

“El libro digital en su laberinto: Evolución y revolución, nuevas propuestas, nuevos conceptos”

Julio Alonso Arévalo; José A. Cordón García.

Grupo E-LECTRA: edición, lectura electrónica, transferencia y recuperación automatizada de la información

“La impresión que producía un texto, aun siendo el mismo, al verlo en la pantalla del ordenador o impreso en folios era ligeramente diferente. El tacto de las palabras también cambiaba dependiendo de si estaban escritas con lápiz en papel o de si habían sido tecleadas en el ordenador. Era necesario inspeccionarlo desde las dos ópticas. Encendió el aparato e introdujo en la pantalla cada corrección realizada a lápiz en la copia impresa. Luego, volvió a leer el texto en la pantalla. «No está mal», pensó Tengo. Cada frase tenía el peso apropiado y, de ello, surgía un ritmo natural.”

Haruki Murakami “1q84”

Resumen

La popularización del libro electrónico supone la siguiente etapa de la revolución digital, de la que en un principio formaron parte las obras de referencia y posteriormente las revistas científicas; el libro se incorpora a la misma con un paso lento, pero incuestionable y decidido, como lo corroboran todos los indicadores. Este proceso está teniendo unas consecuencias importantes en todos los niveles tanto económicos, como empresariales y jurídicos, hasta el punto de estar cambiando algunos de los conceptos básicos que habían prevalecido durante más de 500 años con la llegada de la imprenta; tales como el concepto de autor que se ve modificado ante la llegada de nuevas propuestas editoriales basadas en la autoedición, y que están obteniendo una respuesta entusiasta por parte del público, con más de una docena de autores *indie* que están vendiendo cientos de miles de ejemplares mensuales sin estar avalados por un grupo editorial. De igual manera está acaeciendo con el concepto de editor; que tradicionalmente se ha visto circunscrito a una lengua y a un territorio, y que con la llegada del libro electrónico se ve abocado a la globalización, desapareciendo las coordenadas territoriales en las que hasta ahora venía operando. Es el caso de las grandes empresas multinacionales como Amazon o Apple que ya han desembarcado en Europa, y que en poco tiempo lo harán en el resto del mundo. En este contexto cabría preguntarse si la llegada del libro electrónico sólo forma parte de un mero trasunto de lo analógico a lo digital o realmente está teniendo

unas consecuencias relevantes en la forma de editar, de consumir, y en los propios hábitos de lectura.

Palabras clave: Libro electrónico, Edición electrónica, Comercio editorial, Industria editorial

Abstract

The popularization of e-book is the next stage of the digital revolution, which originally formed part of the reference books and scientific journals later, the book joins it with a slow, but definite and decisive, as corroborated by all indicators. This process is having a significant impact on all levels both economic and legal business to the point to be changing some of the basics that had prevailed for over 500 years with the advent of printing, such as the concept of author is modified by the arrival of new proposals based publishing desktop publishing, and they are getting an enthusiastic response from the public, with more than a dozen indie authors are selling hundreds of thousands of copies a month without being supported by an editorial group. Is similarly happened with the concept of editor, that has traditionally been limited to one language and one territory, and that with the advent of the electronic book is led to globalization, disappearing territorial coordinates which have so far been operating . Is the case of large multinational companies such as Amazon and Apple have already landed in Europe, and that soon they will in the world. In this context one might ask whether the advent of e-book is only part of a mere transcript from analog to digital or really is having a significant impact on the way to edit, to consume, and their own reading habits.

Keywords: Electronic book, Electronic Publishing, Commerce publishing, Publishing industry

A lo largo de 500 años de historia el libro impreso ha sido -y seguirá siendo -un soporte ideal para la lectura, que incluso ha sobrevivido a más de treinta años de revolución microinformática. Lejos de disputas bizantinas, que a veces intentan analizar el fenómeno con la ortodoxia propia de la exclusión, es posible afirmar que la llegada del libro electrónico no viene a reemplazar al libro impreso, si no que llega para complementar una nueva experiencia de lectura que se suma a otras experiencias anteriores. Al igual que tampoco se puede decir que el libro electrónico sea un fenómeno nuevo, hace unos pocos días recibimos la noticia de la desaparición de Michael Hart, considerado el padre del libro electrónico, creador del proyecto Gutenberg en la década de los años 70 del pasado siglo¹.

Según IDPF², la entidad con mayor autoridad a nivel internacional en el ámbito de la edición electrónica, prácticamente el 93 % de toda la información producida lo es en formato digital. Incluso los procesos de edición están completamente automatizados, con lo cual el fenómeno ha adquirido un nivel tal de madurez, que está transformado las aguas tranquilas del mundo editorial en el que todos los actores concurrentes están recomponiendo su posicionamiento buscando la ocupación de nichos seguros y dominantes. Sus más evidentes formas se muestran a través de movimientos de compras y absorciones, con la entrada en juego de empresas multinacionales de gran calado que están apostando firmemente por el libro electrónico.

Curiosamente, muchas de ellas, las más destacadas, revisten una procedencia ajena al mundo de la edición, como es el caso de operadores de Internet (Google), empresas tecnológicas (Apple o Sony), y librerías (Amazon y Barnes & Noble)

Tampoco supone una novedad la existencia de dispositivos lectores, ya que los primeros aparecieron en los primeros años noventa, si bien sus capacidades, ergonomía y funcionalidades distaban mucho de las de los modelos actuales. La llegada de desarrollos tecnológicos como la tinta electrónica, confirieron a la lectura un nivel de usabilidad y comodidad similar al de la lectura sobre papel. Por otra parte el desarrollo de nuevas funcionalidades asociadas a estos, tales como las posibilidades de buscabilidad, la capacidad de interactuar con el texto, junto al desarrollo de colecciones de recursos electrónicos y una mayor madurez de los usuarios con hábitos consolidados en el manejo de herramientas tecnológicas y familiarizados con la lectura sobre pantallas han proporcionaron un desarrollo que representó un salto tanto cualitativo como cuantitativo en el sector de la edición electrónica. Todo esto, unido a un importante empuje mediático, así como a la capacidad de las grandes empresas multinacionales implicadas en el sector para crear nuevas necesidades, están haciendo que el libro electrónico, en su sentido más amplio, sea el factor desencadenante de importantes transformaciones en todos los ámbitos relacionados con el libro y la lectura. Todos los datos ratifican en alguna manera este fenómeno. Como primer indicio tomamos el incremento de las investigaciones dedicadas al fenómeno del libro electrónico en los últimos años a partir de las publicaciones recogidas en la base de datos Web of Knowledge, Scopus y Lisa (Gráfico 1) donde se puede apreciar que tras un repunte en

¹ Curiosamente, pocos días después falleció Steve Jobs el revolucionario creador de Apple y de uno de sus productos más exitosos el Ipad

² International Digital Publishing Forum <http://idpf.org/>

los primeros años del siglo XXI coincidiendo con la generalización de otros recursos electrónicos como las revistas. Es a partir de 2006, fecha de aparición en el mercado de los

primeros lectores basados en tinta electrónica, cuando se concede un interés creciente y sostenido a analizar el fenómeno del libro electrónico.

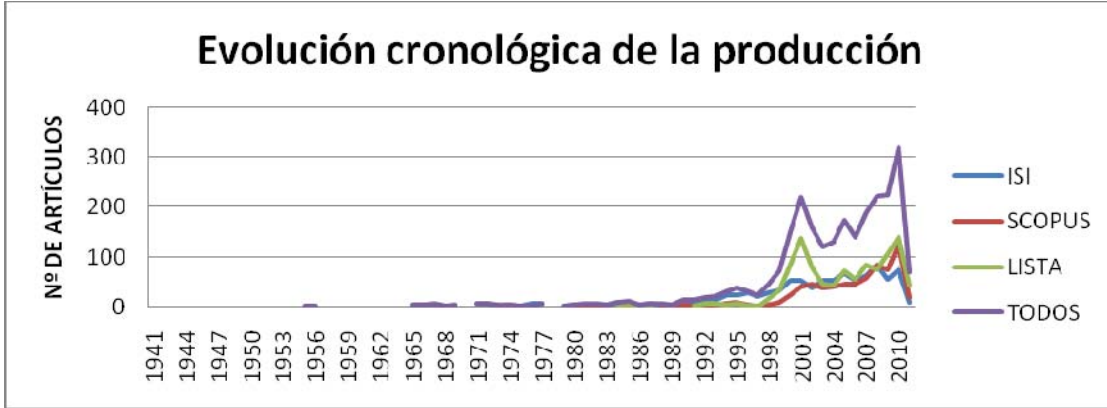
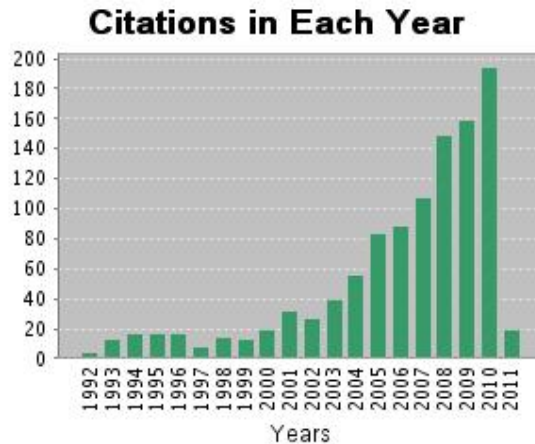


Gráfico 1. Evolución de la producción editorial de los libros electrónicos

Más significativo es aún el Gráfico 2 donde recogemos las citas recibidas por estos artículos en WoK, apreciándose un claro incremento en el

interés de los investigadores en el fenómeno en ambos parámetros en los últimos años (Cordón, Gómez, Alonso, 2011).



The latest 20 years are displayed.
[View a graph with all years.](#)

Gráfico 2. Citas recibidas por los artículos en WoK (Journal Citation Report)

Las cifras aportadas por las diferentes asociaciones profesionales de editores estiman que actualmente el 20% de los libros que se venden en Estados Unidos son libros en formato digital, cuando en 2010 la cifra era del 9 % y en 2009 un 3%. Cifra que sigue un devenir similar en Reino Unido, donde actualmente representan un 12% de las ventas, ya que este mercado se ve favorecido por el expansivo mercado norteamericano. En el resto de países europeos estas cifras son inferiores, aunque para los próximos años es previsible que contemplemos el mismo desarrollo con un mayor empuje del formato digital sobre el impreso (YUDU, 2011). Datos que también ratifica la encuesta de la consultora Aptara "3rd Annual

eBook Survey of Publishers: Uncovering ebooks' real impact 2009 - 2011." (Aptara, 2011), que proporciona información sobre los modelos de producción y modelos de negocio de los libros electrónicos. La encuesta se realizó sobre más de 1.300 editores de libros, tanto en el ámbito de los mercados de consumo como en el del libro profesional, de educación y corporativo. El informe recoge las tendencias, estrategias y mejores prácticas con libros electrónicos. Según éste, el mercado sigue dominando por EE.UU con un 70% de comercialización de todos libros electrónicos vendidos en el mundo, seguido de Europa y Reino Unido ambas con un 8%, y el resto del mundo se reparte el 14%.

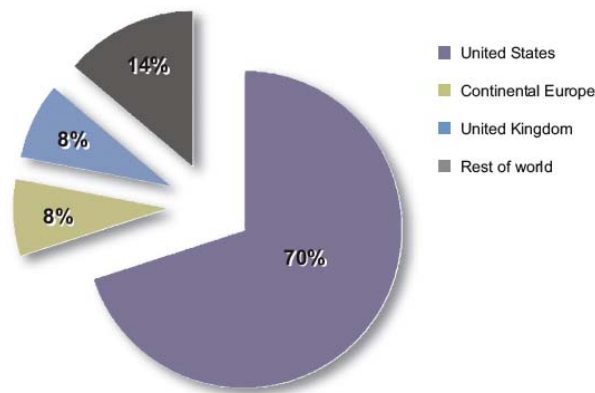


Gráfico 3. Aptara. Mercado del libro electrónico por países

Otro de los datos incuestionables son las cifras de ventas de dispositivos lectores. La mayor tasa del mercado corresponde al iPad de Apple con un 40% de cuota, que contabiliza 17 millones de unidades distribuidas en tan solo 9 meses en 2010, le sigue Kindle con un 28%, Nook con un 6% y Sony con un 1%. El resto corresponde a

otros dispositivos. Pero las previsiones de ventas futuras son muy superiores para los próximos años, como apreciamos en el Gráfico 3 (icrossing.com, 2010) que compara las ventas para los próximos años entre lectores de libros electrónicos y tabletas, y en concreto del iPad -con porcentaje del 80% sobre el resto- con un claro dominio de estas últimas

sobre los primeros. Se estima que estos igualarán la cifra actual de

tabletas vendidas de aquí a 2 años.

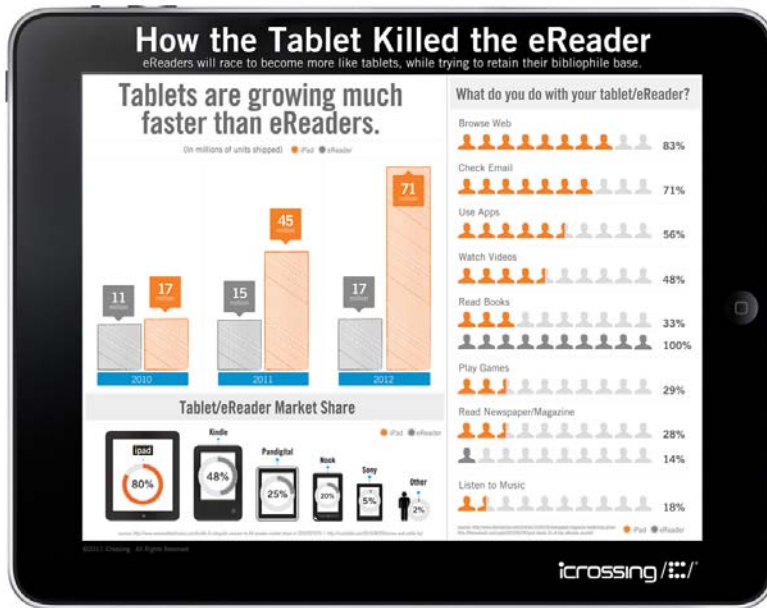


Gráfico 4. Evolución de la previsión de ventas de dispositivos lectores

Por lo tanto, el aumento en el mercado del libro electrónico después de años de un crecimiento lento y sostenido está sobrepasando todas las expectativas; así lo indican casi todos los datos que apuntan hacia un crecimiento exponencial del mismo abocándonos a un futuro eminentemente digital

Este proceso de popularización de la lectura digital se inicia con la llegada de dispositivos dedicados de manera exclusiva a la lectura en pantalla, cuyo punto de inflexión viene marcado por la aparición del Sony PRS en 2006. Es el primer dispositivo con pantalla no emisiva o no retroiluminada, basado en una innovación tecnológica denominada tinta electrónica, que marca el inicio de la popularización de la lectura digital. Pero si cabe hablar de revolución, ésta se está gestando con la llegada de las tabletas digitales, dispositivos multitarea más evolucionados tecnológicamente que están condicionando nuevos usos y costumbres en los procesos de producción, comercialización y

utilización del libro, abarcando géneros y formatos que nunca se pensó que pudieran ser atractivos para impulsar a lectores y editores hacia el modelo digital.

Un aspecto clave del formato digital está en la disociación entre continente y contenido, que en el caso del libro impreso conlleva una interacción indisoluble entre uno y otro que supedita su integridad. En el ámbito del libro digital esta disociación entre el átomo y el bit posibilita diferentes aspectos fundamentales, como son la posibilidad leer en diferentes dispositivos, con distintos formatos de manera asíncrona e interactiva, la flexibilización de las condiciones de acceso, de los modelos de comercialización, la facilidad de copia digital, y por tanto la condiciones de propiedad del libro. La integración en la misma plataforma de materiales multimedia que complementen o enriquezcan los contenidos, la autoría; así como las condiciones de lectura y uso.

Otra de las características fundamentales de los libros electrónicos es que se abandona la noción de lectura lineal en beneficio de un concepto de lectura dinámica y participativa (*Social reading*),

cambiando las maneras de leer y aprender. A partir de aquí vamos a hacer un análisis de algunos de los factores clave: autores, empresas, derechos y usos.

1. El autor en el contexto digital: sistemas de autoedición y desintermediación

El libro electrónico está cambiando el hecho de ser autor, y está estimulando la autopublicación. En el modelo tradicional son las compañías editoriales quienes dominan las ventas y la publicación de títulos, y asumían la responsabilidad de cuales son los autores que pueden ser publicados o no. Esta dinámica se ha visto modificada en gran medida por las posibilidades que brinda el contexto digital, con un creciente número de escritores que presentan sus trabajos a las diferentes plataformas sin existir una mediación editorial. Ello es posible gracias a que en el modelo digital se minimizan los riesgos que asume el editor al publicar una obra, ya que la edición no conlleva una tirada de un mínimo de ejemplares que necesita vender para cubrir los gastos de la inversión inicial. Recordemos que en el mundo de la edición los libros impresos y no vendidos rondan el 30% en la edición literaria y el 60% en la edición científica (Larrañaga, 2010). Además se trata de un mercado de escala global basado más en la comercialización de muchos productos nicho que en la de grandes ventas de pocos productos (Chris Anderson, 2009).

Otra de las principales ventajas del modelo para la autopublicación son los altos márgenes de beneficio que percibe el autor en comparación con los escritores que lo hacen a través de casas editoriales. En la mayoría de los casos, los autores de libros impresos cobran unos honorarios de un 6 a un 10 por ciento del precio de cada unidad vendida, mientras que en los sistemas de autopublicación pueden recibir márgenes de hasta un 70 por ciento.

Ya en 2001, el maestro de las novelas de misterio Stephen King, fue el primer autor de cierto renombre que comercializó un libro a través de Internet, "*Riding the Bullet*", con más de 400.000 ejemplares vendidos en menos de veinticuatro horas, prescindiendo del triunvirato hasta entonces intocable *autor-editor-lector*, y demostrando que la red hacía posible nuevas formas de desintermediación entre autores y editoriales. Ahora en 2011 nos vuelve a sorprender con otra curiosa propuesta, ya que regala su nuevo libro en *Twitter*. Para aquellos lectores cuyo *Twitter* carezca de la suficiente influencia como para lograrlo gratis el precio de venta de este *e-book* es de 2.99 dólares. Este hecho no se circunscribe únicamente al peculiar mercado norteamericano, también algún autor español de renombre ha participado en experiencias similares. Es el caso de Lorenzo Silva, quien recibió un correo de un lector anónimo al que le había agradado tanto su última novela que se había descargado de una página pirata, que le pedía que le diera un número de cuenta donde ingresarle 4 euros. La misiva le sugirió a este autor pensar en la posibilidad de vender sus novelas directamente en la red a una media de 4 euros³.

Kindle Direct Publishing (KDP)⁴ es un servicio gratuito de autopublicación que Amazon ofrece a los autores y editoriales, dándoles la

³ Leqtor.com especial Lorenzo Silva <http://www.leqtor.com/es/libros/categoria/especial-lorenzo-silva>

⁴ Kindle Direct Publishing <https://kdp.amazon.com/self-publishing/signin>

posibilidad de publicar sus libros y venderlos en la tienda Kindle Store. El precio del libro lo fija el autor o editor, se puede especificar en dólares y en libras esterlinas, ofreciendo un 70% de de ganancia a los autores y editoriales, quedándose la plataforma un 30% de la venta. Ya hay varios autores “indie” que están vendiendo miles de libros electrónicos al mes sin tener una versión impresa como Amanda Hocking, John Locke, Blue Jeans, o Tina Folsom.

También es el caso de Amanda Hocking, una chica de 26 años que a pesar de sus intentos de editar sus novelas por la vía convencional, no había logrado su propósito como escritora, y que a través del servicio de autoedición de *Amazon* ha conseguido publicar nueve libros de éxito en *Kindle Store*, que además están disponibles en otras plataformas como *Barnes & Noble*, *iBookStore* de Apple y *Smashwords*. Las cifras son contundentes. En tan solo unos meses ha logrado vender más de 900 mil copias de su éxito “*Ascend*”. Las novelas de esta autora se pueden encontrar por \$0,99, el resto de libros están a la venta por \$2,99, y versiones en papel a \$8,99 y \$9,99. No está nada mal para una escritora que nunca había sido publicada y era una completa desconocida. Incluso su trilogía se ha seleccionado para hacer una posible película.

Un caso similar es el del libro “*Canciones para Paula*”, una novela romántica para adolescentes, escrita día a día en la red y posteriormente editada por *Everest*, que previamente a su edición impresa obtuvo una gran acogida entre el público adolescente a través de Internet, con más de 30.000 seguidores después de un año apareciendo en diferentes canales de la red. Se trata de un excelente ejemplo de la desintermediación de las redes de información como mecanismos de recomendación entre los usuarios (Cordón, Alonso, 2011).

Otras propuestas similares de autoedición son:

- *Smashwords* <<http://www.smashwords.com/>>, una comunidad de autopublicación online fundada por Mark Coker en la que los autores y los editores pueden publicar libros digitales, establecen los precios de venta para sus títulos, y reciben entre el 60% y 85% del precio de venta final. La media de precio por libro es de 5 dólares, con lo cual los autores reciben como mínimo 3 dólares por unidad vendida. Además es una plataforma de distribución de libros electrónicos en diferentes formatos libres de DRM, lo que conlleva una ventaja competitiva, y es que sus libros son distribuidos por las más grandes plataformas del mundo como Apple iBookstore, Barnes & Noble, Sony Reader Store, Kobo y Diesel eBooks Store.
- *Literatura Nova*, <<http://literaturanova.com/>> es una red social de autoedición de textos literarios en castellano. Se trata de un portal en el que, el usuario registrado, puede subir sus creaciones literarias, sean del tipo que sean, así como leer, descargar, comentar y votar los textos del resto de los miembros, con los que además puede establecer un vínculo de seguidor o de seguido; y cualquiera persona visitante, puede leer, descargar y votar los textos que han subido los inscritos sin necesidad de estar registrado. *Literatura Nova* es un lugar de encuentro para escritores noveles que tratan de publicar sus textos y de ser leídos, y es también un lugar para lectores que quieran descubrir la literatura que existe más allá de las publicaciones tradicionales.

- *Traficantes de Sueños* <http://www.traficantes.net/> es un proyecto alternativo de autoedición de libros electrónicos. Los textos de la editorial se publican con licencia Creative Commons y con copyleft.
- *BuBok* <<http://www.bubok.com/>> La idea de Bubok es que el autor se autoedite sus libros y obtenga el 80 por ciento del beneficio de la venta. Para llegar a esto no utilizan la magia, sino que publican bajo demanda. El portal Bubok permite publicar libros de forma gratuita. Si se desea recibir una copia impresa o permitir que el contenido se difunda, la cantidad a pagar será siempre muy inferior a lo que costaría a través de una imprenta o editorial convencional.
- *SoopBook* <<http://soopbook.com/>> es una herramienta social y colaborativa que permite leer y escribir libros sociales con cualquier otra persona del mundo. Un libro social (Social Open Book) es un libro creado por diversos usuarios de forma colaborativa que tras unir sus conocimientos e ideas consiguen ultimar la mejor versión posible del libro gracias a las opiniones de los usuarios del sistema.
- *Lulú* <<http://www.lulu.com>> En Lulu es gratuito publicar, y los autores pueden crear cualquier cosa desde libros de tapa dura, libros electrónicos, álbumes de fotos o calendarios. Los autores mantienen todos sus derechos sobre sus trabajos y se quedan con el 80 por ciento de los beneficios cuando venden sus obras. Lulu trabaja con una red de imprentas globales y ofrece distribución en todo el mundo para que así los autores puedan llegar a lectores en cualquier parte incluyendo Amazon.com y la iBookstore de Apple. Si los autores necesitan alguna ayuda con el diseño de la portada, edición, maquetación marketing o el proceso de publicación en general - el equipo de servicios puede ofrecer asistencia profesional a través de servicios a la carta.

2. La función editorial y la comercialización del libro

Todo hace previsible que en el nuevo entorno digital la función editorial se oriente más hacia las tareas de proveedor de contenidos a través de diferentes plataformas, formatos y medios que a las tareas tradicionales de impresión, logística y distribución; por lo que los editores tendrán que redefinir sus estrategias de negocio y adoptar cambios en la cadena de valor del libro.

Los sistemas de venta lógicamente tenderán hacia la desintermediación, en los que el editor asumirá tareas de otros agentes

intermedios. El caso más ilustrativo quizás sea el de Kindle Store de Amazon, que asume en sí mismo todas las funciones editoriales, mediación con autores, edición, publicación y venta. Tal como reza su publicidad, con un único *clíc* se descarga un libro en 1 minuto bajo el lema *Books in 60 seconds*. Sin embargo, el resto de librerías en línea tienen un sistema de DRM basado en Adobe Digital Editions que para realizar la operación de descarga necesita una media de 14 *clícs*. El sistema de recomendación y de venta cruzada de Amazon es

potentísimo, pues Kindle, además de ser un lector de libros electrónicos, es un terminal de descarga de la tienda de libros electrónicos de Amazon

Otro aspecto a tener en cuenta es que el libro que hasta ahora había estado por cuestiones de logística ligado a un territorio y a una lengua, entra de lleno en el mercado global a través de las grandes multinacionales como Amazon, Apple o Google, que ya han desembarcado en el mercado europeo, y pronto lo harán en el resto del mundo. A través de sus plataformas de venta *online*, muy potentes y aquilatadas, que permiten ofrecer sus productos a precios muy competitivos, y sobre todo con un cuidadoso servicio de atención al usuario final, que hace muy difícil que industrias locales puedan concurrir en el mercado las mismas circunstancias; de manera que muchos de los gobiernos afectados están protegiendo sus industrias a través de medidas tales como el precio único del libro, que permite un margen muy cerrado de competitividad (en el caso de España es el 5%) y de impuestos sobre el valor añadido. El mercado en español, con más de 500 millones de hispanohablantes, es uno de los objetivos prioritarios de estas multinacionales. De hecho Estados Unidos es el mercado de contenidos en

castellano más grande del mundo. Las ventas de libros en español en Barnes & Noble, por ejemplo, han crecido un 52%.

Por otra parte, como antes mencionábamos, el libro electrónico permite desvincular con menor margen de riesgo la edición de la tirada, lo que facilita la edición y autoedición de obras que no tienen un mercado potencial alto, como son obras especializadas o experimentales, ya que el entorno digital no hace necesario disponer de una tirada mínima, sino de un master único que se puede clonar todas las veces que se desee sin gastos adicionales de impresión, almacenamiento y distribución. Para muchos *mercados nicho* es una solución ideal, que permite recurrir a lo que se conoce como “edición bajo demanda”.

Tampoco todos los géneros han crecido por igual en el universo digital. Curiosamente, son muchos los lectores que cambiaron las llamativas tapas de las novelas sensuales por la discreción de los libros electrónicos. Al menos en Estados Unidos, los lectores de *e-books* eróticos aumentan en número. Según los autores del género, sus lectoras suelen ser mujeres de entre 31 y 49 años (YUDU, 2011)

3. El átomo se separa del bit: Lectura en la nube y La lectura social

Una de las apuestas tecnológicas de los próximos años es la de empresas que, cada vez con más frecuencia, hospedan su información corporativa en entornos “*cloud*”, esto es el almacenamiento, acceso a datos y aplicaciones en Internet. El desarrollo del libro electrónico como una opción de consumo creciente no es ajeno a esta situación, y abandona su anatomía conocida que es el código, por un hábito más flexible y transparente que es el entorno digital.

La independencia del texto respecto a su contenidos le

proporciona un carácter multiformato y multidispositivo que hace posible leer en cualquier momento, en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo, en una fórmula que los americanos denominan “24/7”, es decir 24 horas siete días a la semana; lo que además permite sincronizar la lectura, pudiendo comenzar a leer en el ordenador del trabajo, continuar en el smartphone mientras te desplazas al domicilio en “tiempos muertos”, y, posteriormente, hacerlo en un dispositivo dedicado conservando todos los elementos personales como notas, y puntos de

lectura (Fundación Telefónica, 2010). Es el caso de servicio proporcionado por Amazon Kindle, que en el momento de crear la cuenta permite dar de alta hasta cinco dispositivos asociados a la misma. Estos pueden ser un ordenador, un teléfono móvil, o diferentes dispositivos lectores. El

servicio tiene dos objetivos, por una parte que un libro pueda ser leído por diferentes miembros de una familia en distintos dispositivos, y por otra parte sincronizar la lectura desde distintos dispositivos conservando los elementos personales.



Gráfico 5. Sistema multidispositivo de Amazon

Otro servicio proporcionado por Amazon asigna una cuenta de correo a un usuario para permitirle enviarse contenido al dispositivo, sin la necesidad de tener que conectar el aparato al ordenador o disponer en ese momento del dispositivo. De forma que si estamos en nuestro trabajo y vemos un artículo que nos interesa podemos enviarlo a nuestra cuenta personal, y cuando lleguemos a nuestro domicilio el artículo se descarga automáticamente a través de Wi-fi o 3G al encender el dispositivo, e incluso si lo hemos enviado en otro formato como PDF lo convierte directamente a *mobi*, que es el formato propio en que lee Kindle.

Otra propuesta que está cambiando el libro electrónico es lo que se ha dominado como lectura social, esto es la transformación de ésta de un acto individual en un proceso compartido. Los sistemas de lectura social han surgido como iniciativas en

torno al libro electrónico para promover y fomentar la interacción social en torno a la lectura, dando la posibilidad de leer un libro en línea desde cualquier ordenador en red, y anotar en ellos las fases más destacadas, chatear y interactuar con otros usuarios, y en definitiva compartir las impresiones sobre la obra elegida con cualquiera que esté interesado en la misma. Se trata de auténticas redes sociales en la que aparecen todos los mecanismos propios de estos sistemas como son las recomendaciones, votaciones, comentarios, marcadores sociales, críticas, listas de libros leídos, etc. Algunos de los sitios más populares *BookGlutton.com*⁵, *Lifty*⁶ o *LibraryThing*. En el ámbito hispanoparlante existen algunos sitios como *Musa a las 9*,

⁵ BookGlutton.com
<http://www.bookglutton.com>

⁶ Lifty <http://litfy.com/>

Amphibia, 24 *symbols* que inician sistemas de lectura en línea o *streaming*. El modelo *streaming* se emplea habitualmente en la distribución de audio o video por Internet, y se refiere a una corriente continua (sin interrupción). Este tipo de tecnología permite que se almacene en un búfer lo que se va escuchando o viendo, por lo que si se pierde la conexión se puede seguir disfrutando de los contenidos que previamente se han almacenado; o se puede escuchar, leer o ver en el momento que se desee. Normalmente este tipo de lectura se basa en un modelo *freemium* (publicidad + suscripción); es decir, lectura gratuita a cambio de la presencia de publicidad contextual no intrusiva; aunque existe la posibilidad de contratar una suscripción *premium* para leer sin publicidad. Más o menos la fórmula aplicada para la música por *Spotify*, pero en este caso orientada a la lectura y los libros. De hecho, Amazon tras el éxito obtenido con *Netflix*⁷ una plataforma de vídeo con más de 25 millones de usuarios de Estados Unidos y Canadá, que ofrece un catálogo de 100.000 películas y series de televisión en *streaming* a cambio de una cuota de suscripción mensual de \$7.99 dólares, se está planteando trasladar este modelo comercial a los libros electrónicos.

Las plataformas de venta de libros electrónicos intentan introducir usos muy arraigados como el préstamo de libros entre los lectores, que se ven limitados en el contexto digital por la facilidad de copia y el intento de los editores de mantener sus modelos de negocio. *Barnes & Noble*, inició la posibilidad de prestar un libro electrónico comprado en su tienda dos veces a un amigo durante 15 días, uso que posteriormente introdujo *Amazon*. Aprovechando esta circunstancia, grupos de lectores individuales han empezado a organizarse en redes de préstamo de libros electrónicos entre

particulares como *EbookFling*⁸, *Booklending*⁹ y *Lendle*¹⁰. La mecánica es sencilla: el dueño de un *ebook* se registra en la página y ofrece los libros que quiere prestar al resto de lectores. Cuando alguien toma prestado uno de los libros electrónicos que ha puesto a disposición de los demás, gana un crédito que le va a permitir, cuando tenga 5 créditos, tomar en préstamo un libro de otro usuario de la red. El sistema es legal pues sigue las reglas de préstamo entre amigos establecidas por Amazon y Barnes & Noble.

Amazon también ha iniciado un servicio asociado a su dispositivo Kindle que permite compartir con otros lectores las notas que se incluyen en el libro mientras se lee. Estas notas pueden ser públicas o privadas a elección del lector. Las notas públicas aparecen en la lista de los pasajes más destacados *Popular Highlights*¹¹ que podemos encontrar en *Kindle Store*. El sistema además va más allá, ya que cuando se destaca un pasaje que han destacado otros lectores permite contactar con estos, a través de un mensaje que informa al lector de que otro número determinado de personas han destacado también ese mismo texto (Gráfico 5)

⁷ *Netflix* <http://www.netflix.com/>

⁸ *EbookFling* <http://ebookfling.com/>

⁹ *Booklending* <http://booklending.com/faq.htm>

¹⁰ *Lendle* <http://lendle.me/>

¹¹ Most Highlighted Pasajes https://kindle.amazon.com/most_popular

Twenty-seven months and six days of profitless labor had passed. He had endured as a half-wit, the scale of life diminished to a light fixture. Elation followed by delicate readjustment. He remembered the first time stepping out onto the lawn, etiolated, held upright on trembling legs, blinking.

He was all toylike turns around corners, and tugboats drifting down the great river.

From time to time he'd want out of the office as out of a catacomb, just so he could breathe fresh air and feel the

4 other people highlighted this part of the book
Popular Highlights can be turned off and on by going to the Info menu in the bottom right corner of the Home screen.

Gráfico 6. Kindle Highlights

En este proceso de desintermediación entre autores y escritores, una vez más Amazon ha puesto en marcha un nuevo servicio denominado función *@author* (*@author: Connecting Readers and Writers*¹²) desde el que cualquier lector puede formular una pregunta a un autor mientras lee su libro en el dispositivo Kindle. En la fase beta del proyecto ya están implicados varios autores como Timothy Ferriss, J.A. Konrath, Deborah Reed Susan Orlean, John Locke, James Rollins, Robert Kiyosaki, Steven Johnson. La pregunta es enviada a la cuenta de *Twitter* del autor, así como a su página del autor en Amazon. El procedimiento es sencillo consiste en destacar un pasaje del libro sobre el que se quiere formular una pregunta al autor (*highlights*), y posteriormente colocarse encima del mismo, escribir “@author” y plantear la cuestión.

¹² *@author: Connecting Readers and Writers*
<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/feature/-/1000714331/>



amazon.com Hello. Sign in to get personalized recommendations. New customer? Start here. The All-New Kindle Family: from \$79

Your Amazon.com Today's Deals Gifts & Wish Lists Gift Cards Your Digital Items Your Account Help

Shop All Departments Search All Departments GO Cart Wish List

James Rollins > Questions

Questions & Answers | Learn More

author **James Rollins**

"When I am not writing, touring, teaching seminars, or making presentations, I can be found spelunking, scuba diving, hiking, and/or traveling...in search of a new adventure!"

James Rollins decided to become a writer as a boy immersed in the scientific adventures of Doc Savage, the wonders of Jules Verne and H.G. Wells, and pulps such as The Shadow, The Spider, and The Avenger. He honed his storytelling skills early, spinning elaborate...
 > Read more on the Author Page

Questions about James Rollins Ask a question

Showing 1-7 of 7 questions

Q I read all your books and am super excited that I had The Devil Colony delivered to me today. I love reading the Sigma Force novels and your style of writing. I wanted to know if you have any plans on starting a new series of books with new characters?
 Kunal Nanda asked 27 days ago

Author Answered
 Hi Kunal and thanks for the question...and a good one. All I can say at the moment is that it is something I have and do think about. Hint. Wait for year 2012/2013 <grin>
 See 2 answers, or answer the question | Track question

Q No question but just wanted to say that I enjoy your books and have read just about all of them. I'm always excited to see a new one come out. Thanks for lots of good reading.
 B. Fournier asked Sep 3, 2011

Author Answered
 Thanks for the generous note. You can never have enough great feedback. I am glad you are enjoy the adventures just as much as I enjoy writing them.
 See 1 answer, or answer the question | Track question

Listo Internet 100%

(@author: Connecting Readers and Writers

Las posibilidades que se abren con el libro electrónico no dejan de sorprendernos día a día. Una de las últimas es que un autor puedan firmar de manera personalizada los ejemplares electrónicos que compra cualquier usuario a través de un programa llamado *Ironcutter*¹³ que se ayuda de una tableta digital de *Wacom Bamboo* con un lápiz óptico, que permitirá a los minoristas de libros y editores añadir una firma digital del autor en los libros que venden. El autor crea una página (archivo digital) que se inserta en el libro electrónico de forma automática. Se trata de un incentivo más de apoyo a las librerías minoristas para que no pierdan su razón de ser en el entorno digital.

¹³ Ironcutter <http://www.ironcuttermedia.com/>



Graf. 6 Tableta de *Wacom Bamboo* para firma digital mediante el servicio *Ironcutter*

4. La revolución del iPad

Si la popularización de la lectura digital se inicia con la llegada de dispositivos dedicados basados en tecnologías de tinta electrónica, más ligeros y ergonómicos, la verdadera revolución se está operando con la llegada de las tabletas digitales. Especialmente el iPad de Apple, dispositivo que ocupa casi el 80% del mercado de tabletas.

Presentado en 2009 por Steve Jobs, el gurú de Apple, con una campaña mediática montada sobre la estrategia del sigilo, el secreto y la expectativa, fue “capaz de convocar a los medios de todo el mundo como si de un sólo hombre se tratara” (Costa, 2010), tal cual si fuera el nuevo Moisés, “*El portador de las nuevas tabletas de la ley Informativa*”. El iPad a medio camino entre iPod y el iPhone, la tecnología y la persuasión, la funcionalidad y el diseño, técnicamente irreprochable, dotado de una exclusiva estética que favorece su comercialización, está cambiando los paradigmas de la comunicación social para abandonar la etapa tipográfica, que diría Macluhan, y entrar de lleno en la era digital de la mano de un nuevo

gadget portátil que proporciona una experiencia propia de la cultura visual e instantánea, vinculada al ámbito de lo rápido y de la inmediatez en el que, cada vez con más frecuencia, nos circunscribimos (Viñas, Cabezuelo, 2010).

A nivel global, se constata un aumento importante de dispositivos de lectura en 2010 y en 2011. Sin embargo, el crecimiento que están experimentando las tabletas frente a los lectores de libros electrónicos (*eReaders*) hace previsible que el número de *tablets* alcance el doble que el de dispositivos dedicados en 3 o 4 años (Forrester, 2011). La caída de los dispositivos de tinta electrónica se debe a los avances tecnológicos operados por las *tablets* que las hacen más versátiles para todo tipo de contenidos, a pesar de existir un argumento en contra tan poderoso como es su alto precio. Según un estudio de la consultora *Garnet*, el iPad de Apple concentra el 73.4 por ciento de las ventas mundiales de tabletas en 2011, frente al 83 por ciento que tenía en 2010. Más allá de iOS de Apple y el sistema operativo Android (resto de

tabletas), Gartner no espera que otras plataformas vayan a tener más de un 5 por ciento de participación en el mercado de las tabletas en 2011. Aunque la presentación de la tableta de Amazon, Kindle Fire, en octubre de 2011, puede alterar este panorama. De hecho, las previsiones de venta han sobrepasado todas las expectativas, con cerca de 300.000 dispositivos encargados en pocos días. De

cualquier modo, según Gartner Apple ha conseguido una rica experiencia de usuario basada en un fuerte vínculo entre los teléfonos inteligentes (160 millones en el mundo) y tabletas. Así como el desarrollo de un buen conjunto de aplicaciones, una interfaz de usuario intuitiva y la capacidad de compartir contenido fácilmente entre dispositivos (Milanesi, Carolina, 2011).

Table 1
Worldwide Sales of Media Tablets to End Users by OS (Thousands of Units)

OS	2010	2011	2012	2015
Android	2,512	11,020	22,875	116,444
iOS	14,685	46,697	69,025	148,674
MeeGo	179	476	490	197
Microsoft	0	0	4,348	34,435
QNX	0	3,016	6,274	26,123
WebOS	0	2,053	0	0
Other Operating Systems	235	375	467	431
Total Market	17,610	63,637	103,479	326,304

Source: Gartner (September 2011)

Gráfico 8. Ventas mundiales de tabletas

Otro estudio de la consultora Aptara expone que las razones del impacto del iPad responden fundamentalmente a cuatro factores (Aptara, 2010):

1. Utiliza el formato abierto ePub frente a Amazon que utiliza el formato Mobi.
2. Permite leer en color, por lo que amplía el mercado frente al e-reader, posibilitando la lectura de géneros como el cómic, la literatura infantil y los libros de fotografías y viajes.
3. Utiliza un DRM propio de Apple que asegura sus contenidos y determinará un modelo dentro del mercado, pues debido a su nivel de

influencia hará que el mercado se adapte a éste.

4. Por otra parte IBook Store traerá cambios en la manera en que los editores comercialicen libros electrónicos en el futuro.

El iPad esta posibilitando la viabilidad editorial de géneros que en principio se consideraron que no eran aptos para el formato digital, como ocurría con los libros infantiles, de cocina e ilustrados, ya que la tinta electrónica no era adecuada para algunos de estos productos, como la visualización en color, o la lentitud de refresco que imposibilitaba incluir videos o animaciones. Pero las capacidades de los tablets de crear páginas dinámicas que incluyen color, video y animaciones añaden extras que

hacen que estos contenidos sean muy atractivos para el gran público, pues el establecimiento de la solución de formato fijo de iBookstore elimina la necesidad de reformateo de la tinta electrónica, permitiendo la inclusión de contenidos de alta calidad con elementos multimedia que vienen a complementar y a enriquecer los contenidos originales, además de ampliar las opciones de lectura en otros dispositivos móviles como el iPhone o iPod. Por lo que con la llegada de las tablets cada vez más editores ven más claro los beneficios que les pueden reportar los libros electrónicos, pues sus posibilidades técnicas amplían el mercado a otros géneros. De esta manera, todos los datos ponen de manifiesto que el crecimiento será aún mayor en los próximos años con el incremento del número de consumidores y de editores en formato digital (YUDU, 2011)

Física y funcionalmente, el iPad de Apple se sitúa entre el *smartphone* y el ordenador portátil. Las aplicaciones diseñadas para él, se caracterizan por ofrecer contenidos visuales más interactivos que en una pantalla de teléfono móvil, al tiempo que permite la navegación con una pantalla táctil *multitouch* sensible al movimiento manejable con los dedos, y con posibilidad de *zoom* mediante una función que no es factible en un ordenador portátil o de escritorio. Es capaz de combinar experiencias lúdicas con los más altos designios de los negocios o del aprendizaje. La conectividad inalámbrica facilita la descarga de los cientos de miles de aplicaciones disponibles en la tienda iTunes. A su vez, combina la funcionalidad informática básica y una pantalla lo suficientemente grande como para servir como sustituto de los libros de texto impresos y otros materiales de aprendizaje, lo que está posibilitando el desarrollo de aplicaciones y la concreción de un mercado competitivo y diverso de herramientas de este tipo. Muchas de estas aplicaciones combinan

funcionalidades que superponen los aspectos educativos y lúdicos con el objetivo de atraer a los estudiantes hacia un complaciente autoaprendizaje. De hecho, un número importante de colegios y universidades han comenzado a experimentar con el iPad tanto en proyectos integrales como en proyectos piloto a pequeña escala de una sola clase. En su contra hay que apuntar, fundamentalmente, el entorno cerrado propio del universo Apple: sin puertos USB para cargar contenidos que por el contrario únicamente sólo tienen cabida a través de sus *Apps* itunes o iBooks Store.

Las aplicaciones de libros electrónicos (*E-book*) para el iPad que utilizan el potencial del dispositivo para la interactividad están en disposición de cambiar sustancialmente la experiencia de los libros de texto. Las más conocidas son *Apps* como [Stanza](#), [iBook](#) o [GoodRead](#). Además de otros desarrollos que son factibles en un futuro cercano, con el acceso a diagramas dinámicos, ilustraciones animadas, videos ilustrativos, realidad aumentada y contenido actualizable, que permitan con un único toque sobre la pantalla la interacción, la exploración y la investigación en profundidad. El uso de un iPad como un lector electrónico permite la búsqueda, el etiquetado de marcadores, y el intercambio de contenidos, lo que podría convertir un libro de texto estático en un centro de aprendizaje dinámico y personalizado con notas y párrafos destacados por el estudiante (Educase, 2011).

Para el estudio individual, los estudiantes pueden encontrar aplicaciones de tarjeta de memoria flash como [Cram](#), que ofrece una rica oportunidad de aprendizaje interactivo. Alternativamente, se podría convertir el iPad en una calculadora gráfica mediante la descarga de la aplicación [Pi83](#) o desafiarse a sí mismos con juegos de palabras del vocabulario, como [Word Warp](#). En las clases se pueden utilizar aplicaciones de votación

como [eClicker](#) que pueden recoger, clasificar y presentar respuestas de los estudiantes durante las conferencias o debates. Las aplicaciones [CourseNotes](#) y [Upad](#) están enfocados especialmente a permitirnos tomar notas de la forma sencilla y clara. Con ésta última aplicación se pueden tomar notas rápidamente, editar fotografías y anotarlas con diferentes tipos de fuente y maneras de escribir; se puede ordenar y organizar las notas por tema o tipo de clase y día, con el objetivo de tener todos los apuntes lo más fáciles de acceder en cualquier momento. Otras aplicaciones específicas en campos determinados como en el de la astronomía es [Star Walk](#), capaz de identificar estrellas y constelaciones en la zona del cielo donde señala el iPad, incluye la historia y las historias sobre la mitología que rodea a las constelaciones. Los estudiantes utilizan sus iPad para ver las estrellas, los planetas y otros cuerpos celestes que

no son visibles en el cielo diurno. Se puede profundizar para obtener más información sobre estrellas individuales o constelaciones. Además con el iPad los estudiantes pueden “mover el cielo” para ver las constelaciones en las otras estaciones y desde cualquier lugar de la Tierra. Evidentemente el iPad no es un sustituto del planetario, pero si es un eficaz reemplazo, que proporciona las características y oportunidades de aprendizaje de un curso tradicional de astronomía.

Por último mencionar que algunas aplicaciones iPad sugieren un futuro en el que podemos diseñar nuestros propios contenidos. [Flipboard](#), por ejemplo, es un agregador de canales RSS feeds de los sitios de redes sociales como Facebook y Twitter que se visualiza como si fuera una atractiva revista con vuelta de páginas virtuales.

5. La cuestiones legales en el entorno digital

El libro electrónico también está introduciendo novedades en cuanto a la propiedad intelectual. Partiendo de que las leyes de propiedad intelectual establecen un modelo extraño, desde el punto de vista salarial, según el cual el autor recibe una retribución por unidad vendida, no por el desarrollo de su trabajo. Una práctica anómala, en la que subyace la pretensión de hacer partícipe al autor del mayor o menor éxito de su obra en el mercado, favorecida, en cierto modo, por la comodidad o carencia de riesgo para el autor, ya que si la obra vende por debajo de su inversión éste no tiene que compartir pérdidas. En el progresivo proceso de sustitución del soporte papel al soporte digital, desde la perspectiva de los derechos de propiedad intelectual, observamos que no existe un concepto de publicación electrónica o digital, ya que la ley habla de ejemplar, y por lo tanto es válido para las publicaciones electrónicas en formatos tangibles (CD, DVD, CD-

ROM), pero no para las publicaciones digitales en formatos intangibles que circulan por la Red. El libro tradicional ha sido siempre el soporte de obras literarias, científicas y gráficas, existiendo una tendencia a confundir la obra con su soporte. Se pasa de un proceso de comercialización de ejemplares o copias a un modelo de comercialización de derechos de uso que se establece por medio de licencias de acceso para reproducir la obra temporalmente (*streaming*) o permanentemente (*downloading*) impidiendo una posterior reventa o transmisión a terceros. Es decir se pasa de un modelo propietario a un modelo autorizado a través de licencias de acceso (Cordón, Carbajo, Alonso, 2011). Este conlleva un buen número de restricciones a algunos usos muy arraigados entre los lectores que son controladas mediante DRM, tales como el préstamo del libro entre amigos, o la reventa del mismo. Con el formato digital desaparece el concepto de libro

de segunda mano. Pero estas no son las cuestiones fundamentales, ya que un aspecto aún no resuelto satisfactoriamente es el relativo al derecho a la intimidad, el uso del DRM se basa en lo que se denomina “*Informática confiable*”¹⁴ basado en que terceros en este caso empresas, asumen ciertas competencias del estado bajo la premisa de hacer un buen uso de las mismas (Alonso, Córdón, 2010). El DRM aparte de servir para limitar derechos de autor permite controlar qué se lee, cómo se lee y cuándo se lee, ya se han dado situaciones en que estos límites han sido puestos en duda, como el caso Orwell, cuando Amazon tuvo que retirar las obras “1984” y “Rebelión en la granja” de George Orwell porque la compañía no disponía de los correspondientes derechos de autor, y tras la denuncia de sus propietarios legítimos, se vio en la obligación de retirar los dos libros de los lectores Kindle de los clientes que los habían adquirido y devolverles lo que habían pagado por ellos. Esta manipulación en la biblioteca de los lectores ha dado que hablar. Y es que hay quien dice que esto es como si el librero de toda la vida entrara en casa y se llevara dos ejemplares de nuestra biblioteca dejando, eso sí, un cheque en la estantería (Meléndez Juarbe, Hiram A, 2011).

¹⁴ En inglés *Trusted Computing*

5. Conclusiones

En este contexto cabría preguntarse si la llegada del libro electrónico solo forma parte de un mero trasunto de lo analógico a lo digital o realmente está teniendo unas consecuencias relevantes como paradigma de comunicación, que afecta a la forma de editar, de consumir, y a los propios hábitos de lectura. Probablemente sea pronto para decir si estos cambios obedecen a una evolución o a una revolución, y quizás ni siquiera eso sea importante. Lo que sí es indudable es que la lectura digital se está desarrollando en un contexto proclive a ello, con una sociedad cada vez más madura en el uso de las tecnologías de la información, más familiarizada con la lectura en pantallas tecnológicas, enseñada a la rapidez y la inmediatez que confiere la nueva forma de ser digital, en la que los dispositivos móviles en forma de teléfono cada vez se utilizan menos como teléfono que como medio de comunicarse e interactuar a través de las redes de información. Sin lugar a dudas, la

lectura digital apunta hacia el futuro con paso decidido e invariable, en el que no exista otra disyuntiva distinta a si digital sí o digital no. Empezamos el artículo citando a Murakami y su última obra *1q84*, y terminamos literariamente citando a Samuel Riba, el quijotesco personaje de la última novela del genial Enrique Vila-Matas, “Dublinesca”, alegoría y homenaje a la considerada última gran obra de la era tipográfica, el “Ulises” de Joyce, una suerte de elegía del paso del mundo del papel a la era digital, en la que un editor en decadencia que hace dos años ha tenido que cerrar su negocio, convoca a sus amigos para asistir en Dublín al entierro de la imprenta, y por ende de la literatura, justamente el mismo 16 de julio, conocido por los más fervientes lectores del Ulises como *Bloomsday*.

“Se ha sentado ante la pantalla del ordenador poniendo la misma cara que Spider cuando muestra nítidamente su incomunicación con un mundo que no comprende. Primero, busca últimas noticias en Google sobre él. Al igual que en los últimos días, no hay ninguna. Navega luego un rato por los más diversos lugares y da finalmente con un artículo que le parece curiosamente relacionado con su decisión de celebrar un funeral en Dublín. En él se habla de que se llegará más pronto de lo esperado a una digitalización de todo el saber escrito y a la desaparición de los autores literarios en aras de un único libro universal, de un flujo de palabras prácticamente infinito, lo que se alcanzará, naturalmente, dice el articulista, a través de Internet.”

Enrique Vila-Matas “Dublinesca”

Referencias Bibliográficas

- Alonso Arévalo, J., Cordon García, J. A. & Carbajo Cascón, F. (2011). El Libro Electrónico: Propiedad Intelectual, Derechos De Autor Y Bibliotecas. En: Torres Ripa, J. & Gómez Hernández, J. A. (coords.). *El copyright en cuestión: Diálogos sobre propiedad intelectual*. Bilbao: Deusto.
- Alonso Arévalo, J., Cordon García, J. A. & Gómez Díaz, R. (2011). *Gutenberg 2.0. La Revolución De Los Libros Electrónicos*. Madrid: TREA.
- Alonso Arévalo, J., Cordon García, J. A. & Gómez Díaz, R. (2011). Los libros electrónicos: oferta comercial y redes p2p. *El Profesional de la Información* (20), 2. Obtenido de <http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/82972/1/ebooksp2p.pdf> el 6 de octubre de 2011.
- Alonso Arévalo, J., Cordon García, J. A. & Gómez Díaz, R. (2011). Análisis terminológico y conceptual a través de la producción científica relativa a los libros electrónicos. *Revista Española de Documentación Científica* (34), 4. En prensa.
- Alonso Arévalo, J., Cordon García, J. A. & Martín Rodero, H. (2010). Los Libros Electrónicos: La Tercera Ola De La Revolución Digital. *Anales de Documentación*, 13 pp. 53-80. Obtenido de <http://revistas.um.es/analesdoc/article/viewFile/106991/101681> el 30 de septiembre de 2011.
- Alonso Arévalo, J., Cordon García, J. A. (2010) Mediación y desintermediación en los entornos digitales: nuevos actores y nuevas funciones en la cadena del libro electrónico. ThinkEPI (2010). Obtenido de <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/15362/1/Mediacion.pdf> el 6 de octubre de 2011.
- Alonso Arévalo, J., Cordon García, J. A. (2011). *El libro electrónico y los DRM*. ThinkEPI. Print. <http://www.thinkepi.net/libro-electronico-drm>
- Anderson, C. (2004, octubre) The Long Tail. *Wired*. Obtenido de <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html> el 5 de octubre de 2011.
- Aptara (2010). *Aptara survey of 300 publishers about ebook publishing*. Obtenido de <http://www.aptaracorp.com/> el 30 de septiembre de 2011.
- Aptara (2011). *3rd Annual eBook Survey of Publishers: Uncovering ebooks' real impact 2009 – 2011*. Obtenido de <http://www.aptaracorp.com/home/survey/> el 5 de octubre de 2011.
- Costa, J. (2009) Al hilo de la actualidad: tabletas iPad de 5.300 años de edad. *Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias* (3), 2. pp. 209-14. Obtenido de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3438188&orden=286864&info=link> el 3 de octubre de 2011.
- Educase (2007). *7 Things You Should Know About iPad Apps for Learning*. Educase learning Initiatives. Obtenido de <http://www.educause.edu/Resources/7ThingsYouShouldKnowAboutiPadA/223289> el 5 de octubre de 2011.
- Fundación Telefónica. (2010). *El Futuro De Las Publicaciones Electrónicas*. Fundación Telefónica. Obtenido de http://www.fundacion.telefonica.com/es//debateyconocimiento/media/publicaciones/futuro_publicaciones_electronicas.pdf el 1 de octubre de 2011.

- How the tablet killed the eReader (2010). *Icrossing.com*. Obtenido de <http://thecontentlab.icrossing.com/post/4553307710/how-the-tablet-killed-the-ereader> el 1 de octubre de 2011.
- Kahn, E. (2010, junio). eReader Forecast, 2010 To 2015 (US). *Forrester Research*. Obtenido de http://www.forrester.com/rb/Research/research_ereader_forecast_2010_to_2015_us/q/id/57199/t/2 el 5 de octubre de 2011.
- Larrañaga Rubio, J. (2010). Economía De Los "Ebooks". *Documentación de las Ciencias de la Información* 33. pp. 125-41. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/inf/02104210/articulos/DCIN1010110124A.PDF> el 6 de octubre de 2011.
- McLuhan, M. (1993). *La Galaxia Gutenberg : Génesis Del "Homo Typographicus"*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- Meléndez Juarbe, H. A. (2011, junio). Tecnopólitica y Derechos de Autor. *SELA*. Obtenido de , http://www.law.yale.edu/documents/pdf/sela/SELA11_Melendez_CV_Sp_20110428.pdf el 4 de octubre de 2011.
- Milanesi, C. *iPad and Beyond: The Future of the Tablet Market*. Gartner. Obtenido de http://www.gartner.com/resources/217100/217137/ipad_and_beyond_the_future_o_217137.pdf el 4 de octubre de 2011.
- Technology, Media & Telecommunications. *Turning the page: The future of eBooks*. Obtenido de http://www.pwc.com/en_GX/gx/entertainment-media/pdf/eBooks-Trends-Developments.pdf el 30 de septiembre de 2011.
- Viñas Limonchi, M. & Cabezuelo Lorenzo, F. (2011) ¡Si McLuhan tuviera un iPad!: nuevos paradigmas comunicativos extraídos de los inventos de Apple. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, 47. Obtenido de <http://www.ucm.es/info/especulo/numero47/mclipad.html> el 7 de octubre de 2011.
- YUDU *Research Report The Rise of the E-Book : Stars and Trends*. (2011) Obtenido de <http://www.slideshare.net/yudu/books-whitepaper-final-8327940> el 5 de octubre de 2011

