

GOOGLE BOOKS:

¿NUEVOS MERCADOS, NUEVOS COMPETIDORES?

Alumno: Myriam Martínez San Emeterio

Tutores: Fernando Luis Ramos Simón y Rosario Arquero Avilés

1.- Introducción

2.- Google

- 2.1.- Orígenes
- 2.2.- Estrategia empresarial
- 2.3.- Tecnología
- 2.4.- Cultura empresarial: bases, principios del software, privacidad y seguridad
- 2.5.- Actividades y líneas de negocio: El libro

3.- El negocio del libro en la red

- 3.1. - Democratización de la cultura
- 3.2.- ¿Quién fue el primero?
- 3.3.- Iniciativas privadas: Google Books, Open Content Alliance
- 3.4.- Iniciativas públicas internacionales: Europeana, Biblioteca Mundial Digital

4.- Los competidores

- 4.1.- Distribuidores en red:
- 4.2.- Amazon
- 4.3.- Sus competidores
- 4.4.- Otros "amazon"
- 4.5.- España
- 4.6.- Librerías digitales de segunda generación

5.- Google Books. Objetivos

- 5.1.- Editor o distribuidor
- 5.2.- Acuerdos con el mundo universitario
- 5.3.- Mercado objetivo. Editoriales
- 5.4.- Google Editions

6.- Conclusiones

7.- Bibliografía

8.- Índice de citas

1.- Introducción

A finales del siglo XX se produjo, lo que podríamos denominar la "*tercera revolución*", que en este caso no definiríamos como industrial ni social, ya que su ámbito de actuación se ha establecido en un entorno nuevo. Un espacio creado a través de la transformación de todo tipo de soporte físico a otro, que podríamos llamar "*virtual o digital*".

El uso masivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), introdujo lo que *Javier Echeverría* (2009) ha denominado "*tercer entorno*": aquel lugar donde todos sus objetos, procesos y resultados, que se desarrollan en este espacio son totalmente digitales, y que tienen un marcado carácter universal.

Nos encontramos ante un proceso de cambio muy acusado, que ha supuesto la modificación en las pautas de relación social y económica, llevando al desarrollo de nuevos modelos de negocio basados en el conocimiento interrelacionado y continuado.

Este espacio virtual, ha permitido la aparición de nuevos mercados, usuarios y empresas que por un lado nos ofrecen nuevas perspectivas a los modelos existentes en el entorno real, algunas veces sujetos a una transformación y por otro, nos dirigen a nuevos usos y modos de comportamiento que están teniendo importantes contrapartidas económicas para algunas de estas nuevas empresas.

En este "*tercer entorno*", como hemos citado con anterioridad, la transformación de los objetos reales a objetos digitales, está dando lugar, junto con los propios desarrollados digitalmente, a una "cultura en red" con numerosos adeptos, y que supone un mercado potencialmente creciente, y muy atractivo para todos aquellos cuyo modelo de negocio es el contenido en sí, cualquiera que sea su forma. Entre estas empresas, podemos hablar de la que ha supuesto una revolución a partir de la definición de la instrumentalización de una necesidad: **Google**.

Basado en su tecnología de búsqueda - como *John Battelle* (2006) nos señala "es un medio para lograr un fin", es decir encontrar la información que necesitamos - y el click publicitario como base de su crecimiento económico. Han sido conscientes de la necesidad de ofrecer todo tipo de contenidos y conocimiento a este creciente número de usuarios y de potenciales consumidores, se puede hablar de 1,8 mil millones de personas que acceden a Internet diariamente ¹ como un amplio mercado objetivo.

Después de consolidar un modelo que ha supuesto un cambio de estrategia en los planes de comunicación y marketing de todas las empresas, a través de sus políticas de visibilidad, se ha introducido en el mundo del libro, transformando el concepto de disponibilidad que hasta ahora se tenía de este como soporte.

¹ Según Chris Palma, director de desarrollo de socios estratégicos de Google nos habla como usuarios potenciales al igual que cita que el 20% de las búsquedas que se realizan en los últimos 90 días, no se han visto con anterioridad, siendo totalmente nuevas.

El objetivo de este trabajo es mostrar como un modelo de negocio basado en la instrumentalización de una necesidad, está suponiendo la modificación de la conceptualización del libro, objeto de por sí totalmente innovador como transmisor de información, pensamiento y cultura.

Esta ingerencia ha supuesto a través del concepto de "*cultura para todos*", el cambio de visión de algunos de los agentes de este mercado. Por un lado el creador, como componente clave en el desarrollo de nuevos contenidos que cuenta con nuevas plataformas de difusión y venta de sus obras literarias, y la defensa de sus derechos, desde las acciones llevadas a cabo en el mundo político y cultural, como reclamación a los procesos de digitalización sin autorización realizados por Google.

El editor, como modelo de negocio asentado y con escasa visión de futuro, que ha llegado tarde a la revolución tecnológica y estratégica establecida por el buscador, y ha tenido que engancharse a sus dinámicas de pasarela. A su vez, defendiendo sus derechos, y reclamando su parte de este gran pastel.

Las librerías, que como distribuidoras, mantienen su enlace con el mundo físico, sin ver la creciente demanda de usuarios a través de la red, favoreciendo el desarrollo de tiendas virtuales especializadas en el mundo del libro, que aportan valores añadidos al consumidor y ofrecen la posibilidad de localización de publicaciones con precios más asequibles que las ofertadas por las librerías con sede física.

Las bibliotecas y los acuerdos con Google de digitalización de obras seleccionadas por ellos de dominio público, recuperan su papel de centros y defensores de la cultura, integrándose en una red de conocimiento mucho más amplia de la que habían definido hasta ahora.

El usuario que es el gran favorecido de esta dinámica de mercado, y es el centro de este negocio: las editoriales los quieren como compradores de su producto, sea para grandes masas o especializado; el autor, porque es para quienes escribe; las librerías como espacio de venta, que sin compradores no tienen sentido su existencia, y el último caso Google, que les ha dado el papel de prescriptor de todos sus servicios, defendiendo el derecho de conocimiento debe ser disponible para todos.

La metodología utilizada ha sido el análisis de las fuentes de carácter tanto académicas como periodísticas, para poder conformar todas las líneas de negocio presentes en este "*tercer entorno*", en el que Google se está introduciendo y que tan activamente está modificando las pautas de relación consumidores de cultura-red. Así como, mostrar tanto los competidores, como los mercados emergentes resultantes de estas nuevas relaciones y las consecuencias tanto positivas como negativas del cambio de conceptualización del libro, de su incorporación a la red como un producto más y del papel del usuario demandante de la "universalidad del conocimiento", como único beneficiario final de todas estas transformaciones, que suponen al fin y al cabo el reconocimiento de que la red no tiene fronteras, y que es un canal de alfabetización y de oportunidad global para todos.

2.1 Orígenes

En la primavera 1995, Sergey Brin y Larry Page, se conocen en un acto que la Universidad de Stanford organizada para los candidatos de su Doctorado en Informática.

En otoño 1995, Larry y Sergey comienzan a trabajar en el 'Digital Library Project' de la Universidad de Stanford. Larry Page, con experiencia en diseño web y el título de Ingeniero Eléctrico, y Sergey Brin, un experto en tratamiento de datos y Licenciado en Informática y Ciencias Matemáticas, comienzan a crear un algoritmo para la búsqueda de datos

En enero 1996, comienzan a desarrollar un buscador llamado 'BackRub'. Este nombre se lo dan debido a que la mayor habilidad de este motor de búsqueda es analizar los 'back links' (enlaces que apuntan a una determinada página). Se puede consultar el informe académico en: infolab.stanford.edu/~backrub/google.html.

En 1997, 'Backrub' se transforma en 'Google'. Le otorgan este peculiar nombre por su parecido a la palabra 'googol', que en inglés es el nombre que se da a la cifra '10 elevado a 100' (un uno seguido de 100 ceros). Ya tienen indexadas 24 millones de páginas.

Un 7 de septiembre de 1998 se funda 'Google Inc.', una compañía que dispone solamente de un buscador de enlaces web con 60 millones de páginas indexadas que responde a 10.000 consultas diarias, 3 trabajadores (contando a los dos fundadores), y un garaje. Con anterioridad a esta fecha había conseguido la confianza de Andy Bechtolsheim (cofundador de Sun) había extendido un cheque de 100.000 dólares para una empresa inexistente. Esto les permitió realizar su primera contratación, Craig Silverstein. Se detallan las primeras especificaciones técnicas de Google.

En junio de 1999, reciben la primera inversión importante, con 25 millones de dólares provenientes de varias compañías capital riesgo: Sequoia Capital y Kleiner Perkins.

En noviembre de 1999, firman su primer acuerdo para la venta de la licencia de uso del buscador web en el sitio web de un tercero. En un principio, la compañía pretendía obtener sus ingresos económicos a través de esta vía.

En marzo de 2000, se lanza el Directorio de Google (directory.google.com), la primera herramienta diferente del buscador web. El buscador de imágenes nació en junio de 2001, el buscador de catálogos en diciembre de 2001, y 'Google News' en septiembre de 2002.

En mayo de 2000, se presentan las primeras versiones de Google.com en diez idiomas: alemán, danés, español, finés, francés, holandés, italiano, noruego, portugués y sueco.

En junio 2000, firman un acuerdo entre Yahoo! y Google por el cual el primero comenzaba a incluir los resultados del buscador web del segundo. En esos momentos, Yahoo! era el líder en el mercado de las búsquedas en Internet, pero tras este acuerdo los usuarios comenzaron a ver la leyenda "powered by Google" en unos resultados que ofrecían una gran calidad. De esta manera, se comenzó a conocer la marca 'Google', y cuando se accedía a 'google.com' se descubría un servicio que solamente buscaba en las páginas web, y que no tenía servicios añadidos con un diseño muy sencillo (todo lo contrario que Yahoo!). Así, comenzó la difusión del buscador a través del "boca a boca" haciéndose famoso en unos pocos años entre los usuarios de internet.

En septiembre de 2000, se ofrece servicios de búsqueda en chino, japonés y coreano. El número total de idiomas en los que se ofrece Google asciende a 15.

En octubre 2000, se anuncia el lanzamiento del programa publicitario AdWords, disponiendo en ese momento de 350 clientes. Los fundadores de Google comienzan a desestimar la idea de ganar dinero vendiendo licencias de uso del buscador web, y empiezan a probar cómo funcionaría un sistema que mostrase anuncios relacionados con las palabras que buscan los usuarios. El primer anunciante fue un negocio que vendía langostas por Internet.

En noviembre 2000, nace la popular 'Google Toolbar', para sustituir al precario 'Google Scout' (lanzado en septiembre de 1999), y con esta nueva barrita la apuesta de Google por estar presente en el escritorio de los usuarios y en sus aplicaciones de acceso a la WWW. Posteriormente nacieron otros productos como 'Google Deskbar' (noviembre de 2003), Picasa (tras su adquisición en julio de 2004), 'Google Desktop' (octubre de 2004), 'Web Accelerator' (mayo de 2005), 'Google Pack' (enero de 2006), o el famoso navegador 'Google Chrome'.

En febrero 2001, Google compra Deja News (archivo de grupos Usenet), comenzando así un largo historial de adquisiciones empresariales. Posteriormente la información de 'Deja News' se incorporó dentro de 'Google Groups'.

En julio de 2001, se presenta la búsqueda de imágenes, que ofrece acceso a 250 millones de imágenes.

En octubre de 2001, asociación con Universo Online (UOL) convirtiéndose en principal servicio de búsqueda de millones de latinoamericanos.

En mayo de 2002, se produce la asociación con AOL para ofrecer enlaces patrocinados y búsquedas en Google a 34 millones de clientes que utilizan CompuServe, Netscape y AOL.com.

En 2002, la primera toma de contacto con la Biblioteca Universitaria de Michigan para realizarles una propuesta de digitalización de sus fondos. Desarrollan una tecnología de escaneo, que posteriormente aplican en los

siguientes proyectos. La Biblioteca Bodleiana de la Universidad de Oxford, es la siguiente en incorporarse al proyecto.

En junio 2003, nace Google AdSense, el sistema publicitario que inserta anuncios de AdWords en sitios web de terceros, creado con la tecnología obtenida tras la compra de Applied Semantics. Con AdSense nace, además, la carrera de Google por dominar el mundo de la publicidad, y lanzar productos para mostrar el anuncio adecuado en el momento adecuado en el lugar adecuado.

En enero de 2004, nace Orkut, y de esta manera Google apuesta por la carrera de las herramientas sociales. Además de crear aplicaciones de información pública, o de información personal, Google se lanza a presentar herramientas dentro del mundo 2.0, creando 'Google Talk', OpenSocial, 'Google Friend Connect', 'Google Profiles' o Lively.

En abril 2004 se produce el anuncio oficial del servicio de correo gratuito Gmail, con gran capacidad de almacenamiento (1 Gb superior al ofrecido por sus competidores), así como sus funcionalidades de uso (se incorporaba un buscador de contenidos de mails, y se comenzaba a utilizar la novedosa tecnología 'Ajax') hicieron de Gmail uno de los sistemas de correo más populares. Pero con Gmail lo que comenzó realmente fue la gama de productos de Google para la organización de la información personal. Hasta la fecha, Google solamente ofrecía servicios de búsquedas de información pública de la WWW (noticias, imágenes), pero a Gmail le siguieron productos como 'Google Docs', 'Google Calendar' o 'Picasa Web'.

En agosto 2004, Google sale a Bolsa con un precio de 85 dólares por acción. Debido a esta salida a Bolsa, Google tuvo que cambiar su estructura y, en cierta medida, su forma de hacer las cosas para poder así ofrecer buenos resultados económicos a sus accionistas. Además, numerosos directivos abandonaron la compañía tras haber obtenido varios millones de dólares a través de las acciones a las que tuvieron acceso preferente.

En octubre 2004, Google compra Keyhole y Where2, dando comienzo así comienzo a la gama de productos para organizar la información geográfica. Meses más tarde se lanzaron las marcas propias, y en febrero se presentó 'Google Maps' (sobre la tecnología de Where2) y en mayo de 2005 se lanzó 'Google Earth' (cambio de nombre de Keyhole). Los sistemas de información de ambas aplicaciones están evolucionando hacia una plataforma de profesionales y voluntarios que están creando y gestionando los datos de los mapas. Acuden a la Feria de Frankfurt en octubre de 2004 y presentan a los editores la herramienta Google Print. Más adelante cambia su denominación a Google Books.

En marzo 2005, nace la Fundación 'google.org', con el objetivo de los fundadores de Google de aprovechar la tecnología para superar los diversos retos que tiene nuestro planeta, y mejorar también la imagen de la compañía. Así, se presentan proyectos como el coche eléctrico en el que ha invertido Google, o la iniciativa "Energía renovable más barata que el carbón".

En mayo 2005, es presentado el primer 'Google Summer of Code', el evento donde jóvenes programadores dedican el verano a colaborar con proyectos de software libre. Con esta iniciativa se afianza el la buena relación entre Google y la comunidad 'Open Source', con el objetivo de desbancar a Microsoft en su liderazgo en el software de PC.

En junio 2005, nace la API de 'Google Maps', que alcanza una gran popularidad, y con ella una nueva generación de herramientas de programación que consiguen que los desarrolladores creen aplicaciones personalizadas pero con un factor en común: siempre son abiertas (utilizando estándares ya existentes o proponiendo nuevos), y siempre acceden a la información (y a la publicidad) gestionada por Google. La compañía comienza a organizar importantes eventos para fidelizar a los desarrolladores en el uso de sus APIs.

En enero 2006, fuerte polémica por la autocensura de Google en China. A pesar de que había habido polémicas anteriores, esta fue la que mayor repercusión tuvo.

En junio 2006, se lanza 'Google Checkout' y el intento de la compañía de obtener cuota de mercado en el mundo de las compras online y competir así contra eBay y PayPal. Meses antes, en noviembre de 2005, se había lanzado 'Google Base', un servicio disfrazado de base de datos multiuso, pero dirigido realmente a los vendedores de artículos online. Ambos servicios no han obtenido en absoluto el éxito esperado, sobre todo porque los usuarios identifican a Google con herramientas gratuitas de acceso a la información, y no con compras online.

En agosto 2006, nace 'Google Apps', la apuesta de Google por pisar el césped de Microsoft y competir con él en el campo de las aplicaciones ofimáticas en particular y empresariales en general. Google ha ido mejorando progresivamente esta gama de productos, con 'Google Docs offline', con 'Google Sites' y las intranets corporativas colaborativas, 'Google App Engine', o la integración de mayor seguridad con Postini.

En octubre 2006, Google compra YouTube, tras el fracaso de 'Google Video'. De esta manera, Google intenta dominar el mundo de los vídeos.

En noviembre 2007, se presenta oficialmente Android, y con ella la apuesta de Google por controlar el acceso a la información móvil por parte de los usuarios a través de una plataforma en la que participan numerosos socios, líderes en el mercado de la tecnología móvil.

En febrero 2008, se anuncia la construcción de un cable submarino de comunicaciones por parte de Google, y se confirma de esta manera la apuesta de la compañía por disponer de su propia Red, para poder así asegurar que sus servicios llegarán a los usuarios de todo el planeta. Años antes habían surgido rumores sobre datacenters preinstalados y una red de fibra óptica, además de las incursiones en el mundo WiMAX y WiFi, o su intento por hacerse con licencias de banda ancha.

En mayo 2008, se lanza 'Google Health', adentrándose la compañía en el complicado mundo de la información personal médica.

En septiembre 2008, se lanza el nuevo navegador 'Google Chrome', con el objetivo de no perder el control de entrada a la WWW frente a Microsoft Explorer, para garantizar una plataforma libre de desarrollo web, y para poder crear aplicaciones propias dentro de él (reproductores multimedia, herramientas sociales, Sistemas Operativos vía web).

Google gana el Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades 2008; Premio que le hizo entrega el Príncipe de Asturias Felipe de Borbón el 24 de Octubre del 2008, en el Teatro Campoamor de Oviedo, España, al cofundador Larry Page y vicepresidente Nikesh Arora.

En enero de 2010, presenta su primer teléfono móvil Nexus One, desarrollado por la empresa taiwanesa HTC y con el sistema operativo Android. Con este terminal Google inicia su penetración en el campo del hardware, y aplica su tecnología de móviles.

En febrero de 2010, adquiere On2 Technologie empresa de software de desarrollo de video a través de la web, que le permite a Google la introducción de estos servicios en su plataforma, y presenta una nueva versión de su DoubleClick for Publishers (DFP) y mejora los servicios de publicación de anuncios.

En marzo de 2010, se completa la unión del cable submarino de fibra óptica entre Japón y la costa oeste de los Estados Unidos, e inician sus pruebas.

En mayo de 2010, anuncia la creación de Google TV a través de un acuerdo con otras empresas como Intel, Sony, Logitech, Best Buy, DISH Network y Adobe, que le permitirá el desarrollo de un canal de televisión a través de la web. En este mismo mes presenta su versión 2.2 de Android, y retira su soporte Nexus One por la falta de salida en el mercado de terminales móviles.

2.2 Estrategia empresarial

La estrategia empresarial de Google, se encuentra diseñada a partir de un principio de producto desarrollado por los creadores de la propia compañía. El desarrollo un buscador que permitiera *"organizar la información mundial para que resulte universalmente accesible y útil"* ^[1], según palabras de Larry Page y Sergey Bin.

¿Qué es buscar?

Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE) ^[2], es "Hacer algo para hallar a alguien o algo" o, "Hacer lo necesario para conseguir algo" o "Dirigirse hacia un lugar". En estas definiciones se introducen los conceptos necesarios del concepto de búsqueda, utilizado como base de negocio de Google.

En el libro de *John Battelle* (2006), *"Buscar: Cómo Google y sus rivales han revolucionado los mercados y transformado nuestra cultura"*, nos habla de cómo, quién, qué, dónde, por qué, cuándo, y cuánto, como base del concepto de búsqueda y como se produce a partir de la respuesta a estos conceptos la base de este negocio:

- cómo: el motor de búsqueda conecta las palabras que introducidos con una base de datos de páginas web, elaborando posteriormente una lista de urls, que se encuentran relacionadas con la consulta.
- quién: todos los usuarios de internet.
- qué: información de todo tipo
- dónde: utilizando los buscadores más utilizados por el usuario
- por qué: para recuperar aquello que sabemos que existe en la Red y para descubrir aquello que asumimos que debe estar allí.
- cuándo: desde casa y desde el trabajo, con un criterio uniforme.
- cuánto: la necesidad de búsqueda se ha convertido en una oportunidad de hacer negocios, que ha transformado el modelo de comunicación hacia una estrategia de marketing directa.

Partiendo de estas premisas, nos encontramos ante las bases de un negocio, que antes de la aparición de Google, no se encontraba bien definido.

Modelo de negocio

Enlazando con estos conceptos, nos encontramos ante un modelo de negocio, dentro de lo que comenzó a denominarse en los años 90, *"nueva economía"* (*Enrique Garibay Ruiz, 2008*), basada en el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, y que como *Peter Drucker*, predijo veinte años antes que surgiría una nueva economía

[1] www.google.es/intl/es/corporate/

[2] Real Academia de la Lengua Española. Diccionario: buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=buscar [consulta 24 de enero de 2010]

sustentada en el conocimiento. En su artículo publicado en 2006 "*Beyond the Information Revolution*", Drucker, habla de que nos encontramos en el proceso de "normalización de la revolución del conocimiento" y que se refleja en modelos de negocio, como el establecido por Google, que se sustenta en los siguientes pilares: tecnología, conocimiento y usuarios.

El diseño de la empresa se aleja del modelo convencional. Partiendo de un capital inicial procedente de su entorno cercano, se centraron en desarrollar un producto que permitiera realizar las mejores búsquedas. Esto significó la atracción por parte de empresas de capital riesgo hacia este producto, y su rentabilidad.

El uso del buscador en los entornos universitarios, y la mejora en los resultados de búsqueda, hizo que los propios usuarios satisfechos, transmitieran el uso de este, dando lugar a un aumento del volumen de tráfico del sitio. Esto permitió identificar las dos oportunidades iniciales para generar ingresos: los servicios de búsqueda y la publicidad.

Líneas empresariales

Ambas oportunidades de negocio, con el paso del tiempo se han definido en complementarias. Por un lado han desarrollado el modelo de anuncios a partir del sistema Adwords, donde los propios clientes crean anuncios para conducir el tráfico relevante a sus sitios y para generar clientes potenciales. Los "socios editores", como los define Google, utilizan la tecnología AdSense, basados en los resultados relevantes de la búsqueda, ofreciendo estos anuncios de acuerdo al perfil resultante. A su vez, el editor participa en los ingresos generados cuando los lectores hacen clic en los anuncios.

A su vez ha desarrollado la solución Google Search Appliance para aquellos sitios que deseaban tener más control sobre su intranet o sobre las búsquedas de sitios. Se trata de una aplicación segura y escalable que proporciona unos resultados de búsqueda precisos después de rastrear por cualquier tipo de documento.

Google AdWords

Google diseñó AdWords, se ha basado en desarrollar un modelo de publicidad que pueda ser utilizado por cualquier tipo de anunciantes, como Clara Muela Molina (2008) define: "*el valor más destacable de Internet es que ha permitido el acceso a todo tipo de anunciantes sin importar el tamaño o naturaleza del mismo... puede competir con una gran empresa nacional o, incluso, con una multinacional en igualdad de condiciones, planificando sus campañas online con las mismas herramientas y consiguiendo resultados muy similares en cuanto a efectividad*". Cada anunciante se dirige a un ámbito determinado, y focaliza su campaña buscando que sea lo más eficiente posible.

El sistema se basa en el uso de palabras clave, creación de sus propios textos para su anuncio y la gestión de sus cuentas publicitarias online. Los anuncios aparecen en toda la lista creciente de socios de Google, que

incluye miles de sitios, y están dirigidos a páginas relevantes de contenidos y de búsqueda.

A su vez, el equipo de ventas y de servicio de Google apoya a los anunciantes en el proceso de selección de palabras clave y la creación de mensajes publicitarios que concuerden con ellas. Con posterioridad supervisan las campañas de forma exhaustiva, buscando un mayor rendimiento a lo largo del tiempo, separando las palabras clave efectivas de las que no lo son y volviendo a redactar un texto publicitario que sea más eficaz. No existe un límite de palabras clave que el anunciante puede seleccionar, y cada palabra clave puede concordar con una formulación publicitaria diferente.

El producto se completa con un servicio completo de generación de informes para permitir refinar las campañas publicitarias e información en tiempo real que ayuda a determinar qué componentes cumplen mejor su cometido. Además, los anunciantes pueden incrementar su eficiencia ajustando sus campañas y segmentándolas por idiomas o zonas geográficas.

AdSense de Google

Partiendo del principio que la publicidad relevante puede ser tan productiva como los resultados de búsqueda u otras formas de contenido, Google, considera que la publicidad puede mejorar la experiencia de los visitantes en relación con el sitio web de un editor, al tiempo que contribuye a que los clientes recuperen parte de su inversión en la creación de contenidos que tengan valor. Desarrolló el producto AdSense™ donde combina la tecnología de búsqueda de Google con la base de palabras clave para los anunciantes, con la finalidad de encontrar anuncios que concuerden con precisión con los resultados de las búsquedas o con el contenido de las páginas de un sitio, independientemente del grado de especialización del tema.

Google Search Appliance

Basándose en la tecnología de búsqueda web de Google y optimizándola para adaptarla a sus clientes de empresa, proporciona una búsqueda universal a las organizaciones incorporando información procedente de una variedad de fuentes externas e internas, incluyendo sistemas de archivos, intranets, bases de datos, aplicaciones, servicios alojados y sistemas de gestión de contenidos.

2.3 Tecnología

Larry Page establece el principio de su tecnología basándose en el objetivo "*comprende exactamente lo que el usuario quiere decir y le entrega exactamente lo que está buscando*". La búsqueda de respuestas rápidas llevó a desarrollar un modelo tecnológico específico, utilizando equipos conectados que permitía localizar la respuesta de cada consulta más rápidamente, sin problemas en los momentos de picos de peticiones. A su vez, este esquema se definió como escalable y que supusiera muy poco coste.

El software integrado, se basa en la tecnología PageRank cuyo producto inicial se denominó BackRub.

BackRub, el "*surfista aleatorio*" y que definió Page como un sistema que rastreaba enlaces en la web, los almacenaba para analizarlos y posteriormente publicarlos de manera que cualquier usuario de la web pudiera ver quién está enlazado a quién.

El principio de este sistema, es la relación cita- anotación desarrollada en el modelo académico de publicaciones científicas que Page introdujo en su proyecto. El siguiente paso era establecer un método de clasificación por relevancia, atribuyendo una serie de factores que determinarán la pertinencia del enlace.

Basándose en una cadena de Markov, como define *Rafael Bru (2006)* "*...un sistema que evoluciona aleatoriamente con el tiempo pasando por diferentes estados*", desarrollaron un algoritmo matemático, que aplicado a los principios establecidos les permitió definir el BackRub.

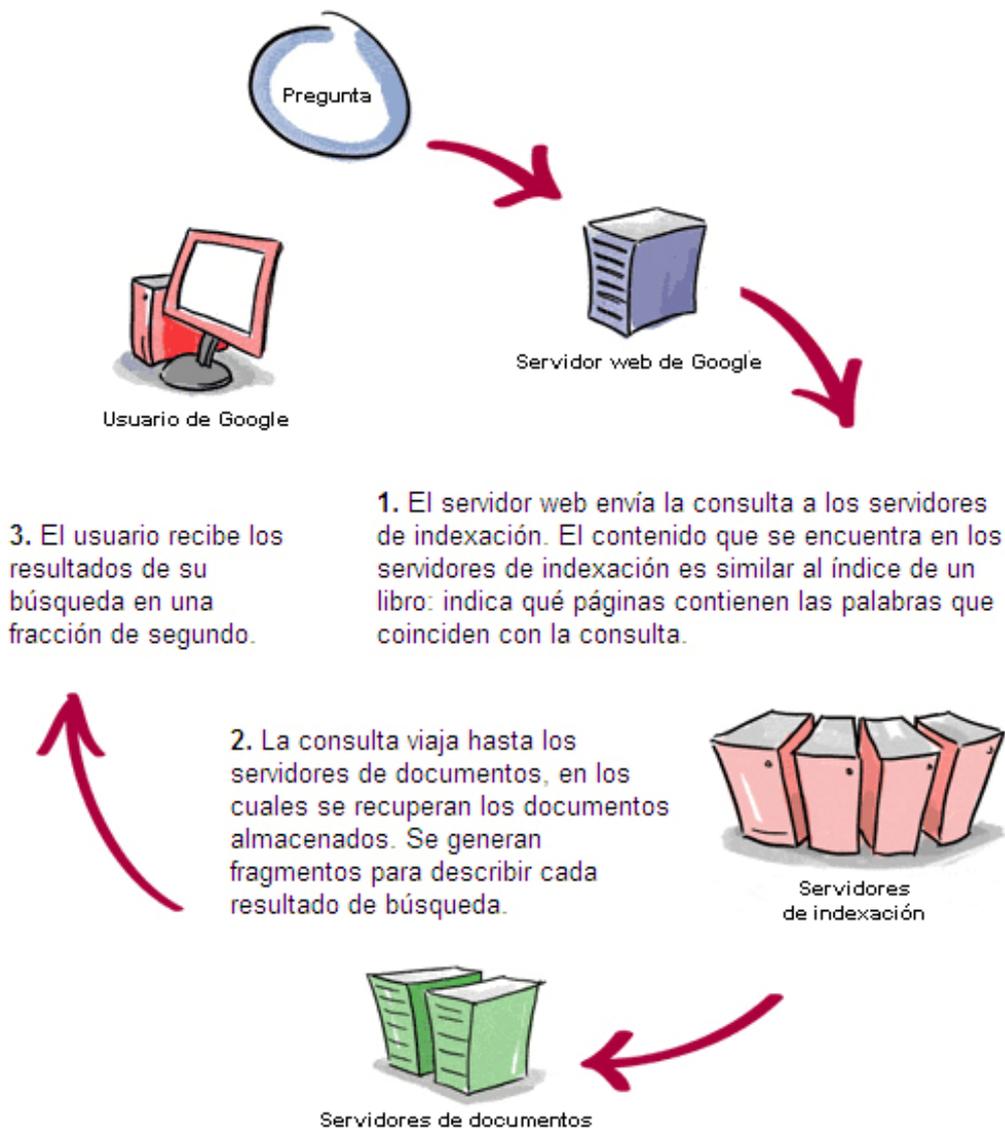
El algoritmo como bien lo define *Gonzalo Penela (2004)*:

Un valor entre 1 y 10 que depende de la cantidad y calidad de las webs que tengan links hacia la web de referencia, así como de sus links internos. El PR transmitido por las webs depende a su vez del PR propio y del número de links salientes que tenga esa página. La fórmula del PR es la siguiente: $PR(A) = (1-d) + d (PR(T1)/C(T1) + \dots + PR(Tn)/C(Tn))$ PR(A) es el PageRank de la página de referencia. **d** es un factor de debilitación. **(1-d)** asegura que cualquier página, aunque no reciba ningún enlace, tendrá un PR mínimo de 0.15. $PR(Ti)/C(Ti)$ es el PageRank (PR) de la página *i*-ésima que enlaza a la web de referencia, (*Ti*), dividido por todos los enlaces (*C*) que también salen de esa página *Ti*, es decir, el PR que transmite. $i = 1, \dots, n$ ya que se suponen *n* páginas que enlacen a la de referencia.

Otro de los componentes del motor de búsqueda, es el análisis de concordancia de hipertextos. Se basa en el análisis del contenido de cada página.

El rastreador revisa cada una de las etiquetas, palabras, fuentes, subdivisiones y la ubicación de cada palabra, para responder adecuadamente a la búsqueda solicitada por el usuario.

Ciclo del sistema de pregunta en una búsqueda de información [3]:



Ciclo de sistema de búsqueda de Google. Traducción de elaboración propia

Por tanto, como bien resume *Barbara Cassin* (2008):

- ⇒ Un enlace un voto.
- ⇒ No todos los enlaces son equivalentes: se pondera la cantidad de citar para el valor del sitio.

[3] www.google.es/intl/es/corporate/tech.html

⇒ El valor del sitio y de la cita es a su vez medido por la cantidad de enlaces que a él remiten, siendo el sitio más importante aquél hacia el cual remiten la mayor cantidad de sitios/enlaces.

2.4 Cultura empresarial: Bases, principios de software, privacidad y seguridad

Bases

Partiendo del estado actual de la tecnología de búsqueda, Google, reconocida por su liderazgo en este proceso, establece el principio de mejorar a largo plazo a través de investigación, desarrollo y capacidad de innovación.

El objetivo básico establecido es dar el mejor servicio, a cualquier persona, en cualquier parte del mundo a través de la mejora continua de manera rápida, precisa y fácil de utilizar al que se pueda acceder desde cualquier ubicación.

Google ha redefinido el concepto que los usuarios, las empresas y los expertos en tecnología tienen de Internet.

Como bases de su cultura empresarial establece:

1. El usuario es lo primero, el resto llegará más tarde...
 - 1.1 La interfaz es clara y sencilla.
 - 1.2 Las páginas se cargan al instante.
 - 1.3 La posición en los resultados de búsqueda no está a la venta.
 - 1.4 La publicidad que aparece en el sitio debe ofrecer contenido relevante y no ser una distracción.
2. Especialízate y hazlo bien
 - 2.1 Especialistas en búsquedas.
 - 2.2 Resolver para crear.
 - 2.3 Aplicación en sectores poco conocidos.
 - 2.4 Desarrollo constante de nuevos productos.
3. Apuesta por la velocidad
 - 3.1 Pasarela de información.
 - 3.2 Gestión de información a través de PC.
 - 3.3 Creación de algoritmos constantes.
4. Democratización de la web
 - 4.1 Evaluación de cada web por enlaces.
 - 4.2 Valoración de la opinión del usuario.

5. Puedes obtener respuesta en cualquier lugar
 - 5.1 No es necesario tener una ubicación fija.
 - 5.2 Las respuestas a tus búsquedas tienen salida en los diferentes soportes móviles: telefonía móvil, pda, palm etc.

6. Puedes tener ingresos éticamente
 - 6.1 Aplicación de la tecnología de búsqueda.
 - 6.2 Anuncios patrocinados relacionados con la temática de búsqueda.
 - 6.3 Evitar la publicidad emergente.
 - 6.4 Fomento de la publicidad por clicks.

7. La información es infinita
 - 7.1 Búsqueda de información inaccesible.
 - 7.2 Recuperación de formatos diferentes.
 - 7.3 Adaptación a la recuperación sobre diferentes terminales.

8. La necesidad de información no tiene fronteras
 - 8.1 Presencia a nivel mundial.
 - 8.2 Dominios en todos los idiomas.
 - 8.3 Servicios de traducción automatizada a través de voluntarios.

9. No depende de cómo te vistas para ser profesional
 - 9.1 Trabajar es un reto y tiene que ser divertido.
 - 9.2 Trabajo en equipo.
 - 9.3 Intercambiar y fomentar la comunicación.
 - 9.4 Estructura horizontal.

10. Siempre hay que superar las expectativas
 - 10.1 No hay que conformarse con lo excelente.
 - 10.2 Innovar y perseverar, identifica lo que funciona.
 - 10.3 Anticiparse a las necesidades y responder rápidamente.

Principios de software

Partiendo de las experiencias desarrolladas en la red, donde a veces encontramos sistemas que pueden engañar al usuario, así como conectarte a números con tarifas altísimas, Google ha definido unas directrices de funcionamiento que pone a debate, a todas las empresas de su sector.

Considera que la creación y distribución de software son procesos complejos ya que tecnología está en continua evolución. Por ello, es posible que algunas aplicaciones útiles no cumplan enteramente con estos principios;

asimismo, es posible que haya ciertas prácticas engañosas que estos principios no contemplen.

Estos principios se centran solo en las áreas de software y publicidad en Internet, con una actualización continua ya que los avances tecnológicos se producen de una manera constante y vertiginosa.

Los principios son:

- Libre elección en la instalación del software: indicar el proceso de instalación, seguimiento y decisión por parte del usuario.
- Información por adelantado de las funciones básicas e importantes: mostrar con claridad si la aplicación obtiene ingresos por mostrarte la publicidad.
- Sistema sencillo de desinstalación o desactivación de la aplicación.
- Aplicaciones responsables con las modificaciones del comportamiento del usuario: identificación e información.
- Informar al usuario de la toma o difusión de sus datos a terceros.
- Buscar buenas empresas donde distribuir las aplicaciones, que cumplan unos principios básicos.

Como respuesta a las sucesivas ingerencias que se producen en este sector, y debido a como puede afectar el negocio del buscador, Google se proclama defensora de estos principios y defiende la distribución de su software solo a aquellos paquetes en que todas las aplicaciones cumplan con las directrices mencionadas, defendiendo el beneficio del usuario.

Privacidad

Partiendo de la transparencia y libertad de elección, Google desarrolla unos niveles de privacidad y seguridad que garantice al usuario el uso de sus herramientas a su vez utilizados a nivel interno de la compañía.

Los principios de privacidad establecidos desde Google:

- Utilización de información para desarrollar productos y servicios requeridos por los usuarios.
- Desarrollo de productos basados en los principios de buenas prácticas y estándares definidos.
- Recopilación de información de los usuarios de forma transparente.
- Servicios a los usuarios para proteger su privacidad.
- Supervisión responsable de la información almacenada.

Seguridad

Los productos seguros son básicos para generar confianza entre los usuarios. Los criterios de seguridad de los servicios maduran mejor en comunidad, y permite estar alerta a todos los usuarios del producto.

El proceso de notificar el problema al vendedor antes de revelar públicamente la información es una práctica recomendada estándar de la industria conocida como *revelación responsable*. La revelación responsable es importante para la ecología de Internet. Permite a compañías como Google mantener a sus usuarios seguros mediante la solución de vulnerabilidades y la resolución de problemas de seguridad antes de que llamen la atención de algunas personas con intenciones poco honestas. Es importante, ser co-responsable como usuario de búsqueda y proceder a las demandas de problemas de seguridad y llevar a cabo unos los sencillos protocolos y normas de la revelación responsable.

2.5 Actividades y líneas de negocio: El libro

En 1996, Sergey Brin y Larry Page estudiantes de Informática trabajaban en un proyecto de investigación financiado por el proyecto de tecnologías digitales aplicadas a bibliotecas de la Universidad de Stanford. El proyecto estaba dirigido a poner en funcionamiento las bibliotecas digitales, con la idea de digitalizar grandes colecciones de libros, y contar con un buscador capaz de indexar el contenido existente en los libros y poder establecer relaciones entre ellos.

Idea que con posterioridad permitió desarrollar el rastreador "BackRub".

En el año 2002, el proyecto interesa a algunos trabajadores de Google, y comienzan a desarrollarlo. Los pasos iniciales fueron hablar con expertos sobre diferentes problemáticas de la digitalización de libros: tiempo de digitalización, técnicas existentes.

Larry Page con Marissa Meyer, gestora de producto de Google comienza a experimentar con un metrónomo cuanto tiempo tarda en escanear un libro de 300 páginas, consiguiéndolo en 40 minutos.

Se interesan por los proyectos de digitalización que se están desarrollando en diferentes bibliotecas de gran envergadura como el American Memory de la Biblioteca del Congreso ^[4], el proyecto Gutenberg ^[5], el Million Book de la Carnegie Mellon University ^[6] y el Universal Library ^[7]. El equipo empieza una serie de visitas a estos proyectos para saber cómo se está trabajando. Una de las visitas que realiza Larry Page, es la Universidad de Michigan, pionera en proyectos de digitalización como el JSTOR ^[9] y el Making of America ^[8], y se entera que la estimación para escanear los siete millones de volúmenes de la biblioteca es de 1.000 años, le comenta a la rectora que cree que Google lo podría hacer en seis años.

Al año siguiente, miembros del equipo visitan la feria editorial benéfica en Phoenix (Arizona), con la intención de comprar libros para probar técnicas de escaneado no destructivas.

Realizan números intentos experimentales, para desarrollar algún método de escaneado que sea menos destructivo de lo habitualmente utilizados, y desarrollan un método poco destructivo y a alta velocidad.

Dentro del proyecto, la parte de software se está desarrollando paralelamente. Los ingenieros avanzan en los diferentes problemas técnicos que surgen al intentar procesar toda la información contenido en los diferentes libros, de tamaños variados, fuentes poco habituales y en 430 idiomas distintos.

[4] memory.loc.gov/ammem/index.html

[5] www.gutenberg.org

[6] www.archive.org/details/millionbooks

[7] www.ulib.org/

[8] www.jstor.org/

[9] quod.lib.umich.edu/m/moagrp/

En el año 2004, el equipo de Google Libros, visita la Biblioteca Bodleiana ^[10] de la Universidad de Oxford, fundada en 1602 por Sir Thomas Bodley, cuyo objetivo ha sido siempre servir a toda la comunidad universitaria y a todo el mundo.

Durante la visita, pueden ver y tocar libros centenarios, que no son consultados habitualmente por los usuarios de la biblioteca. Comienzan a tener la visión de la posibilidad de ampliar el número de eruditos que consulten estos libros.

Se inician las reuniones y discusiones, llegando a un acuerdo formal de digitalizar la colección de esta biblioteca formada por un millón de libros de dominio público del siglo XIX en un plazo de tres años.

A su vez, han mantenido contactos con diferentes editores en todo el mundo, y las respuestas van llegando.

En octubre de 2004, asisten a la Feria del Libro de Frankfurt (Alemania), uno de los principales encuentros que se producen en Europa a nivel editorial, realizando la presentación de su nuevo producto "*Google Print for Publishers*" a todos los editores presentes en este evento. La idea era sencilla poner a disposición de manera accesible y localizables libros online, sin problemática con los derechos de autor. Pero como nos menciona *David Vise* (2006), los editores no tenían claro lo que quería Google. Por un lado compartían el interés por difundir la información, y ampliarla pero por otro Google quería la máxima cantidad posible de contenidos y además gratuitos para ganar dinero en publicidad, mientras que el objetivo de los editores era vender libros.

Los primeros editores en unirse fueron: Blackwell, Cambridge University Press, University of Chicago Press, Houghton Mifflin, Hyperion, McGraw-Hill, Oxford University Press, Pearson, Penguin, Perseus, Princeton University Press, Springer, Taylor & Francis, Thomson Delmar y Warner Books.

En diciembre de ese mismo año se inicia el proyecto para las bibliotecas "*Google Print for Library Project*", gracias a la asociación con la Universidad de Harvard, la Universidad de Michigan, la Biblioteca Pública de Nueva York, Oxford y Stanford.

Aproximadamente, unos 15 millones de volúmenes entre todas las colecciones.

A principios de 2005 surgen las primeras resistencias al proyecto presentado por Google (*Barbara Cassin, 2008*):

- La creación de la Biblioteca Digital Europea a partir del llamamiento de *Jean-Noël Jeanneney* (23 de enero de 2005)² en su tribuna de Le Monde "Cuando Google desafía a Europa".

[10] www.ouls.ox.ac.uk/bodley

2 Quand Google défie l'Europe. En: Le Monde, 23 Janvier 2005: www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=885549

- Sublevación de los editores, autores y propietarios de derechos en Estados Unidos, extendiéndose a otros países.
- Aparece un competidor para Google: Open Content Alliance ^[11].

En junio de 2005 el proyecto iniciado en la Biblioteca Pública de Nueva York queda suspendido, debido a los problemas de los derechos de autor suscitados por la Asociación de Editores Americanos (*Jean-Noël Jeanneney*, 2007).

En octubre del siguiente año, acuden de nuevo a la Feria del Libro de Frankfurt, para presentar las diferentes asociaciones de "Google Print", con ocho países europeos: Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Italia, Países Bajos y Suiza.

Realizan una donación de 3 millones de dólares a la Biblioteca del Congreso para ayudarles a construir la Biblioteca Digital Mundial, que proporcionará acceso online a una colección de títulos excepcionales y únicos de todo el mundo. Así mismo se amplió al programa de escaneado piloto a la biblioteca, incluyendo las tareas de digitalización de obras de valor histórico y documentos legales presentes en colección de la Biblioteca del Congreso.

En este mismo año cambia su denominación de "Google Print" a "Búsqueda de libros de Google". Se inicia la controversia creada por el proyecto para bibliotecas, y participan en el debate público sobre los principios de este. Se reanuda el proyecto interrumpido de la Biblioteca Pública de Nueva York, y se mantiene la polémica sobre la vulneración de los derechos de autor.

En 2006, la rectora de la Universidad de Michigan, Mary Sue Coleman, explica ante la Asociación de Editores Americanos (AAP) las razones por las cuáles han decidido participar en el proyecto de digitalización de bibliotecas realizado por Google.

En la Feria del Libro de Londres, se reúnen con sus asociados para compartir las diferentes experiencias hasta el momento. Más adelante, se incorpora la opción propuesta a los editores de ofrecer a los lectores el acceso completo a los libros online desde sus navegadores.

A lo largo del verano, inician una serie de actividades relacionadas con el libro para promocionar su nueva línea de negocio: patrocinan las actividades realizadas por la organización "Shakespeare in the Park", creando un espacio de búsqueda online de las obras completas de Shakespeare. En Nueva York, asisten a la Book Expo America, y muestran a editores y autores, como es el programa de afiliación de Google Libros.

[11] www.opencontentalliance.org/

Se realizan una serie de mejoras en el servicio para que la búsqueda se más sencilla y útil:

- Botón de descarga en formato pdf para todos los libros no protegidos por derecho de autor.
- Nueva interfaz de consulta y de navegación.
- Nuevas páginas de la sección "Acerca de este libro": para dar a conocer los algoritmos que utiliza Google para establecer relaciones entre contenidos: libros relacionados, páginas y citas a otros libros de carácter académico.

En otoño, cuatro bibliotecas nuevas se incorporan al Proyecto para bibliotecas: la Universidad de California, la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de Wisconsin (Madison) y la Universidad de Virginia.

En 2007 con la nueva interfaz de usuario, se prueban nuevas formas de interacción usuario-libro:

- Lugares de este libro: inclusión de mapas que permite a los usuarios buscar libros por los lugares mencionados en el texto.
- Pasajes populares: crean una forma de navegación a partir del seguimiento de un pasaje a través de una colección de libros.
- Mi biblioteca: se ayuda al usuario a utilizar la búsqueda de Google como herramienta en sus colecciones personales de libros, incluso compartiendo reseñas y puntuaciones.
- Nueva página principal (solo para Estados Unidos): nuevos puntos de inicio para explorar libros en el índice establecido por Google.

Marissa Mayer, gestora de producto de Google, presenta la "búsqueda universal" y "búsqueda de libros", para ser integrada en el producto de Google Libros en Estados Unidos.

En mayo, la biblioteca universitaria y cantonal de Lausanne y la biblioteca de la Universidad de Gante se unen al programa de Búsqueda de libros, incorporando libros en alemán, flamenco, francés, latín y otros idiomas, y aumentando el número total de bibliotecas europeas a seis.

Durante el verano de ese año se incorpora al servicio un enlace "Ver texto sin formato" a todos los libros que no están protegidos por derechos de autor. Se introduce las opciones de T.V. Raman que explica lectores de pantalla y permite la visualización en braille, permitiendo a los usuarios con problemas de visión leer los libros.

En diciembre, la interfaz de la Búsqueda de libros esta disponible en más de 35 idiomas incluidos el checo, el finlandés y el japonés. Están presentas más de 10.000 editores y autores de más de 100 países en el Programa de afiliación de la Búsqueda de libros de Google.

El Proyecto para bibliotecas se amplía a 28 afiliados, incluidos siete afiliados de bibliotecas internacionales: Universidad de Oxford (RU), Biblioteca de Cataluña (España) y Universidad de Keio (Japón).

La controversia se mantiene a todos los niveles, Google y su proyecto de "organización del saber" tiene enemigos en todas partes.

En todos los países mantiene litigios, y a pesar de ello sigue desarrollando su proyecto de digitalización.

3.1 Democratización de la cultura

Todos los objetivos tienen un principio, y desde luego la empresa Google definió en sus inicios sus objetivos a partir de una misión "organizar la información mundial para que resulte universalmente accesible y útil", como reza en la presentación de la visión general de la compañía en su página web.

No sabemos si por considerarlo una oportunidad, o su formación academicista los dos creadores de Google partieron del principio de la "democratización del conocimiento" como la base de su estrategia a través de su buscador.

Nos introducimos en el peligroso mundo de los conceptos, y de las realidades presentes a partir de la interacción de la tecnología en nuestras vidas, dando lugar a una nueva concepción de uso del conocimiento desde otras perspectivas.

Democratizar, se define como hacer algo accesible a gran número de personas. Concepto de arraigo de gran vinculación política y que nos acerca a la necesidad de una horizontalidad de todos los aspectos de la vida. Principio, que aplicado actualmente al uso de la tecnología nos lleva a su integración en los procesos de globalización (*Alicia Silva, 2008*), que bien está siendo usado y explotado por numerosas entidades para su crecimiento y enriquecimiento.

Como citan *Donato Gómez Díaz* y *José Miguel Martínez López* en su trabajo "*La Desregulación del conocimiento o ¿fase o final de trayecto?*" (2004), la globalización es "la integración del mundo y pensamiento en un solo mercado, siendo consecuencia de la velocidad en la que circula la información", disponiendo de herramientas que permiten localizar e incluso transformar ese conocimiento en diferentes subproductos disponibles para cualquier entorno y usuario.

Google, interpreta y proyecta este concepto como base de un negocio informativo que va transformando sucesivamente en un vehículo del conocimiento, Gerhard Steingress (2005) nos dice "..., sino también una nueva condición histórica para la producción de significados, es decir, para la producción simbólica de la realidad mediante las nuevas tecnologías de la telecomunicación, la universalización de lo étnico y las situaciones transculturales".

Desde el principio la relación entre Larry y Page con el mundo del libro es constante. Sus inicios en Standford, fue para llevar a cabo un proyecto de digitalización de libros en la biblioteca de esta universidad. Sus lazos familiares y formativos, les han llevado a mantener la curiosidad y a tener una visión diferente de la información existente en diferentes formatos, y la disponibilidad de ella a través de la red.

No podemos dejar de observar que ambos se formaron en el desarrollo de la red, y como buenos informáticos participaron en su revolución. Las buenas herramientas son creadas y perfeccionadas para crecer.

El libro apareció en sus vidas como un soporte goloso, atractivo y en un momento de cambio dentro de la participación en la red de las bibliotecas universitarias. Consideraron una oportunidad, definir un proyecto de gran envergadura donde la necesidad de una buena tecnología de digitalización, permitiera poner a disposición de los usuarios universitarios los fondos existentes y facilitar la transición definitiva al mundo digital.

Este momento se puede definir como el mismo que vivió el mundo del libro en el siglo XVIII (*Alejandro Piscitelli, 2009*) con la aparición de una burguesía ociosa, que demandaba lecturas diferentes y por entregas. Se inicia la mercantilización del mundo del libro, tan rechazado y denostado por los estrechos círculos intelectuales del momento, y así mismo el proceso de globalización del libro que dio lugar al desarrollo del mundo editorial que actualmente conocemos.

Enlazando directamente con este concepto, no debemos de dejar de hablar del mundo de los contenidos digitales que poco a poco se va configurando como parte del entramado empresarial de todos los países, y se va introduciendo en la vida de todos los ciudadanos desde su vertiente de ocio, y se extiende progresivamente hacia otros ámbitos empresariales creando progresivamente una nueva industria, donde intervienen numerosos agentes creadores.

Los esfuerzos por una integración tecnológica en todos los niveles, y la creatividad y las estrategias de mejora para dar accesibilidad a esos contenidos, nos integran en una "sólida realidad" (*Red.es, 2009*) apoyada en creciente consumidor digital que poco a poco va creciendo, y demanda los nuevos soportes como medio de comunicación y consumo en todos los ámbitos de sus vidas.

Esta demanda va dirigida a todo tipo de contenidos que se han ido introduciendo en la web, como canal de comunicación y sobre todo de negocio.

Esta situación genera que aquellos sectores ajenos a este tipo de comunicación digital, estén empezando a ver la necesidad de implementar las tecnologías digitales en sus contenidos, siendo el mundo del libro el que siempre ha ido a la zaga, con pocas muestras de sufrir una transformación como soporte e integrarse en el amplio mundo de los contenidos digitalizados.

Lo cierto, que se quiera o no es poco a poco con las sucesivas iniciativas que ha ido apareciendo el mundo del libro está presente bien como mercancía de venta a través de las diferentes librerías virtuales, bien como parte integrante de páginas web de creadores literarios, bien dentro de las estanterías virtuales de las diferentes bibliotecas que están integrando este amplio mundo de conocimiento.

No es de extrañar, que las iniciativas del buscador dentro de sus áreas de negocio sea desarrollar ampliamente su proyecto Google Books desde todas las perspectivas, ya que el negocio editorial dentro las economías occidentales tiene un peso muy importante, tanto a nivel de facturación como representatividad en su PIB. En el caso de España, podemos decir que es el cuarto país en producción mundial de libros con más de un millón de ejemplares editados en 2008, aporta un 1,3% (9.729,5 millones de euros de media en el período 2000-2005), lo que supone un 43,7% de la aportación total de las actividades culturales al PIB ³.

El "*Google Print for Lybrary Project*" ^[12] (Google Books actualmente), inicio su ambicioso desarrollo en diciembre de 2004, gracias a la asociación con la Universidad de Harvard, la Universidad de Michigan, la Biblioteca Pública de Nueva York, Oxford y Stanford. Aproximadamente, unos 15 millones de volúmenes entre todas las colecciones. Dentro de estas colecciones, existen numerosas obras de dominio público a las que Google ha digitalizado y puesto a disposición de la red, pero aquí está la problemática el escaneo de estas obras genera nuevos derechos de reproducción, por lo que si la biblioteca no lo desea puede impedir que se comercialicen o distribuyan esos documentos digitalizados sin su consentimiento. Es decir, una editorial no podría revender libremente una obra digitalizada sin un acuerdo previo con la biblioteca si ésta decide mantener ciertos derechos sobre la reproducción. Lo mismo podría decirse de las tareas de digitalización de los grandes buscadores de Internet, las obras se ponen a disposición de los internautas aunque si se quieren comercializar a través de otras vías se debería llegar a un acuerdo por los derechos de reproducción.

Un negocio que puede llegar a ser bastante suculento en el mundo digital en el que los costes de almacenamiento y distribución son mínimos ⁴.

Esta es la realidad que ve Google, un nuevo mercado creciente y real, y su negocio: la publicidad asociado a la búsqueda. Tres conceptos que se conjugan perfectamente y en el que quiere estar y está presente: el mundo del libro. Por un lado con los acuerdos con las bibliotecas, y por otro con las editoriales, pero ¿qué papel quiere jugar?

Actualmente, nos encontramos que aquel buscador cuyo objetivo era "democratizar la cultura", se ha convertido ampliamente en una de las empresas más rentables, contando en 2009 con una capitalización bursátil de 130.000 millones de euros, y con un incremento del beneficio del 54%, realizando una inversión menor que en el año 2008⁵, y que le han salido numerosos enemigos debido a este progresivo dominio que va ejerciendo en todos los mercados donde se introduce.

3 La industria editorial se sitúa en el cuarto puesto mundial. En: Público, 24 de abril de 2009. www.publico.es/culturas/221266/editorial/industria/puesto/cuarto/mundial/espanola

[12] books.google.es/intl/es/googlebooks/history.html

4 Los bibliotecarios sin Gutenberg. Marcos Ros. www.documentalistaenredado.net. Entrante, p. 71-81

5 Se abre la veda contra Google. En: El País, Primer plano, 7 de marzo de 2010. www.elpais.com/articulo/primer/plano/abre/veda/Google/elpepueconeg/20100307elpneglse_2/Tes

3.2 ¿Quién fue el primero?

La historia está llena de intenciones, y sobre todo de grandes proyectos que surgen y se retoman con el tiempo pero sobre todo de grandes ideas que han ido surgiendo en diferentes momentos y circunstancias, que aparecen y desaparecen, pero se mantienen.

Desde principios del siglo XX, han crecido y se ha mantenido la idea de aglutinar todo el saber de la humanidad y poder disponer de él desde cualquier punto del planeta. Concretamente Paul Outlet y Henry La Fontaine, crearon en 1895 la Oficina Internacional de Bibliografía (IOB) y simultáneamente el Instituto Internacional de Bibliografía (IIB), cuyo fin "ordenar la producción literaria universal" (*Pilar Arnau, 1995*).

El escritor Herbert G. Wells, intuyó la posibilidad de crear un "gran cerebro" que aglutinara todos los saberes de la Humanidad. En 1936 pensó en una gran enciclopedia universal, en un proceso continuo de cambio, pensando en la participación de expertos como desarrolladores del producto, es el antecedente de la Wikipedia (*Karim Gherab Martín, 2009*). En 1938, concibió (*Wells, 1938*) la posibilidad de crear una red mundial de documentos microfilmados que fueran visibles tanto en el Perú como en la China. En esto precedió tanto al bibliotecario Fremont Rider (1944) como al gestor-político-científico Vannevar Bush (1945).

Como idea central, y a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías en la década de los setenta del pasado siglo, en un momento donde el uso de la informática se centraba fundamentalmente en la resolución de grandes fórmulas matemáticas, surgió una figura que planteó que estos recursos tecnológicos podían tener otro uso (*Carlos Cabezas López, 2008*).

Michael Hart, en 1971, consideró que el uso de tecnologías informáticas, y el desarrollo de procesos para transformar los formatos tradiciones como el papel al formato digital permitiría el almacenamiento del conocimiento, que se encontraba disponible en las bibliotecas de una forma fácil y segura.

Partiendo del acceso al ordenador de la Universidad de Illinois, inició su proyecto, que más adelante recibiría fondos para poder continuar con la investigación de conversión digital de las publicaciones. La primera obra que puso a disponibilidad de los escasos usuarios de la red en esos momentos fue la *Declaración de Independencia de los Estados Unidos*, convertida a formato digital y que inició su famoso "proyecto", de conocimiento universal. Aparecía el "Proyecto Gutenberg" en la red.

Michael Hart, concibió el "Proyecto Gutenberg" ^[13] como una gran biblioteca digital en progresión. Manteniendo el concepto técnico de "proyecto" como etapas que se van cumpliendo paso a paso, con una estructura predeterminada previamente (*Joaquín M^a Aguirre Romero, 1998*).

[13] www.gutenberg.org/wiki/Main_PageC

Project Gutenberg

search book catalog
Author:
Title Word(s):
Go

- Advanced Search
- Browse Catalog
- Bookshelf

search site
Term:
Go Search Site

- Main Page
- Categories
- News
- Contact Info

donate

Main Page

From Project Gutenberg, the first producer of free electronic books (ebooks).

Project Gutenberg is the place where you can download over 30,000 [free](#) ebooks to read on your PC, iPhone, Kindle, Sony Reader or other [portable device](#).
[Book catalog](#) · [Bookshelves by topic](#) · [Book search](#) · [Top downloads](#) · [Recently added](#)

We carry high quality items: Our books were previously published on paper by *bona fide* publishers and digitized by us with the help of thousands of volunteers. All our ebooks can be easily downloaded: Choose between ePub, Mobipocket, HTML and simple text formats.

No fee or registration is required, but if you find Project Gutenberg useful, we kindly ask you to [donate a small amount](#) so we can buy and digitize more books. Or you can [help us digitize more books](#) or [help us record audio books](#).

Over 100,000 free books are available through our [Partners, Affiliates and Resources](#).

Our books are free in the United States because their copyright has expired. They may not be free in other countries. Readers outside of the United States must check the copyright laws of their countries before downloading or redistributing our ebooks.

Site Map

The Online Book Catalog

- [Online Catalog](#): main page with browsing options.



Página principal web Gutenberg Project [consultada 5 de abril de 2010]

Los principios de este proyecto son básicamente:

- 1.- SIN BENEFICIO ECONÓMICO: Su organización es una sociedad sin ánimo de lucro, que actualmente está constituida legalmente en Mississippi (Estados Unidos).
- 2.- UNIVERSALIDAD: Poner a disposición de todos los usuarios la mayor cantidad de obras literarias, en un formato electrónico de fácil lectura y uso.
- 3.- DEFENSA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: Las obras se encuentran dentro de dominio público, libre de derechos de autor y se rige, por las leyes de propiedad intelectual de cada país.
- 4.- ORGANIZACIÓN/ESTRUCTURA: Se encuentra estructurado en tres grandes grupos: literatura universal y clásica, literatura popular y grandes obras de referencia.
- 5.- PREDOMINIO LENGUA INGLESA: Presencia altamente anglosajona de las obras, debido a su desarrollo inicial, pero también están presentes obras en otros idiomas aunque en menor medida que este.
- 6.- DISPONIBILIDAD/FACILIDAD: Las obras se encuentran disponibles en formato txt y en formato comprimido zip, sin grandes complejidades tecnológicas, manteniéndose fiel al principio de fácil uso y disponibilidad. En ambos casos facilita la portabilidad y el poco peso de los archivos, y la lectura en cualquier equipo antiguo o moderno.
- 7.- VOLUNTARIADO/COLABORACIÓN: El crecimiento del proyecto se debe a los numerosos voluntarios que participan activamente, tanto en todas las fases de digitalización y edición. *Karim Gherab Martín (2009)* señala *“el Project Gutenberg apuesta por una wiki-estrategia en la que todos los*

lectores son ojos inquisidores con permiso para notificar e, incluso en muchos casos, corregir cualquier error de escaneo".

8.- CRECIMIENTO/DESARROLLO: Incorporación de nuevos formatos a esta gran "biblioteca digital" o "think tank" ⁶ (Gabriel Zaid, 2010), como el acceso a obras musicales, artes visuales, objetos 3D, audio-libros y hasta un archivo de diarios y revistas.

A partir de este nuevo concepto de difusión de la cultura, se han desarrollado numerosos proyectos con principios similares bien que pretenden la "universalidad del conocimiento" sin la espera de un beneficio económico hasta otros, que partiendo de este mismo concepto, han desarrollado modelos de negocios activos y rentables, que conviven en la red, en breve analizaremos las iniciativas tanto públicas como privadas.

⁶ Gabriel Zaid, relaciona el desarrollo de estos grandes proyectos digitales con el sueño de los Tolomeos y la creación de la Biblioteca de Alejandría, así como la idea de crear un punto de reunión de ideas, principios a partir de la reunión de todo el saber organizado, conocido en ese momento. De ahí su similitud con los "think tank" actuales.

3.3 Iniciativas privadas internacionales

El "proyecto de Hart", fue el punto de partida para otros muchos proyectos que se han ido desarrollando con el principio de "aplanar el mundo" (*Friedman, 2006*), y dar acceso a todo aquellos libros y objetos que nos ofrecen las diferentes culturas.

Como hemos podido ver con anterioridad hay numerosas iniciativas públicas que comenzaron algunas también en los años 70, 80 y 90, y que siguen prosperando y mejorando, en cuanto a modelos de servicios a usuarios y desarrollos tecnológicos. Todas cumplen el mismo criterio: el acceso al conocimiento dándole un valor universal.

Además de las iniciativas públicas, existen dos propuestas con un carácter puramente comercial, y que tienen su punto de partida no en organizaciones sin ánimo de lucro, o bibliotecas sino que proceden en ambos del mundo de la tecnología: Google Book Search y Open Content Alliance (OCA). El primer caso el metabuscador "Google" no generador de contenidos y en el segundo caso, la reacción por parte de su competidor y algunas empresas más: Yahoo, Hewlett Packard, ante este "gran pulpo tecnológico".

Google Book Search

Surge a finales de 2004 como nueva línea de negocio dentro del crecimiento que está experimentando la compañía. Sus intenciones son bien diferentes a las propuestas por las bibliotecas virtuales que hemos podido nombrar, no tanto de organizar y hacer accesible un corpus lo más amplio o restringido posible (*José Manuel Lucía Megías, 2007*), sino como nos indica Susan Wojcicki, directora de productos de Google, "abrir la riqueza de la información que está 'off line' y ofrecerla 'on line'".

Básicamente está es la línea del producto: hacer digital todo lo digitalizable, inicialmente.

Para poder contar contenidos, su estrategia fue establecer una serie de acuerdos con diferentes bibliotecas universitarias de Estados Unidos: Michigan, Stanford, Harvard, Oxford así como la Biblioteca Pública de Nueva York, y en el continente europeo: Biblioteca Universitaria de Oxford, la Biblioteca de Catalunya y la Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid, que le permitieron desarrollar un nuevo producto basándose en el concepto de "intermediario" (*Ana Nistal, 2009*).

Al mismo tiempo, como empresa tecnológica puso en marcha toda su maquinaria para contar con el mejor sistema de digitalización, aplicándolo en diferentes soportes y momentos.

Pero lo cierto es que simplemente ha sido el principio: procesos de digitalización que posteriormente se le han ido añadiendo diferentes funcionalidades que aportan valor al libro en sí, y que introducen al libro en un contexto relacionado: reseñas, enlaces a librerías, consulta de otras

ediciones etc... siempre con la venta de publicidad asociada al contenido como forma de rentabilizar su producto.

Google Book Search, partió de la idea de digitalizar solo las obras disponibles en dominio público; más adelante se amplió este planteamiento a aquellas que carecían de autor, y se encontraban "en el limbo editorial"⁷. La falta de cumplimiento de los acuerdos con los editores, y el hacerse con obras protegidos, han provocado una serie de reacciones en cadena, que le ha llevado a enfrentarse en Estados Unidos a diferentes demandas así como en Europa. Recientemente la justicia americana ha llevado a cabo la revisión del acuerdo realizado entre Google y Gremio de Autores y la Asociación de Editores Estadounidenses, por considerar que viola la legislación antimonopolio de este país⁸.

La polémica está servida, y continuará lo cierto es que las reacciones ante esta ingerencia en el mundo editorial ha dado lugar a que le industria del libro empiece a reaccionar, y consideré que tiene que desarrollar otro engranaje de acuerdo a los tiempos: la filosofía del "just-in-time" aplicada al mundo de la cultura.



Página principal web Google Books Search [consultada 23 de abril de 2010]

books.google.es

Open Content Alliance (OCA)

Surge en el año 2005 como iniciativa de Yahoo, en un momento donde se está produciendo una guerra de estrategias entre Google y Microsoft.

Presentado como consorcio, contó con el apoyo inicial de Microsoft ya que este patrocinó en sus inicios el proyecto de Internet Archive⁹; abandonándolo con posterioridad, ya que lo consideran una decisión estratégica para poder dedicar todos sus esfuerzos al desarrollo de nuevas

⁷ Google quiere 'sacar del limbo' los libros que se olvidan cada año. En: El Mundo, Navegante, Empresas, 22 de febrero de 2006.

⁸ La biblioteca virtual de Google, en ascuas. En: El País, Cultura, 19 de febrero de 2010.

⁹ Microsoft abandona el programa de digitalización de libros y unifica sus buscadores en Live Search. En: Beat Internacional, 25 de mayo de 2008. beat.ediciona.com/category/microsoft/

áreas de búsqueda vertical más comerciales, con la intención de que los usuarios que realicen compras obtengan beneficios por parte de los anunciantes.

Pero la iniciativa continúa y en ella se integran otras empresas lucrativas y organizaciones y entidades públicas sin ánimo de lucro. Participan más de 100 empresas, además de Yahoo!, Alfred P. Sloan Foundation, Hewlett Packard, Adobe Systems, Xerox Corporation, British Library y la National Library of Australia, entre otras.

Al ser un proyecto colaborativo, la digitalización de las obras es realizado por las propias organizaciones, prestan servicios para la Alianza, proporcionan infraestructura o fondos. A diferencia de otras iniciativas, la digitalización de la OCA no afecta a los derechos de autoría intelectual de las obras digitalizadas. Realiza la coordinación del acceso a las obras de las bibliotecas contribuyentes a través del Internet Archive, que es el administrador del proyecto. En este sentido, los participantes conceden una particular importancia a las obras que no poseen derechos de autor (*Reiner Kallenborn y Carolin Becker, 2009*).



Página principal web Opent Content Alliance [consultada 23 de abril de 2010]

www.opencontentalliance.org/

Los objetivos de la Alianza se mantienen para todos los participantes: crear un archivo permanente de textos multilingües digitalizados y de material multimedia, que represente la producción creativa de la humanidad (*Josep Vives (coord.), 2009*).

Todo el contenido del archivo OCA está disponible a través de su página web, y Yahoo!, es el encargado de indexar todos los fondos almacenados por la Alianza, poniéndola a disposición de un amplio conjunto de usuarios de Internet. Al mismo tiempo, apoya los esfuerzos de los otros miembros para crear y ofrecer herramientas a través de catálogos e índices que le permita mejorar la usabilidad de los materiales en el archivo. Fomenta el acceso y la reutilización de las colecciones en el archivo, con el respeto a la propiedad intelectual de los propietarios de los contenidos así como de sus colaboradores.

En ambos casos el objetivo es el libro. La reacción ante la mercantilización de los fondos existentes en diferentes entidades públicas, así como la recuperación de obras denominadas “huérfanas”, ha llevado a que grandes instituciones de carácter público y con gran peso cultural, reaccionarán ante este intrusismo y pusieran en marcha sus propios proyectos de digitalización.

Nos encontramos ante un escenario con numerosos competidores, donde unos utilizando el término “libros accesibles y disponibles para todos”, buscan el beneficio económico y la monopolización de numerosos servicios, y otros defiende ese mismo concepto bajo el prisma de la función social, pero siempre alejada del margen económico.

Ahora podremos ver algunos de estos ejemplos que se encuentran defendidos por profesionales de la información con ganas e interés por mostrar, y dar a conocer los fondos y publicaciones de sus instituciones.

3.4 Iniciativas públicas internacionales

El Proyecto Gutenberg, significó la puesta en marcha de la primera aplicación social de la tecnología, cuyo fin es la “universalidad del conocimiento” como meta. Con posterioridad a este proyectos se han desarrollado numerosas iniciativas de carácter público que se enmarcaron dentro de lo que más tarde fue el nacimiento de Internet y fueron perfilando la presencia del saber en la red, y la disponibilidad de este a través de recursos muy variados.

Debido a la variedad de “bibliotecas digitales”¹⁰, la presentación se realizará por orden cronológico, es decir año de aparición en la red. Además se incluirán los siguientes datos: pequeña reseña de su contenido y así como la url donde se encuentra localizada.

1972

Thesaurus Linguae Graecae (TGL)

Centro de investigación de la Universidad de California en Irvine. Fue fundada en 1972, representa el primer esfuerzo en humanidades para producir un amplio corpus de textos literarios digitales. Desde su inicio el proyecto ha recogido y digitalizado la mayoría de los textos escritos en griego desde Homero (8 a.c.) hasta la caída de Bizancio en el año 1453 y hasta la actualidad.

Su objetivo es crear una biblioteca digital global de literatura griega desde la antigüedad hasta la época actual. Combina sus actividades de investigación de metodología tradicional de estudio filológico y literario con las características más avanzadas de la tecnología de la información.

Actualmente contiene más de 105 millones de palabras de más de 10.000 obras relacionadas con 4.000 autores y se actualiza constantemente y mejorándose con nuevas características y textos.

¹⁰ Todos los autores consultados hablan de “bibliotecas digitales”, aunque en algunos casos se definen como “bibliotecas virtuales”, podemos citar a Raquel Zamora Fonseca y Carlos Cañedo Iglesias autores del texto “La Biblioteca Virtual: Reflexiones y consideraciones teóricas”, aparecido en la revista *Biblios* (nº33, 2008), definiendo a la biblioteca digital “como la recopilación de información en formato electrónico disponible en una sola localización, mientras que la biblioteca virtual se reconoce como la encargada de brindar el acceso instantáneo a la información desde varios puntos, a través, de redes informáticas”.



Página principal web Thesaurus Linguae Graecae (TGL) [consultada 10 de abril de 2010]

www.tlg.uci.edu

1974

Bibliotheca Alexandrina

En ese año la Universidad de Alejandría propuso revivir la antigua biblioteca, y el proyecto fue apoyado por la Unesco y los países árabes (Gabriel Zaid, 2010).

Su objetivo es ser un centro de excelencia para la producción y difusión de conocimientos y ser un lugar de diálogo y entendimiento entre las culturas y los pueblos. Aspirando a ser una ventana de Egipto en el mundo, un instrumento para los desafíos de la era digital

Fue inaugurada en 2002, y ya cuenta con tantos volúmenes como la antigua, actualmente representa menos del 1% de los libros que se han escrito.



Página principal web Nueva Biblioteca de Alejandría [consultada 10 de abril de 2010]

www.bibalex.org

1979

Logos

Portal con numerosos recursos donde la biblioteca virtual no es más que otro de los servicios que ofrece. Funciona desde 1979, y su biblioteca está compuesta de archivos de base textual con un traductor virtual en varias lenguas. Recoge 8 millones de palabras en 251 lenguas y una biblioteca con 700 millones de palabras.

El origen de los textos está en los proyectos –tanto institucionales como personales- que existen o han existido en la red. Se ofrece la posibilidad de descargar el texto completo en el ordenador.

Sin pretenderlo, se ha convertido también en un archivo textual de Internet: muchos de los textos que alberga proceden de portales que han dejado de estar operativos, con lo que mantiene dicha información que de otro modo ya se hubiera perdido (*José Manuel Lucía Megías, 2007*).



Página principal web de Logos [consultada 18 de abril de 2010]

www.logoslibrary.eu/

1987

Perseus Digital Project

Desarrollado por el Departamento de Clásicas de la Universidad de Tufts, recoge todas las fuentes lingüísticas, artefactos físicos, espacios histórico que muestre el registro completo de la humanidad, centrándose en las lenguas clásicas más difundidas en el Mediterráneo: griego, latín y árabe.

Su objetivo es hacer accesible este conocimiento, mediante el uso de las nuevas tecnologías a todo ser humano, independientemente de su procedencia lingüística o cultural.

Ha sido financiado por el Proyecto de Alfeo, la Fundación Andrew W. Mellon, el Departamento de Educación de EE.UU., el Instituto de Servicios de

Museos y Bibliotecas, el Fondo Nacional para las Humanidades, las donaciones privadas, y la Universidad de Tufts.



Página principal web Proyecto Perseus [consultada 10 de abril de 2010]

www.perseus.tufts.edu

1990

American Memory

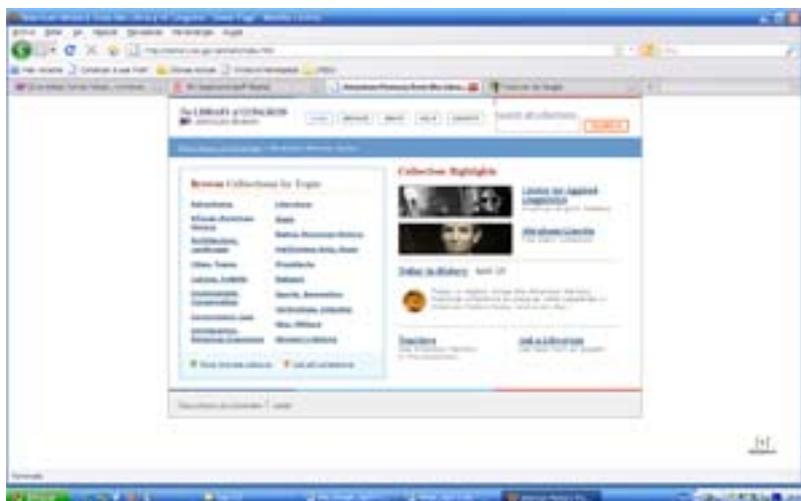
Entre los años 1990 y 1994 la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, inicia un proyecto de digitalización de fondos de sus colecciones históricas. Pretendía centralizar toda la memoria histórica de este país, empezando por los fondos disponibles en diferentes soportes en esta biblioteca nacional.

Se solicitó la colaboración de escuelas, entidades y organizaciones de todos los estados para centralizar y aportar contenidos al proyecto. Cuando se estaba finalizando el proyecto en 1994, Internet apareció como soporte ideal para difusión del conocimiento así que la Biblioteca del Congreso, se movilizó para desarrollar un programa nacional de capital privado que le permitiría desarrollar el proyecto ampliamente.

Dentro de este programa se incluía archivos, museos y la colaboración de todos los sectores fue decisiva. Se sufragó con capital tan público como privado, pero sobre todo entre este año y 2000, la presencia de capital empresarial fue decisiva.

En 1996, la convocatoria de un concurso patrocinado por la Biblioteca del Congreso y premiada por la Corporación Ameritech, permitió contar con fondos de numerosas instituciones que se incluyeron en los fondos de la American Memory y el estudio de estos en todos sus soportes, contenidos y sus aplicativos tecnológicos. En ese momento significó la aportación de 23 colecciones digitales, que forman parte de las 100 colecciones temáticas existentes en la actualidad.

En el año 2000, consiguió su objetivo de contar con 5 millones de objetos digitalizados disponibles en línea, actualmente cuenta con 9 millones de objetos en red organizados temáticamente.



Página principal web la AmericanMemory [consultada 19 de abril de 2010]

memory.loc.gov

1995

Internet Public Library (IPL)

El IPL comenzó en un seminario de postgrado en la Escuela de Información y Biblioteconomía en la Universidad de Michigan, en el invierno de 1995. Los objetivos de este seminario fueron por un lado hablar de las interrelaciones de las bibliotecas, bibliotecarios y la biblioteconomía con un entorno distribuido en red, y aprender sobre el diseño y la creación de lo llamarían "Internet Public Library".

Un gran número de estudiantes, se interesaron por el tema y se seleccionaron 35, que comenzaron a desarrollar el proyecto en enero de ese año, el 17 de marzo se inauguró el site IPL.

ipl2 se define como una organización de servicio público, aprendizaje y docencia. Su desarrollo ha venido dado por los numerosos voluntarios tanto estudiantes, bibliotecarios así como profesionales de la información que han y están participando en los servicios de referencia, así como en el diseño, construcción, creación y mantenimiento de las colecciones.

El sitio se encuentra alojado en la Escuela de Información y Tecnología de la Universidad de Drexel, y un consorcio de institutos y universidades con programas en ciencias de la información están involucradas en el desarrollo y el mantenimiento de la ipl2.



Página principal web Internet Public Library [consultada 10 de abril de 2010]

www.ipl.org/

1995

Biblioteca Digital Ciudad Seva

Creada por el escritor Luis López Nieves que inicialmente fundó Ciudad Seva, en un principio era un espacio para facilitar la divulgación y el estudio de su obra literaria, y además un espacio para compartir con amigos, colegas y estudiantes. Este espacio fue ambicioso, y con el tiempo se convirtió en un portal literario y cultural, con proyección nacional e internacional. La Biblioteca Digital Ciudad Seva es una de las bibliotecas literarias en habla hispana, que completa su labor de difusión de creación literaria, con talleres, foros literarios y culturales. Todas las secciones, talleres y foros son de carácter gratuito. Para los lectores de López Nieves, Ciudad Seva incluye datos pormenorizados sobre su obra y una minuciosa bibliografía crítica.



Página principal web Biblioteca Digital Ciudad Seva [consultada 11 de abril de 2010]

www.ciudadseva.com/bdcs/bdcs.htm

1996

Internet Archive

Brewster Kahle, co-fundador de Internet Archive, desde mediados de la década de los 80 se centró en el desarrollo de tecnologías para su aplicación en el mundo de las bibliotecas. En 1989 inventó el WAIS (Wide Area Information Server), como un sistema de publicación electrónica a través de internet. Lo adquirió en 1995 America Online. Al mismo tiempo que creó Internet Archive, co-fundó Alexa Internet, análisis de de posicionamiento de páginas web en la red, que fue vendido a Amazon.com en 1999.

Internet Archive, es una organización sin ánimo de lucro que tiene su sede en San Francisco, y cuyo objetivo es dar acceso al conocimiento a todo el mundo en formato digital. A partir de 1999, comenzó a incluir otros soportes en la biblioteca, y ofrecer diferentes servicios dirigidos a la formación, educación así como la adaptación a la lectura para personas con minusvalías visuales.

Colabora con diferentes instituciones americanas como Library of Congress y la Smithsonian, en la labor de preservación digital de todos los documentos.

Se nutre de donaciones de diferentes organizaciones públicas y privadas, así como de particulares para su funcionamiento.



Página principal web Internet Archive [consultada 11 de abril de 2010]

www.archive.org/

1997

Gallica

Nombre que recibe la oferta digital desarrollada por la Biblioteca Nacional Francesa (BNF) en internet, con vocación enciclopedista y que define su origen en la relación entre la oferta y la demanda, basada en el diálogo con sus usuarios.

Fundamentalmente se define como una biblioteca de documentos, manuscritos y gran riqueza de documentación audiovisual, no centrada en los autores sino el documento primario como base de sus contenidos digitales.

Es un producto digital que se centra en la investigación que hay por Internet, cuya finalidad en la puesta a disposición de sus usuarios de los fondos originales, raros, agotados de difícil acceso, desarrollar herramientas de difusión de la cultura francesa, y establecer una política de preservación de estos y poner en la red todos los fondos existentes.

En palabras de Jean-Joël Jeanneney¹¹ "...privilegiar los grandes textos fundamentales de nuestra civilización, de un país a otro, las enciclopedias, las revistas de las sociedades culturales, los principales escritos que han contribuido al desarrollo de la democracia..."



Página principal web Gallica [consultada 13 de abril de 2010]

gallica.bnf.fr

11 Jeanneney, Jean-Noël. Google desafía a Europa: el mito del conocimiento universal. Valencia: Universitat de València, 2007, introducción.

1997

Proyecto Cervantes

El Proyecto Cervantes, surge de la colaboración entre el departamento de Estudios Hispánicos de la Texas A&M University, y la Universidad de Castilla-La Mancha, el Centro para el Estudio de Bibliotecas Digitales (perteneciente al Programa de Ingeniería de Texas A&M), y el Dr. Fred Jehle de Indiana-Purdue University.

Los objetivos de esta iniciativa es publicar la "*Cervantes International Bibliography Online*", y el "*Anuario Bibliográfico Cervantino*" en internet, como las primeras bibliografías completas de estudios, ediciones y traducciones de las obras de Cervantes. Así como publicar varias ediciones electrónicas de la obra completa de Cervantes, con herramientas de búsqueda múltiples.

Otra de sus propuestas dirigidas a la enseñanza e investigación, es crear un archivo digital de imágenes fotográficas sobre la época y las obras de Cervantes que sirva para su uso en estos campos.



Página principal web Proyecto Cervantes [consultada 17 de abril de 2010]

cervantes.tamu.edu/V2/index.html

1998

Biblioteca Virtual en Salud (BVS)

Desarrollado desde BIREME (Centro Especializado de la OPS/OMS), cuyo objetivo es brindar cooperación técnica en información y comunicación en ciencias de la salud en la Región de las Américas.

Establecido en 1967, en São Paulo, Brasil, sus funciones se centran en el desarrollo de las capacidades e infraestructuras nacionales y regionales para la gestión, organización, indización, preservación, difusión y acceso a la información, conocimiento y evidencia científica, en sintonía con el estado del arte de las metodologías y las tecnologías correspondientes. A lo largo de sus 43 años de vida, ha desarrollado numerosos proyectos cuya finalidad ha sido la democratización de la información de calidad en materia de salud.

A finales de los 90, se centran en el desarrollo de internet como medio de producción de fuentes y de flujos de información científica y técnica. La cooperación técnica se realiza por medio de la Biblioteca Virtual en Salud (BVS), lanzada en marzo de 1998, con la Declaración de San José Rumbo a la Biblioteca Virtual en Salud, aprobada durante el 4º Congreso Regional de Información en Ciencias de la Salud (CRICS4). BIREME, asumió el compromiso de creación la BVS de manera cooperativa, para fortalecer capacidades e infraestructuras y para facilitar el amplio acceso a la información para el mejoramiento permanente de la salud y para el desarrollo humano sostenible de la región.

En el 2009, el acceso promedio mensual al sitio regional de la BVS y redes asociadas fue de 16 millones de accesos mensuales y en toda la red se estima en más de 20 millones de accesos, lo que revela que la BVS es una de las principales iniciativas mundiales en información científica y técnica.



Página principal web Biblioteca Virtual de Salud [consultada 17 de abril de 2010]

regional.bvsalud.org/php/index.php?lang=es

1999

Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes

La Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, nació el 27 de julio de 1999 por iniciativa de la Universidad de Alicante, Banco Santander y la Fundación Marcelino Botín, actualmente se encuentra bajo la tutela de la Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes ¹², que preside el escritor Mario Vargas Llosa.

Ambicioso proyecto de edición digital del patrimonio bibliográfico, documental y crítico de la cultura española e hispanoamericana., cuyo objetivo es la difusión de la literatura y las letras hispanoamericanas en el mundo, y ofrece en la actualidad a través de Internet acceso a sus fondos, compuestos por miles de registros bibliográficos en diferentes modalidades (texto, imagen, vídeo, audio y formatos combinados).

El catálogo de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes aspira a recopilar las obras más destacadas de la tradición literaria española e hispanoamericana, recursos bibliográficos que sean convenientes para su mejor conocimiento crítico e histórico. Así mismo, aspira a la incorporación de la colaboración de autores y editoriales, con las últimas obras en formato digital, así como novedades bibliográficas actuales.

Rigor científico, y la colaboración entre docentes, académicos así como todo tipo de usuarios que estén interesados en la cultura española e hispanoamericana, forman parte de su proyecto de desarrollo.



Página principal web Cervantes Virtual [consultada 17 de abril de 2010]

www.cervantesvirtual.com

¹² Como patronos de este proyecto intervienen entidades públicas y privadas: Univesitat d'Alacant, Banco de Santander, Fundación Marcelo Botín, Ministerio de Ciencia e Innovación, Generalitat Valenciana, Telefonica, Grupo Prisa, entre otros.

2000

Public Library of Science (PLOS)

Fundada en octubre de 2000 por Harold E. Varmus, Patrick O. Brown, y Michael B. Eisen, científicos e investigadores de áreas como la biomedicina, cuyos objetivos son facilitar la investigación, dar información sobre la práctica médica y la educación, y habilitar a empresarios, bibliotecarios, editores en nuevas formas de aplicación del conocimiento científico basándose en la búsqueda en formato texto completo de artículos que permitan para localizar ideas específicas, métodos, resultados experimentales y observaciones, sobre las diferentes investigaciones que se están desarrollando en el momento.

La primera acción que se desarrolló fue enviar una comunicación firmada por científicos de 180 países, que pedían a los editores científicos la necesidad de poner disponible la literatura científica de libre acceso en entornos públicos, para facilitar la difusión de investigaciones, descubrimientos e ideas entre los educadores, investigadores y profesionales. La respuesta no fue la esperada.

En 2001 se incorpora como organización al movimiento de Open Access y en 2003 se pone el proyecto editorial PLoS, como organización sin ánimo de lucro basada en la disponibilidad de literatura científica y médica, proporcionada por científicos y médicos de alto nivel basado en el modelo de acceso abierto y bajo licencias de creative commons.

Con sede en San Francisco (California), se encuentra co-dirigida por uno de sus fundadores Harold E. Varmus, y recibe aportaciones de diferentes fundaciones, universidades y organizaciones médicas americanas.



Página principal web Public Library of Science (PLOS) [consultada 17 de abril de 2010]

www.plos.org/about/index.php

2003

Cibera

Es un proyecto conjunto del Instituto Ibero-Americano (Berlín), el Instituto de Estudios Latinoamericanos de Hamburgo (GIGA), la Biblioteca Estatal y Universitaria de Bremen. Desde 2004, la Biblioteca Estatal y Universitaria de Hamburgo "Carl von Ossietzky" complementa el proyecto con componentes acerca de España y Portugal, así como elementos de comunicación electrónica.

En la segunda fase del proyecto en 2005 se unió también la Westfälische Wilhelms-Universität Münster.

Cibera está financiado por la Sociedad Alemana de Investigación (DFG), y forma parte del portal científico alemán Vascoda.

Vascoda, es un portal de información científica gratuita con contenidos de diferentes áreas temática, que permite el acceso a documentos en abierto y accesos a recursos de internet que no son visibles por los motores de búsqueda. Más de 40 bibliotecas universitarias, bibliotecas centrales con colecciones especializadas e instituciones importantes, asociaciones y portales científicos aportan los contenidos a este portal científico.



Página principal web Cibera [consultada 17 de abril de 2010]

www.cibera.de/es/index.html

2004

Eumed.net

Proyecto desarrollado partiendo del grupo de investigación *eumed.net*, que se creó en la Universidad de Málaga en el año 1994. Está reconocido por la Junta de Andalucía con el identificador SEJ-309 y es un equipo multidisciplinar de titulados en diversas especialidades en derecho, informática y económicas.

Los objetivos de este grupo de investigación, según reza en su página web: "la promoción del uso de Internet como vía para el desarrollo social y económico en Europa, la cuenca mediterránea y Latinoamérica", que ha sido complementado debido a las tareas del grupo con la necesidad de "promover el uso de Internet para enseñar, aprender e investigar sobre los problemas económicos y sociales de nuestro tiempo".

Sus patronos son fundamentalmente la Universidad de Málaga y la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

Desde el año 2004 se encuentran centrados en el desarrollo de la Biblioteca Virtual, Hemeroteca Virtual y Enciclopedia Interactiva EMVI, como núcleo de su trabajo.

Sus fondos fundamentalmente son diccionarios, libros, revistas, tesis doctorales, cursos gratis, vídeos y presentaciones multimedia sobre economía, derecho y otras ciencias sociales. Permite publicar libros y artículos de carácter científico relacionado con las materias. Ofrece otros servicios, como hemos podido observar en las otras bibliotecas virtuales, organización de encuentros entre profesionales así como constantes novedades en las áreas anteriormente citadas.



Página principal web Eumed [consultada 17 de abril de 2010]

www.eumed.net/

2004

Biblioteca Digital de China

Fue inaugurada oficialmente en abril de 2004 por el Departamento de Propaganda del Partido Comunista de China con la colaboración de doce ministerios y pretende ofrecer versiones digitales de todas las obras impresas chinas en un plazo de seis años. Para la digitalización de los documentos y el desarrollo de la infraestructura de TI se cuenta con de 96,7 millones de euros (Reiner Kallenborn y Carolin Becker, 2009).

A partir de la construcción de un nuevo edificio para la biblioteca en sucesivas fases, se introduce el proyecto de Biblioteca Nacional Digital, puesto en marcha en la segunda fase de modernización, con el objetivo de convertirse en un centro de conocimientos en línea y base de datos de información, con el alcance de los servicios virtuales extenderse más allá del tiempo físico y las limitaciones de espacio.



Página principal web Biblioteca Digital de China [consultada 17 de abril de 2010]

www.nlc.gov.cn

2006

Biblioteca Digital Mundial

Con motivo del discurso dirigido a la Comisión Nacional de los EE.UU. para la UNESCO en junio de 2005, por James H. Billington, director de la Biblioteca del Congreso, lanzó la idea de crear una biblioteca mundial que sirviera de nexo entre las culturas. La idea básica era crear una colección en Internet, de fácil acceso, de todos los tesoros culturales del mundo que contaran las historias y destacaran los logros de todos los países y culturas, promoviendo así la sensibilización y el entendimiento intercultural. Este concepto nos recuerda al principio establecido en la **Nueva Biblioteca de Alejandría** (*Gabriel Zaid, 2010*), donde se establece el principio de relación-difusión como "democratización de la cultura".

La UNESCO acogió la idea como contribución para cumplir los objetivos estratégicos de la organización, que incluyen promover las sociedades del conocimiento, aumentar las capacidades de los países en desarrollo y promover la diversidad cultural en la web (*Reiner Kallenborn y Carolin Becker, 2009*).

A su vez se persigue los objetivos de aportar los contenidos de aquellas sociedades con falta de recursos, que casi no realizan una digitalización de

sus fondos, y que al mismo tiempo supone la ausencia de conocimiento para el resto del mundo, se busca la preservación de estos.

A partir de 2006 se crean los grupos de trabajo, y se establecen las directrices del proyecto. La Biblioteca del Congreso, la UNESCO y cinco de las bibliotecas involucradas en el proyecto: la Bibliotheca Alexandrina, la Biblioteca Nacional de Brasil, la Biblioteca Nacional y Archivos de Egipto, la Biblioteca Nacional de Rusia y la Biblioteca Estatal Rusa, deciden como se realiza la aportación de los contenidos sobre el prototipo desarrollado. Se cuenta con la opinión de organizaciones profesionales como la Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias (IFLA), e individuos e instituciones de más de cuarenta países.

En abril 2009, se presenta Biblioteca Digital Mundial donde colaboran más de dos docenas de instituciones con contenidos en esta versión de lanzamiento del sitio. Versión que se incluye en diferentes idiomas, y que prevé el incremento de participación de nuevos socios a sus fondos.



Página principal web de la Biblioteca Digital Mundial [consultada 17 de abril de 2010]

www.wdl.org

2007

The European Library (TEL) – Europeana

Lund (Suecia) fue el principio de un documento que definía los planes de acción de Europa con respecto a las nuevas perspectivas de digitalización desarrolladas en todo el mundo. Establecía que *"Los recursos culturales y científicos de Europa son un bien público único que representa la memoria colectiva y viviente de nuestras diferentes sociedades y que forma una base sólida para el desarrollo de las industrias de contenido digital en una sociedad de conocimiento duradero"*. Este documento apuntaba varios objetivos para estimular los contenidos culturales europeos en las redes mundiales: tener un patrimonio accesible y duradero, construir una colección de contenidos digitales que favoreciera la diversidad cultural, la enseñanza y las industrias de contenidos, y elaborar un conjunto de recursos digitales ricos y variado (Karim Gherab Martín, 2009).

En ese año se produce la primera reunión de grupos de expertos para establecer los programas de digitalización en todas las bibliotecas nacionales.

Entre 2003 y 2004, se desarrollan los proyectos Minerva y Michael encaminados a armonizar pautas de digitalización, metadatos y accesibilidad de los contenidos a largo plazo, así como la necesidad de los proyectos respetando la variedad lingüística existente en el continente.

El anuncio de Google, en 2004 de la creación de Google Print produce rápidamente una reacción por parte de los bibliotecarios europeos, y a raíz de un artículo de opinión publicado en *Le Monde* y escrito por Jean-Noël Jeanneney, director de la Biblioteca Nacional de Francia, en enero de 2005, moviliza y acelera el desarrollo del proyecto TEL (The European Library) (*Barbara Cassini, 2008*), que da acceso al catálogo y patrimonio digitalizados de ocho bibliotecas nacionales. Este proyecto desemboca en la creación de la Biblioteca Digital Europea, en marzo de 2006 con el apoyo de la Comisión Europea y la creación del grupo de trabajo de Expertos de Alto Nivel.

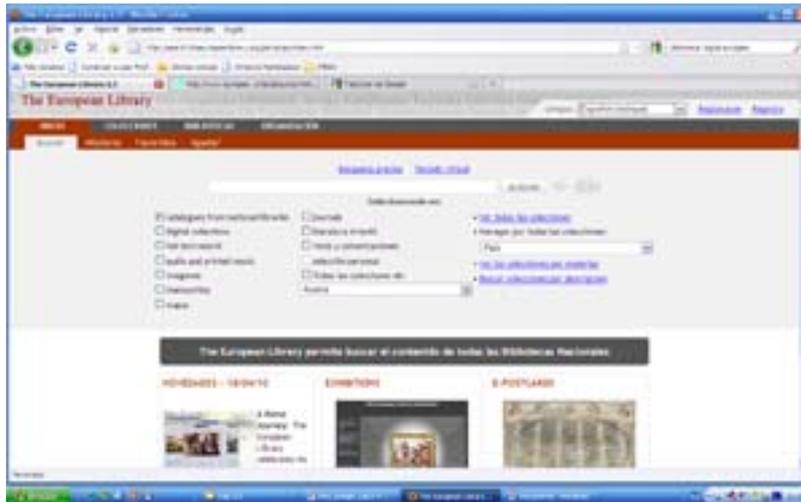
A partir de este momento se establece una estrategia común para todos los países miembros de la Unión Europea. A partir de las pautas establecidas en el *i2010 Digital Libraries*, libro blanco para poner en marcha todos los proyectos hasta ahora programados. La Comisión Europea considera el desarrollo de la Biblioteca Digital Europea, piedra angular para un espacio común cultural europeo que proporcione a todos los ciudadanos en línea a su patrimonio cultural y audiovisual (*Teresa Malo de Molina, 2007*).

Desde este momento y en el marco del *i2010 Digital Libraries*, se plantean los pasos y los resultados inmediatos desde el proyecto TEL como modelo organizativo.

El prototipo de *Europeana* es resultado de un proyecto de dos años de duración que se inició en julio de 2007. *Europeana.eu* vio la luz el 20 de noviembre de 2008 de la mano de Viviane Reding, comisaria Europea para la Sociedad de la Información y la Comunicación.

Desde 2006 hasta la actualidad podemos observar el inicio del proyecto con una colaboración de 25 bibliotecas, el acceso multilingüe a 3 millones de objetos se produjo en 2008 y en este año 2010 se prevé la presencia de 6 millones de objetos, incluyendo colecciones de museos, archivos y bibliotecas.

Los objetivos de este proyecto esta en línea con las actuaciones de los anteriormente mencionados: una visión de promover la igualdad de acceso a todo el mundo, la comprensión de la riqueza, diversidad de la educación y la cultura europeas; y la misión de abrir el conocimiento, la información y las culturas de todas las bibliotecas nacionales de Europa.



Página principal web de The European Library [consultada 18 de abril de 2010]

search.theeuropeanlibrary.org/portal/en/index.html



Página principal web de Europeana [consultada 18 de abril de 2010]

www.europeana.eu/portal/index.html

2008

Biblioteca Digital Hispánica (BDH)

Inicialmente fue cofinanciada por RED.ES, entidad dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Actualmente, el proyecto de digitalización masiva, lo está financiando Telefónica.

El proceso pondrá en la red 15.000 manuscritos, 40.000 libros impresos de los siglos XVIII y XIX, 120.000 dibujos, grabados y fotografías y los principales periódicos españoles e iberoamericanos que se conservan. Según el acuerdo, los documentos estarán accesibles en un plazo máximo de cinco años.

La Biblioteca Digital Hispánica tiene ya unos fondos de más de 10.000 obras en la red ¹³.

Desde su creación en el año 2008, la BDH ha ido aumentando las visitas a sus colecciones, más de 200.000 mensuales en la actualidad. La mayoría de los usuarios provienen de España, Estados Unidos y diversos países de América Latina como México, Argentina etc, seguidos a gran distancia por países de la Unión Europea.

Teniendo como uno de sus principales objetivos la difusión de sus fondos, la Biblioteca Nacional ha comenzado a trabajar en colaboración con BUBOK, servicio de impresión bajo demanda, que proporciona a los usuarios de la BDH la posibilidad de adquirir obras de las colecciones digitales.

En el futuro se prevé la continuación del proyecto de digitalización masiva, la colaboración y la consecución de convenios de digitalización con otras entidades, y continuar con la participación de la BDH en nuevos proyectos europeos.



Página principal web de la Biblioteca Digital Hispánica [consultada 18 de abril de 2010]

www.bne.es/es/Catalogos/BibliotecaDigital/

13 Las bibliotecas de Alejandría del siglo XXI: Google ha colgado ya en la red un millón de obras de dominio público. En: Fundación Saber.es, Biblioteca Digital, Noticias www.saber.es/web/noticias/bibliotecas-alejandria-siglo-xxi.php?idNoticia=31

Se han incluido una relación de proyectos desde el año 1972 hasta este momento. Es una pequeña muestra, ya que existe un amplio panorama de proyectos de carácter especializado con pocos servicios así como otros más generalistas y con amplios servicios y usuarios.

Entre los proyectos podemos citar los de carácter literario cuya finalidad es la reproducción fásimil de un solo autor, como el Sor Juana Inés de la Cruz, desarrollado desde la Universidad de Dartmouth^[14] (*Joaquín M^a Aguirre Romero, 1998*); otras de carácter etnológico que recogen la herencia cultural, histórica, literaria y política de un espacio localizado como es el caso de la Biblioteca Virtual Extremeña ^[15]. Otros casos, son proyectos meramente personales como el caso de Parnaseo^[16], desarrollado por José Luis Canet siendo colgado en la red en 1996, es, sin duda, el mejor portal temático sobre literatura medieval y renacentista que se realiza desde España (*José Manuel Lucía Megías, 2007*). A las que añadiríamos las desarrolladas por todas las bibliotecas nacionales europeas, como los otros desarrollados en Asia, en el caso de Corea se encuentra desarrollando seis proyectos de este tipo (*Reiner Kallenborn y Carolin Becker, 2009*), todos con la misma finalidad: poner a disposición de todos los usuarios la cultura del mundo en un solo click.

[14] www.dartmouth.edu/~sorjuana/

[15] www.paseovirtual.net/biblioteca/

[16] parnaseo.uv.es/

4.1 Distribuidores en red

La otra faceta de este entramado creado en Internet en torno al libro, viene del planteamiento de hacer uso de la red como canal de venta con la de creación de “librería virtuales”, “librerías digitales” o “librerías electrónicas”.

Basándose en la aplicación del concepto de “tienda virtual”, son lo que denominan en el mundo de la empresa modelos de negocio de larga cola (*Teodoro Luque Martínez y J. Alberto Castañeda García, 2007*). Ambos autores señalan que se dirigen a un reducido segmento pero con una variedad amplia de productos, beneficiándose de la reducción de costes que supone no disponer de gastos logísticos, de gestión de ventas y de comunicación. Aprovechan la dinámica de difusión a través del comercio electrónico, lo cual favorece una presencia constante para el usuario-consumidor.

Al mismo tiempo establecen un nuevo concepto de valor en el sistema, redefiniéndose los mercados, generando un nuevo sistema de valor a través del producto y apropiándose de este como generador de negocio (*Bruno Cassiman y Sandra Sieber, 2002*).

Su aplicación en el mundo del libro ha significado la revolución en el modelo establecido hasta ahora, ya que interrumpe el proceso de comunicación vigente hasta estos momentos: libro – librero, dando lugar a un nuevo tratamiento del libro como otro documento digital más en el universo de la red.

La nueva distribución del libro, sobre todo en España, aprovecha una serie de deficiencias establecidas en el negocio del libro que ha dado lugar a un gran entramado comercial, del que solo los grandes se están beneficiando. *Gloria Gómez-Escalonilla*, en su trabajo “**Impacto del libro digital**” (2010), nos habla de la problemática centrándola en: concentración acusada, superproducción de libros, presencia de productos que solo garanticen rentabilidad, imposición del criterio comercial sobre el cultural, esfuerzos de marketing sobre unos pocos títulos y homogeneización de la cultura “se lee poco de poco”.

A nivel tecnológico tampoco han tomado la iniciativa, a la hora de establecer los nuevos canales de venta, dejando en manos de otros, siguiendo modelos americanos que marcarán el camino hacia la distribución en la red y la difusión de productos editoriales como base de su negocio.

Para *José Hernández* (2002), las librerías virtuales son empresas de librería u de otro tipo que promocionan y venden publicaciones, principalmente libros, pero también otro tipo de contenidos en diferentes formatos a través de Internet. Su aplicación informática permite el acceso a diferentes bases de datos bibliográficas, tanto propias como importadas, con numerosa información complementaria y campos de búsqueda, y a su vez permite la compra de cualquiera de los documentos disponibles, tanto en formato físico, lo cual interviene una estrategia de distribución eficiente, como

electrónica, en cuyo proceso intervienen diferentes procesos de descargas y autorizaciones de compra.

La aparición de las primeras librerías virtuales, se encuentran ligadas al nacimiento de Internet en los años 90, como gran vehículo de comunicación y su desarrollo se encuentra también muy relacionado con la aparición de las primeras bibliotecas digitales que copiaron la idea desarrollada por Hart en los años 80 y 90.

Ejemplo de esto es la aparición en 1993 de la Online Books Page ¹⁴ como un catálogo de libros gratuitos en la web de dominio público, donde se pueden realizar búsquedas diferenciadas por autor y por título, así como tener noticia de las novedades presentes en la página.

14 Las tecnologías y el libro para todos: www.gutenbergnews.org/20080731/las-tecnologias-y-el-libro-para-todos/ [consulta 12 de mayo de 2010]

4.2 Amazon

No podemos negar que el protagonista absoluto de esta “fiesta virtual”, es sin duda alguna Amazon ^[17].

Portal creado por Jeff Bezos en 1995, con sede en Seattle (Washington), comenzó como distribuidor de libros de Ingran en la red. La clave de su éxito radicó y radica en la personalización de servicios, añadiendo información complementaria y personalizada a cada libro que vende (*Bruno Cassiman y Sandra Sieber, 2002*), al mismo tiempo tiene gran conocimiento de merchandising en: operaciones web, gestión de stocks y cumplimiento de pedidos, que garantizan su popularización entre el consumidor y al mismo tiempo puede jugar con precios que en determinados momentos sean más elevados que sus competidores.

Esto le ha permitido posicionar su marca como sinónimo de *intermediario virtual* (*Jorge Franganillo, 2008*), registrando un crecimiento acelerado en poco tiempo en todos los sentidos: da empleo a unas 20.000 alrededor de todo el mundo, y está presente en Estados Unidos, Europa y Asia.

Pero consciente de este posicionamiento en torno al libro, Bezos no sólo se centró en publicaciones nuevas. En 1999 compró Bibliofind, fundada en 1996 como la primera web especializada en libros usados, de viejo o raros. Con un excelente motor de búsqueda, había desarrollado una interesante lista de usuarios y una consolidada y amplia red de proveedores de éstas publicaciones, haciéndola muy atractiva como adquisición para este tipo de empresas. Amazon, la adquiere y mantiene su independencia como portal, hasta que en el año 2001 fue hackeada, y la empresa propietaria movió el portal a su Amazon zshop, y cerrando el acceso original de Bibliofind (*Gary Schneider, 2008*). En 2003, firma un acuerdo con la British Library que le aporta dos millones de referencias bibliográficas de las cuales 1,7 millones son anteriores a el establecimiento del ISBN, permitiendo la compra y venta incluso entre particulares de libros antiguos, generando una interesante herramienta comercial con numerosas entradas al portal (*José Antonio Millán, 2004*).

Sigue muy de cerca las estrategias a nivel libro que está desarrollando Google, y no quiere perder la parte de mercado que ha ido ganando. Esto le permite competir en precio, y en determinados momentos desbancar a grandes editoriales en su lucha por posicionar productos en el mercado editorial digital.

En cuanto al libro digital, se ha centrado mucho en introducir soportes de lectura que hasta el momento le ha convertido en líder e innovador, pero que con su estrategia de sistema propietario de lectura, acabará perdiendo las posibilidades de otros soportes de lectura más populares y con más interés para los usuarios.

Los resultados de Amazon se basan en su diversificación de productos vende, desde reproductores de música, discos compactos, *software*,

[7] www.amazon.com

videojuegos, películas, ropa hasta perfumes, electrodomésticos, artículos de cocina, muebles, comida y, desde luego, libros.

Su política de adquisición de empresas es similar a la realizada por Google: adquiere para controlar ese mercado. Así entre sus adquisiciones más destacadas podemos citar: Alexa, Jungle, IMDB o LiveBid, entre otros (*Álvaro Gómez Vieites, 2006*).

El beneficio ¹⁵ obtenido durante el año 2009 ha sido de 24,51 mil millones dólares, un incremento del 28% más que en el 2008. Siendo su apuesta por el libro electrónico, y la venta de soportes de lectura los que han marcado un fuerte crecimiento y un potente posicionamiento a la hora de una apertura hacia nuevos mercados generando una rápida reacción por parte de sus competidores: Barnes & Noble, Apple, Sony etc...

15 Amazon.com, Inc. (NASDAQ:AMZN) today announced financial results for its fourth quarter ended December 31, 2009. En: Amazon.com, 28 de enero de 2010.

phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=176060&p=irol-newsArticle&ID=1380453&highlight

4.3 Otros “amazon”

Como respuesta a Amazon surgió *Bol (Bertelsmann On Line)* en el año 1999, perteneciente al grupo editorial Bertelsmann, con más de 164 años en el negocio editorial. En España las editoriales pertenecientes a este grupo son Plaza & Janes, Debate, Lumen o Galaxia Gutemberg, G+J España Ediciones, así como otras compañías pertenecientes al mundo de la música como de las artes gráficas.

Inició su trayectoria on line aliándose con empresas como American On Line, Lycos y Compuserve. Sus propuestas iniciales era conseguir la venta de 250.000 títulos anuales, así como la incorporación a su web de unos 50.000 nuevos cada año. Su objetivo era conseguir un 50% de ventas en este mercado ¹⁶.

Debido a la falta de respuesta comercial, y el posicionamiento de Amazon como librería virtual por excelencia, cesa su actividad comercial en el año 2001.

Barnes & Noble^[18] es la mayor cadena de librerías de Estados Unidos que fue fundada en 1876, y con más de 800 tiendas diseminadas por todo el país. Con la aparición de Amazon como distribuidor de libros, Barnes líder absoluto de ventas en Estados Unidos, se quedó relegado en un segundo puesto, y veía como perdía mercado.

En 1997, apuesta por desarrollar su propia tienda virtual para poder competir en igualdad de condiciones con Amazon. Su modelo de negocio es tradicional: cuenta con 774 puestos de venta y unos 50.000 empleados; lo cual dificulta su crecimiento y el mantenimiento de estructuras.

Junto a esto a partir del año 1998, se produce un fuerte incremento del comercio electrónico en Estados Unidos. Amazon inicia una fuerte diversificación y comienza su expansión a otros países, poco a poco Barnes & Noble, pierde cuota de mercado y los beneficios de su división virtual son escasos; en la actualidad tiene pérdidas (*José Antonio Millán, 2004*).

El pasado año para posicionarse y ganar cuota de mercado, presentó en el mes de julio¹⁷ la mayor tienda del mundo de libros electrónicos.

Con 700.000 títulos, inicialmente y con un proyecto de el millón de títulos para este año. Al mismo tiempo, ha desarrollado una plataforma compatible con todo tipo de soportes, lectores y software, que la permitirán ser librería digital de referencia para numerosos usuarios de de multisoportes

16 Bertelsmann abre tienda en España. En: Marketing y Comercio, diciembre 1999.
www.marketingycomercio.com/numero10/10bol.htm

17 Barnes & Noble Launches World's Largest eBookstore: introduces “Every Device” Strategy.
En: Barnes & Noble, 20 de julio de 2009.
www.barnesandnobleinc.com/press_releases/2009_july_20_ebookstore.html

[18] www.barnesandnoble.com

4.4 Otros ejemplos

Como hemos podido ver el modelo de librería virtual, como modelo de negocio generador de beneficio establecido por Amazon, ha sido imitado por empresas tanto ligadas al mundo editorial como al mundo de la distribución de libros, que tienen su red de venta físicamente establecida, y que han fracasado al mantener una estrategia virtual muy similar a su modelo original.

En todo el mundo han surgido y han desaparecido librerías virtuales, muchas de las cuales están ligadas a una red real de distribución del libro y otras tienen solo un origen virtual.

En Francia podemos citar Alapage ^[19], perteneciente al Grupo RueDuCommerce con diez años de antigüedad, cuyo origen es la venta de productos informáticos y electrónicos a través de la red. Su crecimiento le ha llevado a la diversificación con productos culturales y la adquisición de sus competidores en la red.

Internet Bookshop Italia ^[20], fue la primera librería virtual italiana que nació en el año 1998. Con una amplia variedad de productos culturales a la venta. Pertenece a Giunti & Messaggerie, que el pasado junio se unieron para competir en el mercado italiano de la distribución del libro contra Mondadori y Feltrinelli¹⁸.

Hughes & Hughes ¹⁹, de origen irlandés fue fundada en 1983. Se había expandido rápidamente en los últimos diez años, y contaba con numerosas tiendas en Irlanda y el Reino Unido. Al mismo tiempo desarrolló su negocio en Internet con poco éxito, ya que contaba con el control de las concesiones de las tiendas en los aeropuertos de Irlanda y prestó poca atención a la competencia que iba desarrollándose en este entorno. Recientemente ha presentado suspensión, y ha sido adquirida por Eason.

Wh Smith ^[21], perteneciente al Grupo WH Smith PLC empresa cuyos orígenes se remontan al 1792, y que ha desarrollado toda su actividad en el campo de la distribución tanto en el Reino Unido, Estados Unidos y Australia.

En 1998, la empresa adquiere John Menzies Retail, librería virtual líder en Europa cuya web originaria era www.bookshop.co.uk y en 1999, lanza la web WHSmith Online que agrupará todos los negocios virtuales de distribución y edición del libro, manteniendo su liderazgo como editora del sector educacional y de venta de libros en zonas de ocio.

[19] www.alapage.fr

[20] www.ibs.it/hmepage.asp

[21] www.whsmith.co.uk

¹⁸ Editoria: Giunti e Messaggerie si alleano. En: Dell Economia, 11 de junio de 2009. delleconomia.it/articoli/2009-06/editoria-giunti-e-messaggerie-si-alleano.php

¹⁹ Irish book chain Hughes and Hughes goes into receivership. En: The Bookseller.com, 1 de marzo de 2010.

www.thebookseller.com/news/113742-irish-book-chain-hughes-and-hughes-goes-into-receivership.html

4.5 España

En nuestro país, la situación es parecida a otros países europeos, aunque mayoritariamente las librerías virtuales surgidas partieron de los modelos de distribución tradicional del libro, así como otras sucumbieron a la crisis de las *puntocom*, a principios del siglo XXI.

Mundi-Prensa Libros ^[22], es nuestra librería virtual veterana. Comenzó su presencia en la red en el año 1995, poniendo a disposición del público una amplia red de bases de datos, enlaces a terceros y la posibilidad de realización de telepedidos a través de su web. Con gran experiencia en el sector cuenta con una sólida estructura logística: almacenes propios, departamento de envíos, búsqueda bibliográfica, así como atención directa y personalizada al cliente.

Diversia (*María Victoria Nuño Moral, y Concepción López de la Iglesia, 2000*) es la empresa de comercio electrónico más joven que surge en 1999 dentro del Grupo Ecuquality fundado en marzo de ese mismo año. Ya con anterioridad funda la primera tienda en la Red Alcoste.com cuyo objetivo fundamental era posicionarse en nuestro país y convenirse en motor del mundo hispanoamericano. Como librería contaba con una red española especializada en informática e Internet. Su estrategia de atracción de clientes era mediante el regalo de 3.000 pesetas, de las de antes, en compras. Tuvo que cerrar en 2001, su dominio se encuentra en estos momentos en venta.

En abril de 2001, el Grupo Planeta lanzó la librería virtual "Veintinueve" ^[23], fue creada en virtud de un acuerdo de colaboración con Microsoft. Su finalidad era la venta de libros electrónicos, dejando de lado los libros en papel y acercarse al público juvenil como usuario de su tienda. Se inauguró con 100 títulos, con un crecimiento hasta de 1500 títulos en cinco años. Al año de aparecer, la librería virtual cesó su actividad.

Junto a estos ejemplos podemos citar las grandes distribuidoras de libros en España, que están desarrollando también su negocio a través de comercio electrónico, y no pierden peso en este sector.

Entre ellas la Casa del Libro, Fnac o El Corte Inglés, que ofrecen a través de la red, sobre todo éstas últimas, venta multisectorial de productos, muy ligados al mundo de la informática y audiovisual. Junto a ellas el sector de la gran distribución en alimentación que dentro de su variedad de oferta incluye la venta de libros a través de sus páginas, aprovechando su estructura logística y el gran número de usuarios del que disponen.

[22] www.mundiprensa.com

[23] www.veintinueve.com

Dentro del sector, hay que señalar que a pesar del retraso y las reticencias del sector a incorporarse en mundo online, actualmente la mayoría de las editoriales y librerías tienen su página web. Además el perfil de comprador online, ha favorecido este retraso ya que como podemos ver en el *Estudio de Comercio Electrónico B2C 2009* del ONTSI ^[24], el 70% de los usuarios acuden a tiendas online que además cuentan con establecimiento físico como factor de confianza en la marca del distribuidor.

Actualmente en España, según este mismo estudio ha habido un incremento de ventas de libros con respecto al año 2007 de un 5% (17,5% en 2007; 22,6% en 2008), lo cual indica el lento crecimiento que tienen las tiendas virtuales en nuestro país.

Como señalamos con anterioridad, todas las editoriales tienen su propia tienda virtual y las estrategias de unión en esta área, se han puesto de manifiesto a lo largo del año 2009 y 2010 con vistas a su posicionamiento en el mercado con respecto al libro digital. El caso reciente de la presentación de *Librandia*²⁰, plataforma del libro digital formada por Planeta, Santillana, Random House Mondadori, SM, Wolters Kluwer, Edicions 62 y Roca Editorial. O la plataforma *36-L*, formada por Grup Cultura 03, la editorial Vicens Vives y la cooperativa cultural Abacus y la opción de Balcells²¹, con su portal *Palabras Mayores*, que tiene como socio tecnológico a Leer-e y que cuenta con sus propios libros.

Recientemente en la misma línea de explotación, la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE)²² con más de 60 universidades e instituciones asociadas, junto con Publidisa, empresa andaluza de servicios del sector editorial, basados en las nuevas tecnologías han firmado un acuerdo para la creación de una plataforma de libros electrónicos de la UNE, cuya finalidad es la difusión y comercialización de las publicaciones editadas por esta entidad y que sirven de apoyo a la formación de todos sus centros asociados.

[24] www.ontsi.red.es/index.action

20 Librandia, la plataforma del libro digital. En: El Público, 12 de mayo de 2010.

www.publico.es/culturas/311984/librandia/plataforma/libro/digital

21 Primera gran batalla por la distribución del libro digital. En: El País, Cultura, 3 de julio de 2009.

www.elpais.com/articulo/cultura/Primera/gran/batalla/distribucion/libro/digital/elpepucul/20090703elpepicul_2/Tes

22 Las universidades españolas se unen para crear una plataforma de distribución de e-books. En: Baquía, 9 de junio de 2010.

www.baquia.com/noticias.php?id=16529&utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+todo-baquia+%28Todo+Baqu%C3%ADa%29&utm_content=Yahoo!+Mail

4.6 Librerías digitales de segunda generación

Termino definido por *Francisco Javier García-Marco* (2008), cuando nos habla de la evolución de los libros electrónicos en su segunda generación a finales del siglo XX. Evolución relacionada con la disponibilidad de contar con una conexión a Internet, y el uso de formatos compatibles como el html y el pdf. Esta evolución de soportes dio lugar al desarrollo de las librerías electrónicas más avanzadas, cuyo oferta sera solo de productos digitales.

Entre ellas NetLibrary (1999), Questia (2000) y ebrary (2001), Safari Books Onlien (2001), Ebook Library (EBL, 2004) y MyLibrary (2004), que ofertan su producto directamente a bibliotecas para conseguir ventas e ir adquiriendo una cierta cuota de mercado.

Estas nuevas librerías no solo distribuyen libros digitales, sino que también tienen su propia línea de negocio de impresión *on demand* (bajo demanda). Son las denominadas *editoriales online*, que han surgido aprovechando los beneficios que ofrece Internet y al mismo tiempo queriendo eliminar los problemas manifiestos del sector editorial (libros sin distribución, acumulación de stocks, predominio de best-seller, aparición de autores nuevos etc). Editan e imprimen solo lo que se demande, y sus libros se pueden vender a través de su web y otros intermediarios. Esta dinámica evita las pérdidas por devoluciones y las descatalogaciones de libros, ya que siempre están visibles en la red (*Jorge Franganillo, 2008*).

En España tenemos como ejemplos Publidisa ^[25], Publicaciones Digitales S.A. (2000) empresa de servicios de integrales para la industria editorial, que comercializa a través de *Todoebook.com* las publicaciones convertidas a formato ebook. Entre sus clientes El Corte Inglés y la Casa del Libro, que son las librerías virtuales más veteranas en nuestro mercado digital.

Bubok ^[26] (2007), es otro de los ejemplos de reciente creación. Su mercado es el autor como tal. Ofrece servicios de edición, publicación y promoción de las obras editadas bajo su plataforma y a pesar de su corta edad tiene acuerdos para la edición *bajo de demanda* con la Biblioteca Nacional, Grupo SM o con la Biblioteca Virtual Cervantes, lo cual le está permitiendo hacerse con un cierto nombre en este naciente mercado.

[25] www.publidisa.com

[26] www.bubok.com

5.1.- Editor o distribuidor

Desde que en 2004 Google anunciara en la Feria del Libro de Frankfurt, el proyecto *Google Print*, el mundo del libro, no solo el mundo del libro todo lo relacionado con el mundo del libro, despertó de un "letargo equilibrado" y pasó a la búsqueda de un nuevo sitio en el nuevo mundo anunciado por el "huracán googeliano".

Desde ese momento, todos los que componen el sector se han preguntado que papel quería tener Google, gigante tecnológico, inversor capitalista entrando a desempeñar un papel de inversor industrial. Lo cierto, es que las oportunidades están y a veces, no las queremos ver.

En el mundo del libro, hasta hace poco las etapas del proceso estaban claramente diferenciadas: producir, almacenar y distribuir el producto al mercado. Con la aparición de internet, se ha trastocado esa estructura lineal y como señala Sara Lloyd en **A book publisher's manifesto for the 21st century** (2008)²³, entramos en "la circularidad de una red" y "ha empezado a plantear la clara posibilidad de desintermediación de los editores al suprimir, más o menos el obstáculo que justificaba la única oferta crítica hasta ahora exclusiva de los editores: la distribución".

Lo curioso de esta situación es que el mundo de la edición se sentía segura, y la revolución iniciada por otros, como hemos podido citar con anterioridad el Proyecto Gutenberg, el Proyecto Cervantes u otros, los consideraban como iniciativas sin ánimo de lucro muy relacionadas con el mundo de la biblioteca, y la defensa del principio "de la universalidad de la cultura", y que les beneficiaba como medio difusión y publicidad indirecta de sus catálogos comerciales, y siempre lejos de que pudieran ser conceptos en sí que se acercarán a su propio negocio.

Google, asumió en un principio el papel que más le interesaba. Tenía en su haber uno de los mejores buscadores existentes, y un proyecto tecnológico aplicable, si llegaba a buenos acuerdos. Por tanto solo necesita los contenidos físicos para poner en práctica las ideas que Larry Page y Sergey Brin habían diseñado para su nueva línea de negocio. Asumieron el papel que le correspondía a Amazon, como escribe Adam Hodgkin en su blog Exact Editions en el artículo **Amazon versus Google for eBooks** (2007)²⁴:

23 The Digitalist a blog by the digital team at Pan Macmillan:
thedigitalist.net/2008/05/manifesto-download/ [consultado 2 de junio de 2010]

24 Exacteditions blog: exacteditions.blogspot.com/2007/11/amazonversus-google-for-ebooks.html
[consultado 2 de junio de 2010]

"Google con su programa BookSearch y sus alianzas con editoriales y bibliotecas se dispone a ocupar el lugar que de otro modo parecería corresponder a Amazon como nuestra fuente preferida de acceso a literatura publicada. Parece que Amazon ha dado un paso en falso al suponer que la distribución, más que el acceso y la búsqueda, es el desafío clave para la edición digital".

Por tanto tenían claro como iniciar su proyecto: eliminar las barreras físicas del conocimiento y como David Vise (2006) nos cita en palabras de Larry Page *"no había ningún mecanismo de distribución masiva de toda la información contenida en las bibliotecas y centros de investigación"*. Ese era su paso inicial dirigirse al mundo de las bibliotecas, y acceder a las publicaciones que fueran de *dominio público*²⁵, así como aquellas denominadas *huérfanas*²⁶, sin autoría reconocida.

Hasta este momento, las editoriales habían hecho uso de dichas publicaciones a su antojo, lanzando reediciones o recopilaciones de obras, con su correspondiente beneficio económico. La intromisión de este gigante tecnológico, ha trastocado el panorama y ha abierto un mundo de posibilidades para todos los que creen en el derecho al conocimiento, a través de su digitalización.

El acuerdo con las universidades, le permitió perfilar un proyecto a gran escala: en una década podría contar en sus fondos con 50 millones de libros enteros en su base de datos una vez terminado el escaneo²⁷. Desde ese anuncio las reacciones surgieron desde diferentes ámbitos, y el sentimiento de amenaza está presente en el mundo cultural, educativo, económico y político desde 2004; sentimiento que ha dado lugar a la aparición de grandes iniciativas culturales y educativas (*Europeana, Biblioteca Cervantes Virtual etc.*), y a la necesidad de armonizar los derechos de autor en el nuevo entorno digital.

²⁵ En líneas generales, aquellos cuyos periodos de protección hayan vencido, o cuyos titulares de derechos de autor hayan renunciado a dicha protección. En Estados Unidos son aquellas obras publicadas antes de 1923 (*Felipe Sanchez Iregui, 2005*). En la Unión Europea, se establece setenta años tras la muerte del autor o setenta años desde el momento de la primera difusión lícita entre el público, y, por lo que se refiere a los derechos afines, en cincuenta años desde el momento en que se produce el hecho generador (**Punto 11 de la Directiva 93/98/CEE del Consejo, de 29 de octubre de 1993, relativa a la armonización del plazo de protección del derecho de autor y de determinados derechos afines. Diario Oficial n° L 290 de 24/11/1993 p. 0009 – 0013**).

²⁶ Una obra huérfana es aquella protegida por el Derecho de Autor, es decir, que no está en dominio público, en la que el usuario no es capaz de identificar, localizar o ponerse en contacto con el legítimo titular de los derechos con el fin de obtener la autorización para poder utilizarla (publicándola, digitalizándola, fotocopiándola, etc.) (Boletín Informativo de CEDRO n.º60, p. 22-23 (mayo-junio 2007)).

²⁷ El acuerdo Google/Universidades pretendía la digitalización de siete millones de volúmenes de Michigan; el millón largo de la colección del siglo XIX de Oxford; 40.000 libros de Harvard; 12.000 de la Biblioteca Pública de Nueva York y un número indeterminado de libros de Stanford (**Vise, David A. y Malseed, Mark**. La historia de Google: Los secretos del mayor éxito empresarial, mediático y tecnológico de nuestro tiempo. Madrid: La Esfera de los Libros, 2006).

La segunda pata de su estrategia como distribuidor fue ofrecer a los editores Google Print (ahora Google Book Search); mediante un acuerdo en el cual se les ofrecía hacer localizables online los libros con derechos de autor. La idea era proceder a la digitalización de una parte de las obras y ofrecerla de manera fragmentada, sin posibilidad de copia ni impresión. Se completaba la propuesta con información bibliográfica y enlaces directos con las librerías, o las bibliotecas donde estuvieran disponibles para consulta. El beneficio llegaba por la publicidad asociada por click, donde habría un reparto de beneficio entre Google y los editores. Esta propuesta fue defendida en la Feria de Frankfurt en octubre de 2004, la mayoría de los editores se inscribieron en el programa.

Pero el gigante buscador, dentro de su posición de dominio empezó a saltarse las reglas pronto, y nacieron rápidamente las demandas por parte de editores y autores, cronológicamente ²⁸:

2005.- El gremio de autores y la asociación de editores de EE UU se querellan contra el buscador por considerar que ha infringido la Ley de Propiedad Intelectual. Nace la Open Content Alliance, formada por Yahoo!, Internet Archive, Microsoft, universidades y expertos. Es el gran grupo de presión contra el proyecto de Google.

2006. - Google comienza a negociar con los autores y editores de EE UU para llegar a un acuerdo judicial. Microsoft pone en marcha su propio proyecto de digitalización de libros.

2008. - El Gremio de Autores, la Asociación de Editores de EE UU y Google anuncian un acuerdo para regular el escaneado y la explotación de obras. El buscador adelanta 34 millones de euros como compensación por los libros digitalizados sin permiso. El juzgado de Nueva York que lleva el caso abre un periodo de alegaciones. Microsoft abandona su proyecto de digitalización tras escanear 750.000 ejemplares y 80 millones de artículos periodísticos. Google alcanza la cifra de siete millones de obras escaneadas.

2009. - El juez recibe más de 400 alegaciones sobre el acuerdo de Google. El Departamento de Justicia de EE UU señala que el juzgado debe rechazar el acuerdo en su forma actual.

2010.- Demanda por "falsificación de derechos de autor", del grupo editorial francés La Martinière ²⁹, al Tribunal de Gran Instancia de París y la sentencia le obliga a la retirada de las obras de esta editorial retirarlas de Google Books y le prohíbe proseguir la digitalización de obras francesas, excepto cuando dispusiera de la autorización escrita y explícita de los

28 "Google no ve libros, se limita a ver datos": La polémica por el proyecto de digitalizar libros masivamente no cesa. La alianza Open Book (OBA) está dispuesta a hacer la guerra. En: El País, Cultura, 29 de octubre de 2009. www.elpais.com/articulo/cultura/Google/ve/libros/limita/ver/datos/elpepicul/20091029elpepicul_5/Tes [consulta 27 de mayo de 2010].

29 Google retira obras de su biblioteca digital: El gigante recurrirá la sentencia judicial francesa en su contra. En: Público, Culturas, 20 de febrero de 2010. www.publico.es/culturas/292842/google/retira/obrasde/biblioteca/digital [consulta 27 de mayo de 2010].

editores, e impuso a la multinacional el pago de indemnizaciones por valor de algo más de 300.000 euros

A pesar de todos estos litigios, y demandas el camino trazado como distribuidor de libros sigue su curso, y actualmente nos encontramos con las siguientes cifras:

<i>Datos a Enero de 2010</i>	<i>Volumen</i>
<i>Bibliotecas</i>	40
<i>Editores</i>	30.000
<i>Libros escaneados y digitalizados</i>	10.000.000
<i>Libros impresos y con copyright (dentro del acuerdo de editores de Google Book Search)</i>	2.000.000
<i>Libros bajo dominio público</i>	2.000.000
<i>Libros con copyright y sin imprimir</i>	6.000.000

*Tabla: Situación actual de digitalización masiva realizada por Google Book Search*³⁰. *Elaboración propia.*

Está claro que no ha perdido el tiempo, y ha dotado de contenidos a su buscador, poniendo a disposición del lector numerosas tentaciones para adquirir los libros.

Pero, este impetuoso proyecto deja demasiadas críticas a su alrededor y el temor del monopolio está presente en cada una de las actuaciones que desarrolla. Desde Estados Unidos, han surgido diferentes iniciativas para luchar contra la mercantilización de la cultura, como es el caso de la Open Book Alliance, fundada por Peter Brantley, bibliotecario y principal defensor de que la digitalización de la cultura, no puede estar en manos de una empresa privada.

Para él es muy importante que "*los libros estén disponibles en diferentes plataformas, ya sean las que monten los libreros, las editoriales o las bibliotecas*"³¹. Recientemente han desarrollado la plataforma *Bookserver*, plataforma de e-books, que la "democratización de la cultura".

30 Datos extraídos de: Samuelson, Pamela. "Google Book Search and the Future of Books in Cyberspace". *Minnesota Law Review, Forthcoming. UC Berkeley Public Law Research Paper No. 1535067*, 13 de junio de 2010. papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1535067 [consulta 3 de junio de 2010].

31 El bibliotecario que se enfrentó a Google: Peter Brantley lidera la lucha contra el Acuerdo del gigante de Internet. En: Público, Culturas, 29 de octubre de 2009. www.publico.es/culturas/264956/bibliotecario/enfrento/google [consulta del 26 de mayo de 2010]

Desde Europa, una de las acciones es el desarrollo de lobbys que actúen como elemento de presión antes los gobernantes, es el caso de *Initiative for a Competitive Online Marketplace (Icomp)*, formada por numerosas empresas de sectores bien diferenciados: medios informativos, publicidad, empresas tecnológicas etc. Sus actuaciones se encuentran ligadas a una mejor instrumentación de la competitividad en el mercado electrónico, y critican el acuerdo propuesto por Google en Estados Unidos a los autores y editores, "*vemos muchas provisiones innecesarias e innecesariamente restrictivas de la competencia. Esto no debería permitirse y debe ser modificado*" ³². Su defensa es la búsqueda de un mercado igualitario, y las oportunidades para todas las empresas que quieran vender libros en la red. Sin duda alguna, la perspectiva es muy interesante ya que desde la vieja Europa se busca la pluralidad frente al monopolio, y la necesidad de respuestas rápidas y eficaces ante este nuevo mundo digital.

Lo cierto es que la intervención de este gigante tecnológico, y las perspectivas de su negocio está adquiriendo orientaciones que en algunos casos supone el cambio de relación de algunos productos con el mercado. Incluso se produce un replanteamiento de su valoración y como a partir de ahora, sobre todo en el caso de Estados Unidos con este gran acuerdo en marcha, como se llevarán a cabo las negociaciones con un proveedor de estas dimensiones, y que en algunos casos como en políticas de precios podrá perjudicar tanto a los libros físicos existentes como dejar de lado otros cuya finalidad sea más de carácter local que global.

Para finalizar, y en nuestro país, no debemos dejar de señalar que a pesar de todas las reacciones y todas las críticas, la iniciativa de Google ha llevado según cifras del **Informe Anual 2009 de la industria de Contenidos Digitales en España**, elaborado por el *Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI)*, se mantiene un crecimiento sostenido entre los años 2004-2008, pero durante el primer trimestre del 2009 ya se editó 109% de libros electrónicos, más que los años anteriores. Los acuerdos entre Google y las universidades españolas y la aparición de los nuevos lectores dentro del segmento de los "nativos digitales", favorecen la intensificación del mercado y la introducción del libro digital como producto de consumo en la red.

32 "El peligro de Google Books es que se convierta en un monopolio de la información de calidad". En: El Economista.es, Legislación, 29 de octubre de 2009.
www.economista.es/legislacion/noticias/1655749/10/09/El-peligro-de-Google-eBooks-es-que-se-convierta-en-un-monopolio-de-la-informacion-de-calidad.html [consulta del 26 de mayo de 2010]

5.2.- Acuerdos con el mundo universitario

Desde que Gutemberg inventó la imprenta, y mercantilizó el saber la sociedad no ha dejado de evolucionar basándose en el estudio, la investigación y la transformación del conocimiento. Lo cierto, que la creación de centros de cultural, como son las universidades desde la Edad Media, sustentaron las oportunidades de evolucionar de muchos y de conservar de otros.

Da igual, los siglos o en las etapas evolutivas en las que se encuentre el ser humano, la base de las sociedades modernas siguen siendo el descubrimiento, de lo antiguo y de lo nuevo.

Partiendo de este concepto, y el papel que juegan las Universidades como centros de investigación y desarrollo en las sociedades del siglo XXI, tenemos que entender como aquellas empresas, propias de este siglo y en la "cresta de la ola" de la información, sienta una irresistible atracción hacia estos centros depositarios de conocimiento.

Google, como hemos citado con anterioridad tiene una base totalmente academicista. Sus fundadores son investigadores universitarios, cuya creación tiene este origen. Sus grandes aspiraciones de organizadores mundiales de la información, hizo que desde el principio desplegarán velas hacia estos ámbitos donde sabían, y conocían de las inquietudes de los profesionales de la información y su necesidad de mostrar, y difundir los fondos históricos existentes en cada una de estas instituciones. En el año 2002, inician los primeros contactos con las Universidades de Michigan y Standford (*David A. Vise y Mark Malseed, 2006*), y desde ese momento fueron perfeccionando el proyecto e incorporando nuevos acuerdos, no sólo con universidades americanas, también europeas y asiáticas.

Como se ve en la tabla del capítulo anterior, *Situación actual de digitalización masiva realiza por Google Book Search*³³, a fechas de 2010 tiene firmados acuerdos con 40 bibliotecas universitarias, estatales y públicas de diferentes lugares del mundo, que actualmente les aportan un contenido de 2.000.000 de libros digitalizados por está vía. Actualmente las bibliotecas asociadas más importantes son (orden según su aparición en la web de Google Libros): Biblioteca Estatal de Baviera, Universidad de Columbia, Comité de Cooperación Institucional (CIC), Biblioteca de la Universidad de Cornell, Universidad de Harvard, Biblioteca de la Universidad de Gante, Biblioteca de la Universidad de Keio, Biblioteca Municipal de Lyon, Biblioteca de Cataluña, Biblioteca Pública de Nueva York, Universidad de Oxford, Universidad de Princeton, Universidad de Stanford, Universidad de California, Universidad Complutense de Madrid, Biblioteca Universitaria de Lausana, Universidad de Michigan, Universidad de Texas en

33 Datos extraídos de: Samuelson, Pamela. "Google Book Search and the Future of Books in Cyberspace". *Minnesota Law Review, Forthcoming. UC Berkeley Public Law Research Paper No. 1535067*, 13 de junio de 2010. papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1535067 [consulta 3 de junio de 2010].

Austin, Universidad de Virginia y Universidad de Wisconsin – Madison. Los objetivos definidos por Google ^[27] en el proyecto de bibliotecas, según establece en su página web es simple:

“Facilitar la búsqueda de libros relevantes, especialmente aquéllos que no se pueden encontrar de ningún otro modo como, por ejemplo, libros descatalogados, sin violar los derechos de autores y editores. Nuestro objetivo final es colaborar con editores y bibliotecas para crear un amplio catálogo virtual de obras en todos los idiomas que permita a los usuarios descubrir nuevos libros y a los editores descubrir nuevos lectores”.

Objetivos perfectamente reflejados en los acuerdos establecidos con cada una de las universidades, que incluyen básicamente (Manuela Palafox y Ricardo Acebes, 2009):

Biblioteca

- Acuerdo de cooperación de digitalización masiva.
- La biblioteca aporta los fondos libres de derechos de autor.
- La biblioteca aporta el personal técnico que realizará las tareas de selección, preparación y supervisión de las obras a digitalizar.
- Disponibilidad de una de las copias digitalizadas.
- Se incluye dentro de la web de la biblioteca para consulta y manejo de está.
- La biblioteca puede disponer de esta copia para otros usos: cooperación entre bibliotecas, investigación... utilizando sólo un porcentaje de estas imágenes.
- No pueden utilizarse en actividades con ánimo de lucro.

Google

- Asume los costes del proceso de digitalización.
- Asume los costes de las instalaciones dedicadas a tal efecto.
- Asume los costes del transporte de los materiales.
- Disponibilidad de una de las copias digitalizadas.
- Se incluye dentro de la web de *Google Búsquedas de Libros* para consulta y manejo de está.
- Incremento considerable de su fondo de libros libres de derecho.

[27] books.google.com/googlebooks/library.html

A lo que hay que añadir ^[28]:

- Pueden hacer copias para preservar y mantener actualizada una copia digital de Biblioteca.
- Pueden proveer acceso a las copias digitales de Biblioteca de libros a usuarios que tienen discapacidades que le impiden usar versiones impresas de libros.
- Pueden crear una copia impresa de reemplazo de un libro que esté dañado, deteriorado, perdido o que haya sido robado.
- Pueden usar índices y herramientas de localización, y exhibir fragmentos en conexión con las herramientas de localización (a menos que un titular de derechos de un Libro No de Visualización excluya este uso).

Las condiciones de los acuerdos, han sufrido numerosas críticas y comentarios así como fuertes reacciones que han llevado al desarrollo de importantes proyectos nacionales sobre todo en Europa (vease cap. 3.4: Gallica y The European Library (TEL) – Europeana). Algunos autores, como Barbara Cassin (2008), crítica el uso que hace Google del *fair use* cultural, planteando en los acuerdos, donde se estipula como la explotación y difusión de la copia digitalizada entregada a la Universidad debe ser sometida a Google, sin someterse éste a ningún límite, reservándose la indexación del texto entero como de la imagen completa.

Otro de los componentes desarrollados dentro de este programa es adquirir el papel de intermediario entre las bibliotecas y otras instituciones relacionadas, es decir ofertar la posibilidad de suscripciones institucionales, lo que permitirá a los usuarios acceder al texto completo de millones de títulos mientras los escritores y editores obtienen una compensación por este servicio. *Pamela Samuelson* (2010), señala el riesgo de este tipo de ofertas a nivel institucional, en primer lugar limitaría la posibilidad de adquirir nuevos materiales por parte de las bibliotecas, sobre todo limitando el acceso a editores independientes, homogeneizando el conocimiento, y el segundo lugar, el precio, ya que disponen de numerosos acuerdos así como oferta, para elevar los precios y crear un monopolio, con el que difícilmente se podría competir.

Estos últimos planteamientos, ensombrecen los criterios de decisión que han llevado a todas estas bibliotecas a cooperar con Google Books: la difusión y la preservación de nuestro patrimonio. No tenemos que olvidar, que los grandes proyectos de digitalización son muy costosos, y los presupuestos con los que cuentan cada una de estas instituciones, en algunos casos llevarían a acometer estos procesos muy a largo plazo.

[28] www.googlebooksettlement.com/help/bin/answer.py?answer=118704&hl=es#q44

La oportunidad de poder disponer de estos materiales, así como conocer el estado de las colecciones antiguas y recuperarlas para los investigadores y estudiantes, les permite ponerse en el mismo nivel tecnológico que otras entidades con proyectos similares. Ya a nivel estratégico, y como centro de saber, difundir una imagen de marca a través de un buscador, que no tenemos que olvidar posee una ubicuidad y tiene toda la confianza del usuario de Internet.

En este caso se produce, diríamos un intercambio de beneficio, lo cierto es que estas instituciones tendrán que buscar el equilibrio y sobre todo limitar en los casos que sean necesarios, los contenidos que se aporten y siempre dejar bien claro el papel que tiene cada uno de los miembros de este acuerdo.

5.3.- Mercado objetivo. Editoriales/Autores

El fenómeno de la distribución en masa creado por la red, atrapó a todo tipo de iniciativas e intenciones que permitieron experimentar, desarrollar y explorar nuevas formas de negocio, que hoy en día están transformando las bases de muchos modelos y productos, identificados por todos. El caso más cercano es el libro. Citando a *Francisco Javier García Marco* (2008), "nos encontramos ante un instrumento y fenómeno social, con una óptima relación entre su forma y su función, que denota que estamos ante un artefacto cultural altamente evolucionado." Producto, deseado por todos y requerido con un nuevo formato: el digital.

Los cambios experimentados en estos últimos años por parte de los usuarios de la cultura, y la introducción del mundo de Internet en todos los ámbitos de nuestra vida, han motivado el desarrollo de librerías virtuales, así como iniciativas públicas y privadas para acceder al libro, virtualmente. Google, consciente del poder de este canal de distribución, inicio los pasos para ofrecer a editoriales y autores, la oportunidad de llevar a cabo proyectos de digitalización de sus fondos y sus obras, partiendo de la posición dominante en la que se encuentra, también favorecido por la lentitud en adaptarse al nuevo medio por parte de las editoriales (*Sara Lloyd, 2008*).

Desde que en 2004 iniciará este proyecto con las editoriales y autores, lo cierto que es que su política de "libre uso" de la ha llevado a numerosas denuncias. Ya en 2005, se inician las demandas por violar los derechos de autor, y digitalizar obras de las que no tiene permiso, así como su correspondiente beneficio económico derivado por la presencia de publicidad asociada. Básicamente el acuerdo establecía la digitalización solo de un 20% de la obra, un número de páginas mediante lo que denomina Google "vista previa restringida" ^[29], asociando palabras claves, lugar de venta de la obra, información del editor y anuncios publicitarios asociados; o bien "vista de fragmentos" ^[30], donde se ofrece número de veces que aparece la palabra clave, un breve fragmento de la obra, si el libro está descatalogado donde se puede localizar una copia de segunda mano, las bibliotecas donde está disponible, y la información relacionada con la obra; y sin "vista previa disponible" ^[31], donde el editor o autor no ha autorizado a su digitalización, y solo se muestra una ficha bibliográfica, y las librerías donde puede localizarse.

[29] books.google.es/intl/es/googlebooks/screenshots.html#limitedpreview

[30] books.google.es/intl/es/googlebooks/screenshots.html#snippetview

[31] books.google.es/intl/es/googlebooks/screenshots.html#bookinfo

Dentro de estas propuestas, ha estado trabajando sin cesar y haciéndose con un fondo bibliográfico donde ha incluido numerosas obras, bajo derechos protegidos, que podrían estar descatalogadas pero que tenían propietario. En 2006, debido a las constantes reclamaciones por parte gremio de autores y la asociación de editores de Estados Unidos, comienzan a negociar para llegar a un acuerdo judicial. Más adelante en 2008, todas las partes anuncian un principio de acuerdo para regular el escaneado y la explotación de obras, adelanta Google 34 millones de euros como compensación por los libros digitalizados sin permiso. El juzgado de Nueva York que lleva el caso abrió un periodo de alegaciones, en 2009 presentándose un total de 400, sugiriendo el rechazo al acuerdo actual establecido.

Los términos del acuerdo denominado "Acuerdo de conciliación enmendado"^[32] para regular el escaneado y la explotación de las obras, sin establecer una garantía de exclusividad (*Gloria Gómez-Escalonilla, 2010*), Google obtiene:

- Continuar digitalizando libros.
- Vender suscripciones a bases de datos electrónicas de libros a instituciones.
- Vender acceso en línea a libros individuales.
- Vender anuncios publicitarios en las páginas de los libros.

Los titulares de derechos, autores y editores obtienen:

- El 63% de las ganancias obtenidas en los usos comerciales que haga Google de los libros y pagos en efectivo.
- A los titulares de obras ya digitalizadas hasta el 5 de enero de 2009, un pago de 60 dólares por obra principal, independientemente de lo que se venda. Si hay mayor beneficio esté es para Google.
- Creación de una entidad de gestión de derechos de propiedad intelectual, que regularía el reparto de la venta de las obras protegidas. El capital de esta entidad lo aportará Google³⁴.

Como hemos citado con anterioridad, Google incluye todas las obras escaneadas hasta el 5 de enero de 2009, salvo que los titulares de derechos no firman el acuerdo. La reclamación de beneficio no se puede realizar sino has firmado el acuerdo, y se renuncia a demandas y reclamaciones futuras.

[32] www.googlebooksettlement.com/r/view_settlement_agreement

34 Google: "somos los más celosos en vigilar la propiedad intelectual". En: El País, Cultura, 6 de octubre de 2009:
www.elpais.com/articulo/cultura/Google/somos/celosos/vigilar/propiedad/intelectual/elpepucul/20091006/elpepucul_4/Tes [consultada 26 de mayo de 2010].

Pero quizás la parte más compleja de este entramado, se encuentra en la presencia de las obras huérfanas en un elevado volumen de los libros digitalizados. La ausencia de conocimiento sobre los titulares de derechos de estas obras y la dificultad en localizarlos han sido utilizados como una interesante baza por el multibuscador para incluir a los autores dentro del acuerdo, pero sin posibilidades de que cualquier titular de derechos pueda reclamar.

En Europa, esta situación no gusta nada. Se están llevando a cabo reuniones con el fin de armonizar las diferentes legislaciones europeas con respecto a los derechos de autor, y legislar sobre estas obras y definir los componentes de este nuevo mercado ³⁵. En Estados Unidos, Google ha hecho uso de la norma local "fair use" o "hecho consumado", por la cual un tercero puede difundir una obra huérfana siempre que ésta sea beneficiosa para la sociedad y que no se obtengan réditos comerciales de dicha difusión. Concepto manejado con ligereza ya que lo ha confundido sucesivamente con el de obra descatalogada. Y que a su vez puede suponer que si no se establecen controles sobre estas obras, Google y su estrategia de digitalización masiva puede convertirse en el único propietario de estas obras y exclusivo beneficiario de su explotación comercial.

A pesar de la diferencia de tratamientos, es cierto que el preacuerdo establecido con autores y editores estadounidenses, están empezando a interesar a editoriales y autores europeos. Las presiones se están dejando sentir, y algunas de las empresas editoras españolas están reclamando sus beneficios a través de entidades de gestión de derechos, como es Cedro ³⁶. La situación generada ante esta "digitalización cultural", muestra por un lado la clara diferenciación de las políticas de derechos de autor en Europa y Estados Unidos, y por otro, el replanteamiento de si debemos compartir nuestros contenidos culturales y con que fin, beneficio de todos o solo de uno.

35 Bruselas acelerará la digitalización de obras culturales europeas. En: AquiEuropa.com, 21 de abril de 2010: www.aquieuropa.com/note.asp?noteid=3755 [consultada 8 de junio de 2010].

36 "Acuerdo Google": CEDRO ofrece a sus socios solicitar las posibles compensaciones por el escaneado de sus obra: www.cedro.org/vTextoCompleto.asp?Ide=2165 [consultada 8 de junio de 2010].

5.4.- Google Editions

Como hemos ido señalando, el negocio del libro es un segmento en el cual Google se está moviendo con bastante soltura. Los diferentes acuerdos con bibliotecas, editores y autores, han marcado fácilmente sus pasos para casi completar todas las etapas de la cadena del libro, a falta de introducirse en la edición "bajo demanda".

El pasado mes de octubre, coincidiendo con el lanzamiento del lector de libros electrónicos de Amazon, Kindle, Google anunció la puesta en marcha para finales del primer semestre de 2010 de su librería virtual ³⁷. Esta nueva plataforma se denominará "Google Editions", y entrará a formar parte dentro de este nuevo negocio como claro competidor de las librerías digitales más posicionadas como Amazon.com y Barnes & Noble, que mantienen una lucha encarnizada por ganar cuotas del mercado del libro digital en Estados Unidos.

Lo cierto es que Google tiene muchas posibilidades de ganar cuota ya que parte de claras ventajas con respecto a sus competidores. Cuenta con una imagen de marca muy reconocida como buscador a nivel mundial, y en muchos casos el usuario confía en lo que le ofrece. Su objetivo es ofrecer libros en cualquier lugar y para cualquier formato de lectura, buscando la generalidad y la especialidad de las publicaciones. No depende de dispositivos de lectura establecidos sino que será compatible con todos ellos, lo cual favorecerá las ventas de libros. Tiene el apoyo de los editores y de los autores, ya que contarán con un amplio beneficio por las ventas, pudiendo establecer los precios de los libros ellos mismos. Estará integrada a través de la estrategia de búsqueda en otras plataformas, lo cual favorecerá la entrada indirecta de usuarios y posibles compradores. Y por supuesto, toda la estructura de servicios desarrollada por Google, que le da valor añadido a este nuevo servicio³⁸.

A nivel comercial se ha establecido un acuerdo previo, que es compartido por todos los editores y autores (siempre hacemos referencia a autores y editores americanos y australianos que han sido los que han firmado el acuerdo enmendado). La propuesta de reparto por la venta de cada libro serán: un 63% para los editores y un 37% para la compañía, si es que son comprados directamente en Google Editions.

En cambio si el lector adquiere el libro en otra tienda en línea, se repartirán las ganancias en un 45% para los editores y el 55% restante iría en gran parte para la tienda con un porcentaje menor para Google ³⁹. La última opción es si se compra el libro directamente desde la web del editor a través de Google Editions, el beneficio que obtiene en este caso es entre un 85% y 90%.

37 Google anuncia que abrirá una 'librería digital' en 2010. En: CincoDías.com, Internet, 16 de octubre de 2009: www.cincodias.com/articulo/empresas/Google-anuncia-abrir-libreria-digital-2010/20091016cdscdiemp_31/cdsemp/ [consultada 9 de junio de 2010].

38 Google Editions: 11 razones para su éxito. En: Lectoralia, 22 de mayo de 2010: www.lectoralia.com/blog/2010/05/22/11-razones-para-su-exito/ [consultada 26 de mayo de 2010].

39 Google lanzará tienda de libros electrónicos a principios del próximo año. En: FayerWayer, 15 de octubre de 2009: www.fayerwayer.com/2009/10/google-lanzara-tienda-de-libros-electronicos-a-principios-del-proximo-ano [consultada 9 de junio de 2010].

De una u otra manera el editor gana y Google también. En este mismo acuerdo, se establece que los precios estarán marcados por los titulares de los derechos digitales, pero siempre contando con la posibilidad de veto por parte de Google por si considera que los precios se elevan o inflan más lo que marca el mercado.

Otras de las novedades establecidas por está nueva plataforma y presentada por *Chris Palma*, director de desarrollo de socios estratégicos de Google en la Publishers Weekly y patrocinada por la Book Industry Study Group, una ponencia denominada: "*El Libro en Google: ¿El Futuro de las editoriales está en la Nube?*" ⁴⁰ celebrada en Nueva York, será la no utilización de los sistemas DRM (sistemas de gestión de derechos), y la lectura será en línea, como ha sido denominado por Palma "lectura en la nube", favoreciendo la comunicación con otros lectores, notas al margen así como el favorecer la creación de club de lectura de perfiles similares. Estas son sus cartas a nivel plataforma, pero al mismo tiempo se ha mostrado interesado en los soportes de lectura para el libro digital. La aparición reciente del iPad, y el éxito conseguido por Apple, así como la presencia de otros lectores con una amplia cuota de mercado como el Kindle, vendido por Amazon, le ha llevado a asociarse con HTC ⁴¹ para desarrollar un nuevo tablet que le permitiría competir con Apple en este segmento, y que junto con el desarrollo de la librería virtual, le abriría un nuevo mercado de usuarios tecnológicos.

Con está nueva plataforma Google quiere situarse al lado de los grandes de este negocio, y a su vez quiere adelantarse en la nueva conceptualización de la red como una "gran nube de conocimiento y contenidos". ¿Esto permitirá que exista libre competencia en este nuevo mercado? O simplemente, nos está demostrando de nuevo el poder que tiene sobre la red y su presencia como marca siempre defendida y querida por el usuario?

40 Google Editions, Bookstore in the Cloud, Will Go Live By July. En: LibraryJournal.com, 5 de junio de 2010: www.libraryjournal.com/article/CA6727991.html?nid=2673&source=title&rid=17616417 [consultada 9 de junio de 2010].

41 Google va por la digitalización de libro. En: CNNExpansión.com, 5 de mayo de 2010: www.cnnexpansion.com/tecnologia/2010/05/05/google-libro-ebook-electronico-expansion [consultada 9 de junio de 2010].

Conclusiones

Como hemos podido comprobar el sector del libro se encuentra en estos momentos en una encrucijada de cambio motivada por la introducción de nuevos parámetros que hasta ahora estaban más presentes en otros sectores económicos. La aparición de nuevos escenarios de negocio, como es el mundo virtual, y el desplazamiento de los hábitos de los usuarios hacia otros gustos que suponen a su vez un cambio en la concepción del propio libro como contenido, alejándose de su definición habitual basada en el soporte.

Está encrucijada provocada por la irrupción en 2004 de Google en este mercado, ha dado lugar a que cada uno de los componentes del viejo sector haya tenido que redefinir el papel que tenían o bien definir uno nuevo.

Las consecuencias de las líneas de actuación del buscador han sido las siguientes:

1.- Cambio en la visión del libro: se convierte en el producto más deseado, siendo ofertado desde diferentes perspectivas y visiones. A través de él interrelacionados con otros negocios y otros contenidos.

2.- Puesta en marcha de digitalizaciones masivas: supone un paso hacia la transformación de los contenidos, sobre todo de aquellos que estaban disponibles solo para unos pocos usuarios. Al mismo tiempo que el abaratamiento de un proceso, donde la intervención de las empresas tecnológicas está jugando un papel determinante generando una gran dependencia, así como definiendo lo que está siendo y será el mundo de los contenidos de ahora en adelante.

3.- El libro pasa a ser digital: estamos en las primeras etapas de esta variante del libro. Se están entrecruzando los caminos entre los soportes de lectura, la protección del contenido, los derechos de los autores y los precios. No nos olvidemos que todos quieren ganar, pero sobre todo los autores quieren ser leídos, y el objetivo es facilitar la lectura da igual el soporte. El usuario será el que decida.

4.- Cambios en los modelos de distribución del libro: se introduce el concepto de inmediatez y agilidad. Juega un papel muy importante un buen desarrollo logístico de entrega, que ha permitido a algunas de las librerías virtuales convertirse en referencia de éxito, y ser imitada por otros. Al mismo tiempo la introducción de otro formato para el libro como es el digital, ha dado lugar a la especialización de este tipo de librerías, ofreciendo en numerosos casos otros servicios al usuario para asegurar su venta.

5.- Las editoriales han reaccionado demasiado tarde: en estos momentos están intentando definir el papel que quieren tener frente al libro. Están llegando a acuerdos entre ellas para introducirse en las plataformas de venta de libros digitales, y recuperar el mercado que tenían bajo control hasta hace unos años. A su vez, algunas de ellas establecieron acuerdos con Google, sobre todas las que no habían llevado a cabo renovación

tecnológica y vieron la oportunidad a través de la visibilidad del buscador de incrementar sus ventas, con lo que no contaron fue con los métodos de esté, tomando lo que no le correspondían. Las consecuencias más positivas, reclamar y ajustar las negociaciones para que los beneficios sean más acordes que los percibidos hasta ahora.

6.- Los autores ya son todos: la red y las digitalizaciones llevadas a cabo por Google sacando a la luz publicaciones acumuladas y no distribuidas, ha permitido recuperar y localizar obras que no habían sido difundidas. El beneficio no se queda ya solo en los autores de grandes éxitos, sino también en creadores cuya obra se encuentra dirigida a un público más especializado. Siguiendo esa misma estela, otras librerías virtuales así como las grandes editoriales están poniendo a disposición del consumidor muchas de estas obras, por las que con anterioridad no habrían apostado. Pero a pesar del beneficio que esto está suponiendo, de nuevo se encuentran en momentos de indefensión debido a la apropiación indebida de beneficio por parte de Google, explotando sin reparto los beneficios por creación que le corresponde a otro.

7.- Las universidades han redefinido su papel: los acuerdos realizados entre las universidades y Google, les dado la oportunidad a estas de demostrar el potencial que tienen como depositarias de conocimiento, y ejercer el papel como prescriptoras del mundo del libro, así como aplicar a través de diferentes desarrollos tecnológicos servicios muy definidos a usuarios, donde el profesional de la información juega un papel clave como "guía" en el entorno de confusión digital.

8.- Los derechos de autor tienen que adaptarse a un nuevo entorno: no es demasiado tarde para los cambios. Las leyes definidas para los entornos físicos y la protección que existen en todos los países sobre la creatividad, no sirven para los nuevos entornos económicos existentes hoy en día. Dentro de este marco, y con los intereses creados por grandes compañías tecnológicas, como es el caso de Google, está claro que hay que establecer un nuevo marco legislativo adaptado a los tiempos, donde nadie pierda y todos ganen. En Estados Unidos, parece que lo tienen más claro aunque muy influenciados por las estrategias del buscador. En Europa, todo es más lento pero siempre con la intención de no dejar en manos de intereses privados lo que corresponde a los intereses culturales de cada grupo o país.

9.- Recuperación de las obras de dominio público para todos: hasta ahora los editores publicaban y reeditaban estas obras sin que nadie les dijera nada. Se han convertido en la base de esta estrategia, y todos los competidores de Google también las quieren, al mismo tiempo que el usuario gracias a esta discusión sobre quién tiene y deja de tener, ha conocido estas obras, y los derechos que tiene de consulta sobre ellas.

10.- Las obras huérfanas en el candelero: junto con las anteriores son las que todos quieren, pero Google más. Los profesionales de la información y los bibliotecarios han reaccionado a tiempo ante el posible control que se pueda hacer de ellas. En estos momentos es el gran debate, y sobre todo en Europa establecer de nuevo límites para evitar monopolios innecesarios.

11.- Precios: nos encontramos ante la política de oferta/demanda, pero sobre todo ante soportes de lectura, y facilidades de descargas. Está claro que no podrán ser siempre los mismos; el libro digital cuenta con unos costes inferiores al libro físico, por tanto la diferencia estará siempre presente. Pero la fijación de estos precios, ¿a quién corresponde? No nos olvidemos que nos movemos en otro entorno donde como hemos mencionado antes, los derechos y el reparto de esto tendrá que ser diferente, por tanto el precio se encontrará muy marcado por todos estos factores.

12.- Control del mercado: paso a paso nos estamos encontrando con que una empresa totalmente tecnológica, se está haciendo con el control de un producto símbolo de la cultura y el conocimiento. Primero las obras de dominio público, después las obras actuales, y por último la posibilidad de la edición bajo demanda como de la venta a través de su propia librería. Con un dominio mundial como buscador reconocido y a su vez generador de confianza hacia el usuario final, se ve con derecho a establecer este control de mercado. Las reacciones están llegando, y las críticas son numerosas, pero ¿con suficiente fuerza? Las políticas antimonopolio existentes, y los controles empresariales no deberían permitir el avance de esta estrategia. La igualdad de oportunidades tiene que ser para todos los operadores de este mercado, sin olvidarnos que si no hay competencia el mercado no se regenera y termina corrompiéndose.

13.- ¿Cómo preservaremos?: quizás la cuestión más importante. Hasta ahora hemos hablado de digitalizaciones masivas, de nuevos mercados virtuales y de nuevos productos. Por supuesto, de lo que supone el uso de las nuevas tecnologías para la globalización del conocimiento, pero todo ello debe seguir siendo la base de los futuros ciudadanos del mundo. La transformación de los objetos culturales hacia objetos culturales virtuales, me hacen analizar la perspectiva actual de este cambio y sentir un cierto "pánico" hacia ese posible olvido en el cuál podamos encontrarnos. Es posible que estas grandes empresas estén planteándose lo mismo, pero volvemos a encontrarnos con la situación anterior ¿también serán ellos los que preserven nuestra cultura?

No nos dejemos engañar el objetivo es el mismo: transformar la cultura y el concepto de depositario de este en beneficio económico.

Ciertamente, nuestras reflexiones son numerosas y el futuro nos ofrece unas perspectivas de cambio muy interesantes. Estamos en el punto de partida de este entorno que se está definiendo y que sufrirá numerosas transformaciones, y que a su vez ha generado y está generando importantes cambios en las relaciones sociales y económicas. En el caso del libro, supone una modificación de la relación y a su vez una nueva forma de entender la lectura y el conocimiento, una transformación en el consumo de la cultura y la globalización de la misma, pero sin dejar mantener una "estrecha vigilancia" a nivel social, político y económico para que ningún monopolio digital acapare y controle el uso y distribución del conocimiento cultural de todas las sociedades.

7.- Referencias bibliográficas

Arnau, Pilar. "Transcendencias de la vida y obra de Paul Outlet". Revista General de información y Documentación, 1995, vol. [5], nº[2], pp. [153]-[162].

Battelle, John. Buscar: Cómo Google y sus rivales han revolucionado los mercados y transformado nuestra cultura. Barcelona: Ediciones Urano, S.A., 2006.

Bru, Rafael. "Clasificación de páginas web: Google". Aplicant matemàtiques i gaudint-ne, 2006, pp. [1-36].

Cabezas López, Carlos. El Proyecto Gutenberg. La utopía del libre acceso a la información. En: Observatorio para la Cibersociedad, 27 de febrero de 2008.

www.cibersociedad.net/recursos/art_div.php?id=246

Cassiman, Bruno; Sieber, Sandra. "El impacto de Internet sobre la estructuras de mercados". Documento de investigación IESE, 2002, julio, nº[467], pp.[1]-[19].

Cassin, Barbara. Googléame: La segunda misión de los Estados Unidos. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.

Drucker, Peter F. "Más allá de la revolución de la información". Harvard Deusto Business Review, 2006, pp. [9-16].

Echeverría, Javier. "Cultura digital y memoria en red". ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, 2009, mayo-junio, vol. [CLXXXV], nº[737], pp. [559]-[567].

Franganillo, Jorge. "La industria editorial frente al libro electrónico". El profesional de la información, 2008, julio-agosto, v. [17], nº[4], pp. [416]-[417].

Friedman, T. La Tierra es plana. Breve historia del mundo globalizado. México: mr Ediciones, 2006.

García-Marco, Francisco Javier. "El libro electrónico y digital en la ecología informacional: avances y retos". El Profesional de la Información, 2008, julio-agosto, v.[17], nº.[4], pp.[373]-[389].

Garibay Ruiz, Enrique. "Emprendiendo con nuevos modelos de negocios". Ide@s CONCYTEG, 2008, v. [3], n. [33], pp. [32-41].

Gherab Martín, Karim. "Panorama de la digitalización de la ciencia y la cultura en la red". ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, 2009, mayo-junio, vol. [CLXXXV], nº[737], pp. [505]-[519].

Gómez Díaz, Donato; Martínez López, José Miguel. La Desregulación del conocimiento o ¿fase o final de trayecto? En: Formación de la ciudadanía: las TICs y los nuevos problemas / coord. Por María Isabel Vera Muñoz, David Pérez i Pérez, 2004.

Gómez-Escalonilla, Gloria. Incógnitas del libro digital. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos, 2010.

Gonzalo Penela, Carlos. "La selección de palabras clave para el posicionamiento en buscadores [en línea]". Hipertext.net, 2004, nº[2]. www.hipertext.net

Gómez Vieites, Álvaro. "Amazon versus Barnes & Noble". Harvard Deusto Márketing y Ventas, 2006, nº[75], pp.[62]-[71].

Hernández, José. "Librerías virtuales: situación y perspectiva". El Profesional de la Información, 2002, septiembre-octubre, vol.[11], nº[5], pp.[384]-[388].

Jeanneney, Jean-Noël. Google desafía a Europa: el mito del conocimiento universal. Valencia: Universitat de València, 2007.

Kallenborn, Reiner; Becker, Carolin. "Descubrimiento digital: Estrategias y soluciones". Biblios, 2009, marzo-junio, nº[35], p.[1]-[12].

Lucía Megías, José Manuel. "La edición crítica hipertextual: hacia la superación del incunabulo del hipertexto". En: Seminario "Lecturas y textos en el siglo XXI", 2007, p. [1]-[52].

Luque Martínez, Teodoro; Castañeda García, J. Alberto. "Internet y el valor de negocio". Nuevos enfoques del marketing y la creación de valor, 2007, nº[11], pp.[397]-[415].

Malo de Molina, Teresa. "La Biblioteca Digital Europea: un portal de acceso al patrimonio cultural de Europa". En: Primera Jornada DOCUMAT: "La difusión de la documentación científica matemática", 2007, p.[1]-[122].

Millán, José Antonio. "Amazon y Google, una curiosa convergencia". El Profesional de la Información, 2004, marzo-abril, vol. [13], nº[2], pp.[141]-[144].

Muela Molina, Clara. "La publicidad en Internet: situación actual y tendencias en la comunicación con el consumidor". Zer, 2008, v. [13], n. [24], pp. [183-201].

Nistal, Ana. "Del pergamino al bit. La influencia del soporte en el contenido". ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, 2009, mayo-junio, vol. [CLXXXV], nº[737], pp. [531]-[539].

Nuño Moral, María Victoria; López de la Iglesia, Concepción. "Amazon, Bol y Diversia: tres ejemplos de librería virtual" Documentación de las Ciencias de la información, 2000, nº[23], pp.[55]-[166].

Palafox, Manuela; Acebes, Ricardo. "El Proyecto de colaboración de la Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid con Google Búsqueda de Libros". En: XI Jornadas Españolas de Documentación, 2009, pp.[281]- pp.[289].

Piscitelli, Alejandro. "Los bárbaros de Google. Educando con sentido a la Generación Einstein". Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, 2009, enero-marzo, nº[78].

Silva, Alicia. "La globalización cultural y las tecnologías de información comunicación en la cibersociedad". Razón y palabra, 2008, N°. [64], (Ejemplar dedicado a: Filosofía y Comunicología)

Red.es. Informe anual de contenidos digitales en España 2009. Madrid: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información, 2009.

Red.es. Estudio de Comercio Electrónico B2C 2009. Madrid: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y los Sistemas de Información, 2009.

Samuelson, Pamela. "Google Book Search and the Future of Books in Cyberspace". Minnesota Law Review, Forthcoming; UC Berkeley Public Law Research Paper, 2010, enero, nº. [1535067], pp.[1]-[44].
ssrn.com/abstract=1535067

Schneider, Gary. Electronic Commerce. Boston: Ed. Course Technology Cengage Learning, 2008.

Steingress, Gerhard. "La cultura como dimensión de la globalización: Un nuevo reto para la sociología". Revista Española de Sociología, 2005.

Vise, David A. y Malseed, Mark. La historia de Google: Los secretos del mayor éxito empresarial, mediático y tecnológico de nuestro tiempo. Madrid: La Esfera de los Libros, 2006.

Vives, Josep (coord.); Alberch, Ramón [et. al.]. Digitalización del patrimonio: archivos, bibliotecas y museos en la red. Barcelona: Editorial UOC, 2009.

Wells, Herbert G. World Brain. London: Methuen, 1938.

Zamora Fonseca, Raquel; Cañedo Iglesias, Carlos . "La Biblioteca Virtual: Reflexiones y consideraciones". Biblios, 2008, nº [33-34], p.[1]-[14].

Zaid, Gabriel. Todos los libros a mano. En: Letras Libres, febrero 2010.
www.letraslibres.com/index.php?art=14449&rev=2

Referencias web:

Aguirre Romero, Joaquín M^a. Literatura en Internet, ¿Qué encontramos en la www? Revisado el 5 de enero de 1998.

www.ucm.es/info/especulo/numero6/lite_www.htm

Las bibliotecas de Alejandría del siglo XXI: Google ha colgado ya en la red un millón de obras de dominio público. En: Fundación Saber.es, Biblioteca Digital, Noticias

www.saber.es/web/noticias/bibliotecas-alejandria-siglo-xxi.php?idNoticia=31

Google. Web corporativa. Acerca de Google

www.google.es/intl/es/corporate/

www.google.es/intl/es/corporate/tenthings.html

www.google.es/intl/es/corporate/software_principles.html

www.google.es/intl/es/corporate/privacy_principles.html

www.google.es/intl/es/corporate/security.html

www.google.es/intl/es/corporate/tech.html

Google. Web corporativa. Información corporativa

www.google.es/intl/es/corporate/business.html

Google cumple 10 años tras cambiar el mundo de la información online

google.dirson.com/post/4090-google-cumple-10/

Google. 10º cumpleaños. Cronología Google

www.google.es/tenthbirthday/#start

Google Books

books.google.es/intl/es/googlebooks/history.html

Google Book Search

books.google.es

American Memory

memory.loc.gov/

Biblioteca Digital Ciudad Seva

www.ciudadseva.com/bdcs/bdcs.htm

Biblioteca Digital de China

www.nlc.gov.cn

Biblioteca Digital Hispánica (BDH)

www.bne.es/es/Catalogos/BibliotecaDigital/

Biblioteca Digital Mundial

www.wdl.org

Biblioteca Virtual en Salud (BVS)
regional.bvsalud.org/php/index.php?lang=es

Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes
www.cervantesvirtual.com

Bibliotheca Alexandrina
www.bibalex.org

Cibera
www.cibera.de/es/index.html

Eume.net
www.eumed.net/

Europeana
www.europeana.eu/portal/index.html

Gallica
gallica.bnf.fr

Internet Archive
www.archive.org/

Internet Public Library (IPL)
www.ipl.org/

Logos
www.logoslibrary.eu/

Open Content Alliance
www.opencontentalliance.org/

Perseus Digital Project
www.perseus.tufts.edu

Proyecto Cervantes
cervantes.tamu.edu/V2/index.html

Public Library of Science (PLOS)
www.plos.org/about/index.php

The European Library (TEL)
search.theeuropeanlibrary.org/portal/en/index.html

Thesaurus Linguae Graecae (TGL)
www.tlg.uci.edu

8.- Índice de citas

Webs:

- [1] www.google.es/intl/es/corporate/
- [2] **Real Academia de la Lengua Española. Diccionario:** buscon.rae.es/draeI/SrvItConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=buscar [consulta 24 de enero de 2010]
- [3] www.google.es/intl/es/corporate/tech.html
- [4] memory.loc.gov/ammem/index.html
- [5] www.gutenberg.org
- [6] www.archive.org/details/millionbooks
- [7] www.ulib.org/
- [8] www.jstor.org/
- [9] quod.lib.umich.edu/m/moagrp/
- [10] www.ouls.ox.ac.uk/bodley
- [11] www.opencontentalliance.org/
- [12] books.google.es/intl/es/googlebooks/history.html
- [13] www.gutenberg.org/wiki/Main_Page
- [14] www.dartmouth.edu/~sorjuana/
- [15] www.paseovirtual.net/biblioteca/
- [16] parnaseo.uv.es/
- [17] www.amazon.com
- [18] www.barnesandnoble.com
- [19] www.alapage.fr
- [20] www.ibs.it/hmepge.asp
- [21] www.whsmith.co.uk
- [22] www.mundiprensa.com
- [23] www.veintinueve.com
- [24] www.ontsi.red.es/index.action
- [25] www.publidisa.com
- [26] www.bubok.com
- [27] books.google.com/googlebooks/library.html
- [28] www.googlebooksettlement.com/help/bin/answer.py?answer=118704&hl=es#q44
- [29] books.google.es/intl/es/googlebooks/screenshots.html#limitedpreview
- [30] books.google.es/intl/es/googlebooks/screenshots.html#snippetview
- [31] books.google.es/intl/es/googlebooks/screenshots.html#bookinfo
- [32] www.googlebooksettlement.com/r/view_settlement_agreement

Prensa y otras:

1 Según Chris Palma, director de desarrollo de socios estratégicos de Google nos habla como usuarios potenciales al igual que cita que el 20% de las búsquedas que se realizan en los últimos 90 días, no se han visto con anterioridad, siendo totalmente nuevas.

2 **Quand Google défie l'Europe.** En: Le Monde, 23 Janvier 2005: www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=885549

- 3 La industria editorial se sitúa en el cuarto puesto mundial.** En: Público, 24 de abril de 2009.
www.publico.es/culturas/221266/editorial/industria/puesto/cuarto/mundial/espanola
- 4 Los bibliotecarios sin Gutenberg.** Marcos Ros.
www.documentalistaenredado.net. Entrante, p. 71-81
- 5 Se abre la veda contra Google.** En: El País, Primer plano, 7 de marzo de 2010.
www.elpais.com/articulo/primer/plano/abre/veda/Google/elpepueconeg/20100307elpneglse_2/Tes
- 6 Gabriel Zaid, relaciona el desarrollo de estos grandes proyectos digitales con el sueño de los Tolomeos y la creación de la Biblioteca de Alejandría, así como la idea de crear un punto de reunión de ideas, principios a partir de la reunión de todo el saber organizado, conocido en ese momento. De ahí su similitud con los "think tank" actuales.**
- 7 Google quiere 'sacar del limbo' los libros que se olvidan cada año.** En: El Mundo, Navegante, Empresas, 22 de febrero de 2006.
- 8 La biblioteca virtual de Google, en ascuas.** En: El País, Cultura, 19 de febrero de 2010.
- 9 Microsoft abandona el programa de digitalización de libros y unifica sus buscadores en Live Search.** En: Beat Internacional, 25 de mayo de 2008. beat.ediciona.com/category/microsoft/
- 10** Todos los autores consultados hablan de "bibliotecas digitales", aunque en algunos casos se definen como "bibliotecas virtuales", podemos citar a Raquel Zamora Fonseca y Carlos Cañedo Iglesias autores del texto "La Biblioteca Virtual: Reflexiones y consideraciones teóricas", aparecido en la revista Biblios (nº33, 2008), definiendo a la biblioteca digital "como la recopilación de información en formato electrónico disponible en una sola localización, mientras que la biblioteca virtual se reconoce como la encargada de brindar el acceso instantáneo a la información desde varios puntos, a través, de redes informáticas".
- 11 Jeanneney, Jean-Noël.** Google desafía a Europa: el mito del conocimiento universal. Valencia: Universitat de València, 2007, introducción.
- 12** Como patronos de este proyecto intervienen entidades públicas y privadas: Univesitat d'Alacant, Banco de Santander, Fundación Marcelo Botín, Ministerio de Ciencia e Innovación, Generalitat Valenciana, Telefónica, Grupo Prisa, entre otros
- 13 Las bibliotecas de Alejandría del siglo XXI: Google ha colgado ya en la red un millón de obras de dominio público.** En: Fundación Saber.es, Biblioteca Digital, Noticias
www.saber.es/web/noticias/bibliotecas-alejandria-siglo-xxi.php?idNoticia=31
- 14 Las tecnologías y el libro para todos:**
www.gutenbergnews.org/20080731/las-tecnologias-y-el-libro-para-todos/
[consulta 12 de mayo de 2010]
- 15 Amazon.com, Inc. (NASDAQ:AMZN) today announced financial results for its fourth quarter ended December 31, 2009.** En: Amazon.com, 28 de enero de 2010.
phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=176060&p=irol-newsArticle&ID=1380453&highlight

16 Bertelsmann abre tienda en España. En: Marketing y Comercio, diciembre 1999.

www.marketingycomercio.com/numero10/10bol.htm

17 Barnes & Noble Launches World's Largest eBookstore: introduces "Every Device" Strategy.

En: Barnes & Noble, 20 de julio de 2009.

www.barnesandnobleinc.com/press_releases/2009_july_20_ebookstore.html

18 Editoria: Giunti e Messaggerie si alleano. En: Dell Economia, 11 de junio de 2009.

delleconomia.it/articoli/2009-06/editoria-giunti-e-messaggerie-si-alleano.php

19 Irish book chain Hughes and Hughes goes into receivership. En: The Bookseller.com, 1 de marzo de 2010.

www.thebookseller.com/news/113742-irish-book-chain-hughes-and-hughes-goes-into-receivership.html

20 Librandia, la plataforma del libro digital. En: El Público, 12 de mayo de 2010.

www.publico.es/culturas/311984/librandia/plataforma/libro/digital

21 Primera gran batalla por la distribución del libro digital. En: El País, Cultura, 3 de julio de 2009.

www.elpais.com/articulo/cultura/Primera/gran/batalla/distribucion/libro/digital/elpepucul/20090703elpepucul_2/Tes

22 Las universidades españolas se unen para crear una plataforma de distribución de e-books. En: Baquía, 9 de junio de 2010.

www.baquia.com/noticias.php?id=16529&utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+todo-baquia+%28Todo+Baqu%C3%ADa%29&utm_content=Yahoo!+Mail

23 The Digitalist a blog by the digital team at Pan Macmillan:

thedigitalist.net/2008/05/manifesto-download/ [consultado 2 de junio de 2010]

24 Exacteditions blog:

exacteditions.blogspot.com/2007/11/amazonversus-google-for-ebooks.html [consultado 2 de junio de 2010]

25 En líneas generales, aquellos cuyos periodos de protección hayan vencido, o cuyos titulares de derechos de autor hayan renunciado a dicha protección. En Estados Unidos son aquellas obras publicadas antes de 1923 (Felipe Sanchez Iregui, 2005). En la Unión Europea, se establece setenta años tras la muerte del autor o setenta años desde el momento de la primera difusión lícita entre el público, y, por lo que se refiere a los derechos afines, en cincuenta años desde el momento en que se produce el hecho generador (**Punto 11 de la Directiva 93/98/CEE del Consejo, de 29 de octubre de 1993, relativa a la armonización del plazo de protección del derecho de autor y de determinados derechos afines. Diario Oficial n° L 290 de 24/11/1993 p. 0009 – 0013**).

26 Una obra huérfana es aquella protegida por el Derecho de Autor, es decir, que no está en dominio público, en la que el usuario no es capaz de identificar, localizar o ponerse en contacto con el legítimo titular de los derechos con el fin de obtener la autorización para poder utilizarla (publicándola, digitalizándola, fotocopiándola, etc.) (Boletín Informativo de CEDRO n.º60, p. 22-23 (mayo-junio 2007)).

27 El acuerdo Google/Universidades pretendía la digitalización de siete millones de volúmenes de Michigan; el millón largo de la colección del siglo XIX de Oxford; 40.000 libros de Harvard; 12.000 de la Biblioteca Pública de Nueva York y un número indeterminado de libros de Stanford (**Vise, David A. y Malseed, Mark**. La historia de Google: Los secretos del mayor éxito empresarial, mediático y tecnológico de nuestro tiempo. Madrid: La Esfera de los Libros, 2006).

28 "Google no ve libros, se limita a ver datos": La polémica por el proyecto de digitalizar libros masivamente no cesa. La alianza Open Book (OBA) está dispuesta a hacer la guerra. En: El País, Cultura, 29 de octubre de 2009.

www.elpais.com/articulo/cultura/Google/ve/libros/limita/ver/datos/elpepicul/20091029elpepicul_5/Tes [consulta 27 de mayo de 2010].

29 Google retira obras de su biblioteca digital: El gigante recurrirá la sentencia judicial francesa en su contra. En: Publico, Culturas, 20 de febrero de 2010.

ww.publico.es/culturas/292842/google/retira/obrasde/biblioteca/digital [consulta 27 de mayo de 2010].

30 Datos extraídos de: Samuelson, Pamela. "Google Book Search and the Future of Books in Cyberspace". *Minnesota Law Review, Forthcoming. UC Berkeley Public Law Research Paper No. 1535067*, 13 de junio de 2010. papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1535067 [consulta 3 de junio de 2010].

31 El bibliotecario que se enfrentó a Google: Peter Brantley lidera la lucha contra el Acuerdo del gigante de Internet. En: Público, Culturas, 29 de octubre de 2009.

www.publico.es/culturas/264956/bibliotecario/enfrento/google [consulta del 26 de mayo de 2010]

32 "El peligro de Google Books es que se convierta en un monopolio de la información de calidad". En: El Economista.es, Legislación, 29 de octubre de 2009.

www.eleconomista.es/legislacion/noticias/1655749/10/09/El-peligro-de-Google-eBooks-es-que-se-convierta-en-un-monopolio-de-la-informacion-de-calidad.html [consulta del 26 de mayo de 2010]

33 Datos extraídos de: Samuelson, Pamela. "Google Book Search and the Future of Books in Cyberspace". *Minnesota Law Review, Forthcoming. UC Berkeley Public Law Research Paper No. 1535067*, 13 de junio de 2010. papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1535067 [consulta 3 de junio de 2010].

34 Google: "somos los más celosos en vigilar la propiedad intelectual". En: El País, Cultura, 6 de octubre de 2009:

[ww.elpais.com/articulo/cultura/Google/somos/celosos/vigilar/propiedad/intelectual/elpepucul/20091006elpepucul_4/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Google/somos/celosos/vigilar/propiedad/intelectual/elpepucul/20091006elpepucul_4/Tes) [consultada 26 de mayo de 2010].

35 Bruselas acelerará la digitalización de obras culturales europeas. En: AquiEuropa.com, 21 de abril de 2010:

www.aquieuropa.com/note.asp?noteid=3755 [consultada 8 de junio de 2010].

36 "Acuerdo Google": CEDRO ofrece a sus socios solicitar las posibles compensaciones por el escaneado de sus obra:

www.cedro.org/vTextoCompleto.asp?Ide=2165 [consultada 8 de junio de 2010].

- 37 Google anuncia que abrirá una 'librería digital' en 2010.** En: CincoDías.com, Internet, 16 de octubre de 2009: www.cincodias.com/articulo/empresas/Google-anuncia-abrira-libreria-digital-2010/20091016cdscdiemp_31/cdsemp/ [consultada 9 de junio de 2010].
- 38 Google Editions: 11 razones para su éxito.** En: Lecturalia, 22 de mayo de 2010: www.lecturalia.com/blog/2010/05/22/11-razones-para-su-exito/ [consultada 26 de mayo de 2010].
- 39 Google lanzará tienda de libros electrónicos a principios del próximo año.** En: FayerWayer, 15 de octubre de 2009: www.fayerwayer.com/2009/10/google-lanzara-tienda-de-libros-electronicos-a-principios-del-proximo-ano [consultada 9 de junio de 2010].
- 40 Google Editions, Bookstore in the Cloud, Will Go Live By July.** En: LibraryJournal.com, 5 de junio de 2010: www.libraryjournal.com/article/CA6727991.html?nid=2673&source=title&rid=17616417 [consultada 9 de junio de 2010].
- 41 Google va por la digitalización de libro.** En: CNNExpansión.com, 5 de mayo de 2010: www.cnnexpansion.com/tecnologia/2010/05/05/google-libro-ebook-electronico-expansion [consultada 9 de junio de 2010].