa herramienta de Google, en septiembre de 2009 se puede buscar en el texto completo de unos siete millones de libros. El proyecto está pasando por un período de prueba, en particular debido a su innovadora tecnología de escaneo de textos.

El corazón de este proyecto de Google se basa en un recurso del pasado, formado por todos los libros publicados. El enemigo presente es la *Open Book Alliance*, formada por Microsoft, Yahoo! y Amazon.com (sus principales competidores). El objetivo futuro es vender libros digitales. En palabras de Brin, “si bien este acuerdo nos beneficia a todos, los principales beneficiarios son los lectores, que tendrán al alcance de la mano la tremenda cantidad de información que se encuentra en los libros de todo el mundo”.

AMAZON: REGISTROS DE LIBROS ENRIQUECIDOS

Las innovaciones que introdujo Amazon como librería en línea son tantas que podría dedicarse un libro de comercialización entero a su análisis (por supuesto ya existen varios). La primera innovación fue incluir los comentarios de los lectores. Posteriormente agregaron varias funcionalidades que convierten a sus registros en descripciones bibliográficas más informativas que las de los propios editores y de las bibliotecas.

La tabla 2 esquematiza las principales herramientas informativas de Amazon.

Cada una de estas herramientas posee submenús con otros abanicos de posibilidades de información. Por ejemplo, la herramienta “Dentro de este libro” (*Inside this book™*) nos informa sobre las oraciones más importantes, brindán-

Tabla 2. Herramientas informativas de Amazon

-
- Imagen y descripción general del ítem
 - Look inside! (hojear el libro)
 - Comprado frecuentemente con...
 - Los clientes que compraron este título también compraron...
 - Reseñas del editor
 - Detalles del producto (datos bibliográficos)
 - Sobre el autor
 - Dentro de este libro (frases, estadísticas, páginas, búsquedas)
 - Citas (libros que cita y libros que lo citan)
 - Libros sobre temáticas similares
 - Productos asociados al tema
 - Etiquetas de usuarios relacionadas con el tema
 - Reseñas de los usuarios/consumidores
 - Discusiones de los usuarios
 - Buscar ítems similares por categoría (encabezamientos de materia)
 - Buscar ítems similares por tema (descriptores)
-

Fuente: Amazon (2009), elaboración propia.

donos acceso a una lista de títulos sobre temas similares, una concordancia (con la “nube” de palabras), estadísticas del texto, acceso a páginas seleccionadas y un buscador. Esta herramienta contiene las siguientes funcionalidades:

1. *Primera oración*: la primera frase del libro junto a un enlace para leer la primera página.
2. *Frases principales*: las frases principales se construyen a partir de las frases destacadas y a partir de las frases estadísticamente improbables.
3. *Páginas de muestra*: cuando pasa el puntero sobre la imagen de la tapa aparecen enlaces a distintas partes del libro, como la tapa y contratapa, el índice, la tabla de contenido y fragmentos
4. *Citas*: si un libro cita a otros libros, se ofrece una lista; si es citado por otros libros, se exhibe un listado junto a enlaces al libro donde aparece la cita.
5. *Libros sobre temas relacionados*: esta funcionalidad usa “oraciones clave” para identificar libros que traten acerca de la misma temática o usen frases similares.
6. *Estadísticas del texto*: una colección de datos sobre el texto de un libro, como la cantidad de palabras y párrafos, y el tipo de legibilidad. Incluye datos interesantes para editores, como la cantidad de caracteres con espacios; y otros divertidos, como la cantidad de palabras por dólar; o la famosa “nube de palabras” (forma visual de la concordancia, que permite apreciar fácilmente la frecuencia de las palabras).

Señalemos también que en Amazon muchos títulos se presentan en distintos formatos: rústica, tapa dura, de lujo, Kindle Book, en audio en CD o en archivo para descargar.

LAS TENDENCIAS EN EDICIÓN DE LIBROS ELECTRÓNICOS

En España, entre los datos más significativos encontramos que durante el año 2008, el total de la producción española editorial aumentó un 7.7% con respecto al año anterior: 95 508 libros editados, frente a 88 679 de 2007 (véase Tabla 3); mientras que en la edición en otros soportes, la edición electrónica ha tenido un aumento del 5.2% respecto al año anterior.

Según la misma fuente, en 2009 la producción en otros soportes alcanzó los 13 250 títulos, como se ve en la tabla 4. En el año 2009, la edición española en otros soportes (Fig. 1) muestra un salto cuantitativo notable, con un incremento del 52% (13 250 soportes en 2009 frente a 8 715 en 2008). En tanto que la denominada “edición electrónica” ha tenido un aumento del 48% con respecto al año 2008. Es significativo el aumento de la edición electrónica en el sector editorial español.

EL LIBRO ELECTRÓNICO EN LA ARGENTINA (ALGUNAS CIFRAS)

En la Argentina en el año 2008 la producción total del sec-

tor editorial fue de 20 038 títulos, con más de 82 millones de ejemplares. El 96% de la producción se imprime en papel y el 4% restante, con soporte distinto del papel. En algunos casos eufemísticamente, ya que se incluyen en este apartado las ediciones en Braille, que son en soporte papel. De acuerdo con los datos ofrecidos por la Cámara Argentina del Libro, el 4% de la producción en otros soportes está formado por unos 800 títulos, del cual la mayoría son libros en soporte digital. Estas cifras se mantienen estables en los

últimos diez años, con el CD-ROM como soporte preva-
leciente. En cambio los libros que podríamos mencionar como “propiamente electrónicos”, clasificados como “E-book” e “Internet” superan apenas los 200 títulos (Tabla 5). El análisis de los distintos soportes muestra algunas incon-
sistencias en el registro de la producción, según las cate-
gorías presentadas. Las categorías confunden el formato con el soporte: la categoría “video” es imprecisa, pues ese formato puede publicarse en distintos soportes (VHS, CD-

Tabla 3. España, datos globales de la edición. Evolución 2004-2009

Concepto	ISBN inscriptos					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Producción de libros en soporte papel	77 367	78 986	82 940	88 679	95 508	96 955
Producción de libros en otros soportes	4840	5349	4500	8091	8715	13 250
Total:	82 207	84 335	87 440	96 770	104 223	110 205

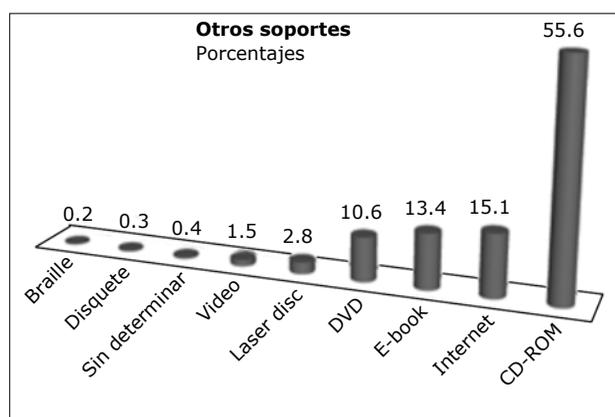
Fuente: España. Ministerio de Cultura. Subdirección General de Promoción del Libro, la Lectura y las Letras Españolas.
En línea: <http://www.mcu.es/libro/MC/PEE/estadisticas/globalesEvo.html>
Consultado 19/3/2010.

Tabla 4. España, edición en otros soportes. Evolución 2004-2009

Soporte	ISBN inscriptos					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Edición electrónica	4478	5178	4318	8029	8447	12 514
Microformas	10	25	11	0	0	0
Videolibro	169	55	8	4	2	546
Audiolibro	181	91	163	58	266	189
Diapositivas	2	0	0	0	0	1
Total:	4840	5349	4500	8091	8715	13 250

Fuente: España, Ministerio de Cultura. Panorámica de la Edición en España
<http://www.mcu.es/libro/MC/PEE/estadisticas/soportesEvo.html>
Consultado 10/9/2009 y 19/3/2010

Figura 1. Argentina, 2008. Edición en “otros” soportes.



Fuente: Cámara Argentina del Libro, 2009
<http://www.editores.org.ar/estadisticas.html>
Consultado 10/9/2009

Tabla 5. Edición en otros soportes en la Argentina, 2008

Soporte	Unidades	%
CD-ROM	445	55.6
Internet	121	15.1
E-book	107	13.4
DVD	85	10.6
Laser Disc	22	2.8
Video	12	1.5
Sin determinar	3	0.4
Disquete	2	0.3
Braille	2	0.2
TOTAL	799	99.9

Fuente: Elaboración propia basada en datos de la Cámara Argentina del Libro, 2009.

ROM, DVD). Entre los soportes aparecen los Laser Discs, discos ópticos analógicos de 30 cm de diámetro, que fueron los antecesores tecnológicos del CD-ROM y el DVD. Los Laser Discs están fuera del mercado; sin embargo, aparece en esta categoría un 2.8% del subsector "Otros soportes". Es altamente improbable que se hayan publicado 22 obras en Laser Disc.

Otra confusión entre formato y soporte es "E-book": ¿es un TXT, un XML, un PDF o un RTF? ¿Se tratará de un formato propietario, legible solamente en ciertos dispositivos, como Kindle? ¿O será un audiolibro?

La "categoría" Internet empeora las cosas, porque podría entenderse que un website tenga ISBN. O que alguno de los libros registrados como "E-book", por ejemplo, un PDF, entre también en esta categoría.

La observación no es un dato menor, ya que sumando las dos categorías mal diferenciadas se trata del 28% de la producción anual en "otros soportes".

Recordemos que un libro es un libro independientemente del formato en que se edite (rústica, tapa dura, PDF).

Debemos señalar que tanto en España como en la Argentina no se registran los datos relativos a los títulos para POD: en los formularios de registro de nuevos títulos en las agencias del ISBN no hay un campo para señalar esa modalidad. Según Sánchez Paso, "seguramente no lo haya porque su aspecto final no difiere en nada de los libros tradicionales, por lo que es fácil suponer que este tipo de

libros se encuentran en ese limbo en el que la concepción del mismo se aprovecha de los nuevos procedimientos de edición, pero se vuelca sobre formatos tradicionales porque, al fin y al cabo, se imprime, y la estadística del ISBN ya no se entretiene en distinguir los libros que están impresos en serigrafía, offset o impresión digital" (2004).

CONCLUSIÓN: MÁS Y MÁS LIBROS DE PAPEL, Y MÁS LIBROS ELECTRÓNICOS

Hay distintas formas del libro, pero el formato electrónico es el que provoca hipocondría en algunos sectores de la producción editorial. Si el libro estuviera realmente enfermo, habría menos libros. Sin embargo, la producción mundial de libros crece exponencialmente, en todos los formatos. Aunque en la Argentina la edición electrónica aumente su producción en los próximos años, será difícil seguir su evolución mientras exista una tipificación inadecuada al momento de registrar el ISBN. Según los datos analizados, los editores están produciendo cada vez más títulos digitales, y estos nuevos formatos deben ser registrados con estadísticas claras que permitan un relevamiento completo de la producción. Hace tiempo que el libro nace automatizado, su versión en papel seguirá prevaleciendo y sobreviviendo varias décadas más, en las que también irá aumentando la producción de títulos digitales, siguiendo la ley del crecimiento exponencial de la información.

BIBLIOGRAFÍA

-Adams S. Dilbert, fugitivo de la policía cubicular. Barcelona: Granica; 2000.
 -Calcagno Quijano JI. Nuevas formas de edición y comunicación: un panorama". Apunte de cátedra, Registro y organización de materiales editoriales. Universidad de Buenos Aires; Facultad de Filosofía y Letras; 23 abril 2009.
 -Cornella A. Los recursos de información. Madrid: McGraw-Hill; 1994.
 -Diccionario de la Real Academia Española. Disponible en: <http://www.rae.es>.
 -Eco U. De biblioteca. Revista de la Universidad Nacional (Colombia). 1986;1(6):5-11.
 -Eco U. Epílogo. En: Nunberg G, comp. El futuro del libro. Barcelona: Paidós; 1998.
 -Merck: el manual Merck de diagnóstico y tratamiento. 10ª ed. Madrid, Harcourt; 1999. Archivo electrónico (archivo HTML compilado). -España (2007). Ley 10/2007 de 22 de junio, de

la lectura, del libro y de las bibliotecas. Boletín Oficial de España, n. 150 (23 junio 2007), p. 27140-50.
 -Franganillo J. La industria editorial frente al libro electrónico. El profesional de la información. 2008;17(4):416-7.
 -Google. Acuerdo de la búsqueda de libros de Google [Internet]. 2009. [Citado: 09/09/2009]. Disponible en: <http://books.google.com/intl/es/googlebooks/agreement/>
 -Nunberg G. Adiós a la era de la información. En: Nunberg G, comp. El futuro del libro. Barcelona: Paidós; 1998.
 -Price DJ. Hacia una ciencia. Barcelona: Ariel; 1973
 -Sánchez Paso JA. La impresión bajo demanda [Internet]. XX Encuentro sobre la Edición, Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP), 7-9 julio 2004. [Citado: 09/02/2010].

Disponible en: <http://jamillan.com/spaso.htm>.
 -Serrano Cobos J. Pasado, presente y futuro de la Web 2.0 en servicios de información digital [Internet]. BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació. 2006;(17). [Citado: 09/02/2010]. Disponible en: <http://www2.ub.edu/bid/>.
 -Simon HA. Designing organizations for an information-rich world. En: Greenberger M. Computers, communication, and the public interest. Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press; 1971. p. 40-1.
 -Spina D, Giordanino E. El libro: desde el papiro hasta el byte. Guía de la 24ª Feria del Libro. Buenos Aires: Fundación El Libro, abril 1998, p. 89-92.
 -Zaid G. Los demasiados libros. Barcelona: Anagrama; 1996.