

Universidad de Salamanca  
Facultad de Traducción y Documentación  
Máster en Sistemas de Información Digital

Trabajo de Fin de Máster

# Tendencias Web 2.0 en el sector editorial portugués

Comunicación participativa y oferta de libros  
electrónicos en los sitios web de las editoriales

*Jorge Manuel dos Santos Gonçalves*  
Tutor: *Dr José Antonio Cordón García*

Salamanca  
2011



Universidad de Salamanca  
Facultad de Traducción y Documentación  
Máster en Sistemas de Información Digital

Trabajo de Fin de Máster

## Tendencias Web 2.0 en el sector editorial portugués

Comunicación participativa y oferta de libros  
electrónicos en los sitios web de las editoriales

Trabajo de fin de máster a  
presentar a la Facultad de  
Traducción y Documentación de  
la Universidad de Salamanca  
para obtención del grado de  
máster en Sistemas de  
Información Digital

Aprovado por:

---

*Dr José Antonio Cordón García*

Jorge Manuel dos Santos Gonçalves  
Salamanca, 2011

## Sumario

<b>Resumen</b>	5
<b>Introducción</b>	6
<b>Capítulo I: El libro electrónico, la Web 2.0 y la piratería</b>	
1.1. La génesis del libro electrónico	9
1.2. Las editoriales y el libro electrónico	15
1.3. El libro electrónico y la Web 2.0	18
1.4. La biblioteca 2.0	20
1.5. La piratería: ¿una amenaza o un impulso para el libro electrónico?	24
<b>Capítulo II: Estudio empírico: Aplicaciones 2.0 en las páginas Web de las editoriales portuguesas</b>	
2.1. Introducción	29
2.2. Metodología de la investigación	31
2.3. Las editoriales analizadas	34
2.4. Presentación de los resultados	50
2.5. Conclusiones del estudio empírico	54
<b>Conclusiones</b>	56
<b>Bibliografía</b>	58

## **Resumen**

El concepto de biblioteca 2.0 constituye un nuevo modelo de servicio bibliotecario que fomenta el cambio constante, invitando a la participación del usuario en la creación de servicios, redefiniendo la naturaleza de las relaciones entre la información y los usuarios. Pone a disposición del usuario información donde y cuando el lo requiere, asegurando que se eliminan las barreras para la utilizar y reutilizar.

La irrupción en la Red de las aplicaciones derivadas de la denominada Web 2.0 -Wikipedia, YouTube, Twitter, redes sociales, blogs, etc.- está generando una transformación histórica en los hábitos de lectura y escrita: los lectores pueden participar en redes sociales recomendando libros, subiendo fotos y vídeos a la Red, escribiendo textos en Wikipedia, etc. Entre tanto, las redes de intercambio 'Peer2Peer', que permiten descargar ficheros ubicados en los ordenadores de otros utilizadores, constituyen una amenaza para la industria, mientras los usuarios afirman que no deben ser consideradas como tales porque no hay afán lucrativo en las descargas y, además, impulsian la utilización de los contenidos.

## **Palabras clave**

Libro electrónico; Web 2.0; Biblioteca 2.0; Red social .

## **Abstract**

The concept of library 2.0 is a new model of library service that encourages constant change, inviting user participation in service creation, redefining the nature of the relationships between information and users. It provides user information where and when required ensuring that barriers are removed for use and reuse.

The explosion in network applications arising from the so-called Web 2.0 -Wikipedia, YouTube, Twitter, social networks, blogs and more- is creating a historic transformation in the habits of reading and writing: readers can participate in social networks recommending books, uploading photos and videos to the Web, typing text in Wikipedia, and so on. However, Peer2Peer networks, which allow you to download files placed on the computers of other users, are a threat to the industry, while users say they should not be considered as such because there is no goal of profit in the dumps and drives the use of the contents.

## **Keywords**

E-book; Web 2.0; Library 2.0; Social network.

## Introducción

La tecnología, hoy más que nunca, se ha convertido en una parte integrante de nuestras vidas, y sus formas, modelos y presentaciones son innumerables en respuesta a nuestras distintas necesidades. En general, todas estas tecnologías han evolucionado rápidamente para dar paso a sofisticados sistemas de información que generan grandes beneficios -por la facilidad con que accedemos a esa información-, pero, también, que conllevan cuestiones jurídicas que pueden ir en contra a derechos y garantías de autores y distribuidores.

El presente estudio pretende hacer un análisis de la situación del mercado editorial en línea, en particular el estado de la situación de las editoriales portuguesas con relación a la forma como se relacionan con los usuarios en sus páginas web, a la utilización de las nuevas tecnologías sociales -blogs, wikis, podcasts, redes sociales, etc.- y a procurar entender las implicaciones y beneficios derivados de su utilización en sus estrategias de comunicación y marketing cultural.

Internet se define como un conjunto de redes comerciales, redes públicas, redes privadas, de docentes, de servicios, etc., que operan a escala planetaria para ofrecer inmensos recursos en el campo de la información y de la comunicación.

Internet es a la vez una capacidad de difusión en todo el mundo, un mecanismo de difusión de información, y un medio de colaboración e interacción entre los individuos y sus ordenadores sin tener en cuenta su ubicación geográfica (Leiner, B. N., *et al.*, 2009).

El mundo de los medios impresos es grande: incluye todo lo relacionado con los libros, periódicos y fotografías. El mundo de la Internet es mucho más grande. La red está dando lugar a una tremenda agitación de las comunicaciones y de los métodos de trabajo a lo que estábamos acostumbrados hasta ahora.

¿Son estos dos mundos -el de los medios impresos y el de Internet- antagónicos o complementarios? ¿Cuál es la influencia de un mundo en el otro, y vice-versa? ¿Cómo acepta el mundo de los medios de comunicación impresos este medio de comunicación avasallador que es la Internet? ¿Cómo es que Internet tiene en cuenta esta herramienta con siglos de antigüedad que es el medio impreso? ¿Trabajan juntos? ¿Compiten? ¿Cuál es su futuro común? ¿Irá el mundo de la Internet tragar el mundo de la prensa escrita, o, por el contrario, va la prensa 'domesticar' Internet como un adicional medio de comunicación?

Con la elaboración del presente trabajo escrito procuraremos dar respuesta a estas cuestiones.

El objetivo principal de la investigación que nos proponemos emprender, incluida en el segundo capítulo, es constatar la existencia o la ausencia de elementos de interactividad con los usuarios y procurar entender cual la relación de los editores portugueses con esa nueva realidad que constituye el libro electrónico y las nuevas formas de interacción proporcionadas por las redes

sociales.

Se hará, en la medida de lo posible, la comparación de los datos obtenidos con los del estudio 'Tendencias Web 2.0 en el sector editorial', llevado a cabo en 2007 por Dosdoce, portal cultural español que analiza las nuevas tecnologías en el sector cultural.

Una disertación de esta naturaleza requiere el trabajo de búsqueda de la información que sobre el tema ha sido elaborada. El tiempo disponible para la preparación de este trabajo, así como las limitaciones que se enfrenta en el acceso a la literatura disponible, no nos permite considerar la tarea completada. Mucho se ha, concerteza, mantenido sin decir.

Las citas en este trabajo se ajustan al estándar de la APA: American Psychological Association, según el principio autor-fecha.

Hay dos componentes principales de la APA: - la cita referida por autor-fecha en el lugar apropiado dentro del texto del documento (por ejemplo, Smith, 2010); - el listado de referencias al final del documento. Todas las citas en el texto deben tener una entrada correspondiente en la lista de referencias (bibliografía), y la inversa se aplica para las entradas de la lista de referencias.

Consideramos este el sistema de citaciones que mejor se adecua a la utilización de apenas dos elementos en el texto: el apellido o apellidos del autor o autores y la fecha de edición. El hecho de que en la bibliografía la fecha surja após el nombre del autor facilita la confrontación entre la cita y la respectiva referencia bibliográfica.

Este estudio -trabajo final del Máster en Sistemas de Información Digital- se estructura en dos partes, para allá de una introducción en la que se describen la justificación, los objetivos, la metodología y la estructura del trabajo.

- En la primera parte tratará de hacerse una revisión e investigación bibliográfica a través de la cual se hará el punto de la situación actual de la relación del libro electrónico -y de los aspectos que lo envuelven: la biblioteca 2.0, la descarga ilegal de contenidos- con la nueva Web 2.0.

- La segunda parte de este estudio se ocupará de una pesquisa empírica que pretendemos hacer: la aferición de la adhesión de las páginas web de las editoriales a las posibilidades de interacción que da la Web 2.0, rellenando una plantilla con diferentes parámetros de evaluación, analizando el grado de adaptación de las editoriales portuguesas, en sus páginas de Internet, a las posibilidades de interacción que permite la Web 2.0.

La división de los capítulos de este trabajo sigue una secuencia lógica, en la que parte de un enfoque al problema objeto de estudio, análisis de la cuestión sobre una base teórica y se hará, finalmente, un análisis estadístico basado en la recoja de los elementos de interacción presentes, o ausentes, en las páginas web de las editoriales portuguesas.

La presentación de los resultados será ilustrada con gráficos, por forma a permitir una lectura global e integrada de los mismos.

Tuckman (2000: 441) señala, en este sentido, que "los cuadros y gráficos son a menudo esenciales en la sección dedicada a los resultados, incluyendo un texto que describe lo que se representa en ellos".

## **Capítulo I**

### **El libro electrónico, la Web 2.0 y la piratería**



## 1.1. La génesis del libro electrónico

El libro impreso tiene cinco siglos y medio de edad.

El libro digital tiene casi 40 años. Nace con el Proyecto Gutenberg, creado en julio de 1971 por Michael Hart (Lebert, 1999).

El Proyecto Gutenberg se propone difundir gratuitamente por vía electrónica el mayor número posible de obras literarias, distribuir las obras del dominio público por vía electrónica sin custos para el usuario.

Según Hart, citado por Lebert (1999), "el texto electrónico es un nuevo medio de comunicación, sin verdadera relación con el papel. La única semejanza es que se distribuyen las mismas obras pero, cuando la gente se haya acostumbrado, el papel no podrá competir con el texto electrónico, sobre todo en las escuelas". Pero habrá que esperar hasta el advenimiento de la web y del primer navegador para que el Proyecto Gutenberg encuentre su velocidad de crucero.

Señal de los tiempos que corren, en noviembre del año 2000, la British Library pone en línea la versión digital de la Biblia de Gutenberg, el primer libro impreso. Aquella Biblia -datada de 1454 ó 1455-, fue impresa por Gutenberg en 180 ejemplares en su taller de Maguncia, en Alemania. 48 ejemplares existirán aún, aunque algunos incompletos. Tres de esos ejemplares -dos completos y uno parcial- están en la British Library.

Según la Asociación Americana de Editores (una asociación de la industria de las editoriales líderes en los EEUU), "las ventas de libros electrónicos se dispararon 176,6% a 169,5 millones de dolares en 2009, en el total de 35 mil millones de la industria editorial" (E-book Publishing, s.d.). Un informe de Forrester Research predice que las ventas ascenderán a 966 millones de dolares en 2010, y ultrapassarán los mil millones en 2011 (Idem).

John Mark Ockerbloom -creador de Online Books Page en 1993- se ha apasionado por el enorme potencial de hacer accesible la gran literatura al mayor de personas posible a través de Internet: "Estoy muy interesado en el desarrollo de Internet como medio de comunicación masiva en los próximos años", dijo en una entrevista al NEF: Net de los Estudios Franceses, de la Universidad de Toronto (Lebert, 2008). "También me quiero quedar involucrado en la provisión de libros gratuitos en Internet, que esto sea parte integrante de mi actividad profesional, o que esta sea una actividad benevolente que yo haga en mi tiempo libre".

Después de las obras de referencia y de las revistas científicas, los libros electrónicos representan el siguiente nivel de evolución en la revolución digital. Su presencia en bibliotecas y su nivel de conocimiento por parte de los usuarios es todavía escaso.

Pero el desarrollo de colecciones específicas por parte de los editores, el desarrollo de sistemas de distribución online cada vez más aquilatados y las mejoras introducidas en los dispositivos de lectura portátiles - *e-book readers* o, simplemente, *e-readers* - están provocando una modificación de esta situación, de

tal manera que se está verificando un cambio de tendencia con respecto a la producción y consumo de este tipo de documentos. (Cordón García *et al.*, 2010b)

Hoy en día uno puede leer un libro en su ordenador, en su asistente personal (PDA: *personal digital assistant*), en su teléfono, en su *smartphone* o cualquier aparato de lectura especializado. Internet ha llegado a ser imprescindible para documentarse, comunicar, acceder a documentos y extender los conocimientos.

La web se ha convertido en una gigantesca enciclopedia, una enorme biblioteca, una inmensa librería y un medio de comunicación completo. Gracias al Internet, la información ha pasado de un estado estático en los libros impresos a una gran fluidez, y ofrece la posibilidad de una actualización constante. (Idem)

Ya no necesitamos correr desesperadamente tras la información que nos hace falta. La información que nos hace falta ya está a nuestro alcance, incluso para aquellos que estudian por correspondencia, que viven en pleno campo, que trabajan a domicilio o que están confinados a la cama.

Libro y lector son conceptos que están cambiando. También se está transformando la industria editorial, que modifica sus estructuras conceptuales y logísticas para adaptarse al desafío de la modernidad. "El concepto de libro, relacionado hasta hace poco con el de material impreso, que es el universo de los soportes físicos, se amplía considerablemente como consecuencia de las innovaciones tecnológicas que permiten multiplicar la difusión de un texto hasta el infinito" (Franganillo, 2008).

### Cronología de Internet y de la edición en línea

[Cada línea empieza por el año o bien por el año/mes]

1968: El código ASCII es el primer sistema de codificación informático.

1971/07: Michael Hart lidera el proyecto Gutenberg -la primera biblioteca digital- que busca digitalizar libros y ofrecerlos gratis.

1974: El Internet da sus primeros pasos.

1977: Se crea el UNIMARC como formato bibliográfico usual.

1983: Despega el Internet.

1984: Se instituye el *copyleft* para los *softwares*: distribución gratuita por contrapunto al *copyright*.

1990: Se estrena la web, impulsando el desarrollo de Internet.

1991/01: El Unicode es un sistema de codificación para todos los idiomas.

1993: Zahur Klemath Zapata registra el primer programa de libros digitales: Digital Book, y se publica el primer libro digital 'Del Asesinato', de Thomas de Quincey.

1993: Aparece Bibliobytes, un proyecto de libros digitales gratuitos en Internet.

1993/01: La Online Books Page es el segundo esfuerzo considerable en catalogar libros en línea, pero el primero en hacerlo con el rigor requerido por la ciencia.

1993/06: Adobe lanza el formato PDF y el Acrobat Reader.

1993/11: Mosaic es el primer software de navegación en la web.

1994: El primer sitio web de biblioteca se pone en línea.

1994: Los editores utilizan la web como instrumento de marketing.

1995/07: Amazon.com comienza a vender libros a través de Internet. Se torna la primera gran librería online.

1995: La prensa se pone en línea.

1996: El proyecto Gutenberg alcanza los 1.000 libros digitalizados. La meta es un millón.

1996/03: El Palm Pilot es la primera PDA: Asistente Personal Digital.

1996/04: Se crea el Internet Archive para archivar la web.

1996/07: CyLibris es el pionero francófono de la edición electrónica.

1996/10: @folio es un proyecto de lector portátil de textos "abierto".

1996: Algunos profesores se interesan por nuevos métodos de enseñanza.

1997/01: La convergencia multimedia es objeto de un coloquio.

1997/04: E-Ink desarrolla una tecnología de tinta electrónica.

1997/10: Gallica es la sección digital de la Biblioteca nacional de Francia.

1997: La edición electrónica empieza a generalizarse.

1997: Se pone en línea el Logos Dictionary, de acceso gratuito.

1998/05: Las ediciones 00h00 se dedican a vender libros digitales.

1998-1999: Surgen sitios en Internet que venden libros electrónicos, como eReader.com y eReads.com.

1999/09: El formato OeB es un estándar de libro digital.

1999/12: WebEncyclo es la primera enciclopedia francófona en acceso libre.

1999/12: Britannica.com es la primera enciclopedia anglófona en acceso libre.

1999: Los bibliotecarios digitales prosperan.

1999: Algunos autores acuden al soporte digital.

2000/01: El Million Book Project quiere proponer un millón de libros en la web.

2000/02: yourDictionary.com es un portal para los idiomas.

2000/03: Mobipocket se dedica a los libros digitales para PDA.

2000/07: La mitad de los usuarios del Internet no es anglófona.

2000/07: Stephen King autopublica su novela 'Riding Bullet' en línea. Sólo puede ser leída en ordenadores.

2000/08: Microsoft lanza el formato LIT y el Microsoft Reader.

2000/09: La librería Numilog se dedica a vender libros digitales.

2000/09: El portal Handicapzero demuestra que el Internet es accesible para todos.

2000/10: Distributed Proofreaders digitaliza los libros del dominio público.

2000/10: La Public Library of Science lanzará revistas online gratuitas.

2000/11: La versión digitalizada de la Biblia de Gutenberg se pone en línea.

2001/01: Wikipedia es la primera gran enciclopedia colaborativa gratuita.

2001: 'Todoebook' abre como el primer distribuidor de libros electrónicos en español.

2001: Creative Commons renueva el derecho de autor adaptándolo a la web.

2002: Las editoriales Random House y HarperCollins comienzan a vender versiones electrónicas de sus títulos en Internet.

2003/09: Las clases del MIT OpenCourseWare están a disposición de todos.

2004/01: El Proyecto Gutenberg Europe será multilingüe.

2004/10: Google lanza Google Print para rebautizarlo, después, Google Books.

2005/04: Amazon.com recompra la sociedad Mobipocket.

2005/10: La Open Content Alliance lanza una biblioteca digital universal.

2006/08: El catálogo colectivo WorldCat se vuelve gratuito en la web.

2006/10: Microsoft lanza Live Search Books pero lo abandona enseguida.

2006/10: Sony lanza su tableta de lectura Sony Reader.

2007/03: Citizendium lanza una enciclopedia en línea colaborativa "fiable".

2007/03: Inter-Active Terminology for Europe es una base terminológica europea.

2007/05: La Encyclopedia of Life hace un inventario de todas las especies vegetales y animales.

2007/11: Amazon.com lanza su tableta de lectura Kindle.

2007: Zahurk Technologies, Corp. -dueña de la tecnología digital Book- lanza la primera biblioteca de libros digitales para su lectura en Internet, 'Biblioteca Klemath.com', al igual que 'loslibrosdigitales.com' y 'digitalbook.us'.

2007: Grammata lanza al mercado español el Papyre.

2007: La Fundación El Libro Total pone al servicio del mundo un nuevo concepto de biblioteca y libro digital ([www.ellibrototal.com](http://www.ellibrototal.com): proyecto cultural sin ánimo de lucro).

2008: Adobe y Sony hacen compatibles sus tecnologías de libros electrónicos (Lector y DRM: *Digital Rights Management*).

2008/05: Hachette Livre recompra la sociedad Numilog.

2008/10: Google Books propone un acuerdo a las asociaciones de autores y editores.

2008/11: Europeana es la biblioteca digital europea.

2009: Neotake lanza su buscador de libros electrónicos: Neotake.com.

2009/02: Amazon.com lanza el Kindle 2.

(Adaptado de Lebert, 2009: 116-117; Wikipedia.es, 2011b)

En marzo de 2000, Stephen King, maestro del suspense de fama mundial, empieza por distribuir únicamente en Internet su nueva novela 'Riding the Bullet', de 66 páginas. Debido a la reputación del autor y a la cobertura de los medios de comunicación, esta publicación en la web es un éxito inmediato: más de 500.000 personas trataron de descargarla en la primera semana de publicación. A un costo de dos dólares, esta novela electrónica circuló en línea a un costo significativamente menor que los lectores normalmente esperarían pagar por una novela tradicional en papel. (Gunter, 2005: 513)

Stephen King se torna, así, en el primer autor de *best-sellers* a aventurarse en el digital, a pesar de los riesgos comerciales, debido a que la publicó independientemente de su editorial (Actualitté.com, 2011).

"¿Los libros electrónicos han llegado para quedarse?", se pregunta Nudelman (2011). "Seguro," prosigue el autor, "pero, y los otros, ¿deben irse? ¿A partir de cuándo? ¿Voy preparando las cajas? No nos asustemos ni pensemos que algo terrible habrá de suceder. Ya existen los libros electrónicos, sin duda, pero es mejor aclarar cómo están las cosas en la realidad."

La edición electrónica es una realidad contundente en todos los países del mundo occidental. Según Lee (2002), "el 93% de toda la nueva información producida está siendo creada en formato digital".

El total de libros vendidos en Estados Unidos en 2009, en el medio de la gran crisis, "alcanzó la fabulosa suma de 24.000 millones de dólares. Ese año, las ventas de libros electrónicos llegaron a los 313 millones de dólares. Poco más del 2% de las ventas de libros". (Nudelman, 2011)

En 2010, la cantidad de libros electrónicos vendidos subió a casi el 9%. Un crecimiento muy grande, por cierto (los datos son tomados de un informe del GIE: Grupo Interamericano de Editores). La cabeza de una noticia que aterrizó a gran parte del mundo editorial, y que apareció en muchos periódicos, decía: «Amazon vendió este año más libros electrónicos que libros de papel». (Idem)

Los libros electrónicos constituyen la tercera ola en el desarrollo de la edición electrónica. Después de la aparición de las obras de referencia, consultables en forma remota o a través de cd-roms, y de las revistas electrónicas, tipos documentales plenamente asentados como referentes bibliográficos obligados, es el turno del libro electrónico que constituye, para Rao (2005), la más importante revolución en el mundo de la literatura después de Gutenberg.

Las predicciones favorables a su implantación, afirma este autor, están sustentadas por una serie de factores tales como: el rápido desarrollo de las infraestructuras de la información, el volumen creciente de contenidos publicados en formato digital, la mejora continua de las características de las publicaciones digitales (sistemas multimedia, hipertexto, interactividad, etc.) y el desarrollo de las tecnologías que permiten a los libros electrónicos comportarse como libros tradicionales. (Cordón García *et al.*, 2010b: 59)

Si las revistas científicas abrieron el camino consolidándose como paradigmas digitales irreversibles en el ámbito académico, las monografías científicas, y las más comerciales, después de varios años sujetas a movimientos de signo contradictorio, en los que los avances y retrocesos se sucedían al hilo de los éxitos y fracasos tecnológicos, parecen haber iniciado un camino que se va afianzando progresivamente. Los datos así lo aseveran. La razón de crecimiento en producción y demanda de libros electrónicos ha crecido aproximadamente un 20% en los últimos años (Just, 2007).

Outsell (2009) incrementa estos valores al 50% de progresión en los últimos años. Sólo en el mes de diciembre de 2008, las ventas de libros en formato electrónico se habían incrementado en EEUU un 118%. Igualmente se habían vendido en los últimos dos años un millón de e-book readers.

Las ventas de libros electrónicos, en el caso de EEUU entre enero y agosto de 2010, "se incrementaron en un 193% con respecto al mismo período del año anterior, lo que supuso el 9% del total de las ventas para esos meses (en todo el 2009 tan solo llegó al 3,31%)", según datos de la AAP: Association of American Publishers (Asociación de Editores Americanos), citada por Rodríguez (2011).

Según la AAP (2011), "el libro electrónico experimentó un aumento del 23,6 por ciento respecto al año pasado, con 67 millones de dolares en ventas, y una tasa de crecimiento compuesto del 55,7 por ciento desde 2002".

Las estadísticas de ventas aportadas por el International Digital Publishing Forum (IDPF, 2009) confirman esta tendencia de ventas crecientes, con un incremento muy importante en los últimos años.

Para Just (2007: 158), en la mayoría de los últimos 20 años - desde 1986 - la oferta de títulos de libros electrónicos ha crecido continuamente. La tasa media de crecimiento durante este período fue de un 20% anual.

El mayor aumento, de casi el 60%, tuvo lugar en 1999, con el auge de la Nueva Economía. Los años 2002 y 2003 marcan el ocaso de la Nueva Economía y, durante este período, la oferta se redujo. En el año de 2004 la oferta comenzó a recuperarse (Idem).

Los libros electrónicos están emergiendo como la última frontera que editores, bibliotecas y centros de información han de traspasar para acomodar sus recursos a la revolución digital.

## 1.2. Las editoriales y el libro electrónico

Al ser uno de los medios de comunicación y de distribución más antiguos, el libro no sólo tiene implicaciones espirituales, educativas y culturales, sino que también comporta aspectos industriales y económicos legítimos asociados al mercado editorial.

El desarrollo del campo de la edición y de la lectura requiere la comprensión de las relaciones internas existentes entre los diferentes elementos que integran la cadena del libro: la creación literaria y las funciones respectivas del editor y del impresor.

La asociación de dos factores indisolubles del sector de la edición -impacto cultural e intereses económicos- se traduce en un complejo sistema de parámetros que resultan, a veces, difíciles de compatibilizar.

La edición se encuentra en un momento crítico de cambio de modelo: la aparición del libro digital ha revolucionado el mercado del sector.

Según el 'Oxford Dictionary', el *E-book* (libro electrónico) es "una versión electrónica de un libro impreso que se puede leer en un ordenador o dispositivo portátil diseñado específicamente para este propósito" (Oxford Dictionary, 2011).

Un libro electrónico -también conocido como *e-book*, *eBook*, ecolibro o libro digital- es una "versión electrónica o digital de un libro. El libro electrónico se lee en la pantalla de un ordenador, que puede ser un ordenador personal, un portátil o un dispositivo específico del tipo iPad, Blackberry PlayBook o similar" (Montagud, 2011).

Según Guenette *et al.* (2010, 87), la Outsell, Inc. -empresa americana de servicios de información digital- define los e-libros como "unidades descargables de los contenidos de un libro digital que se pueden leer en una variedad de dispositivos, por ejemplo, ordenadores, lectores de libros electrónicos, y teléfonos inteligentes (*smartphones*)".

Después de las obras de referencia y de las revistas científicas, los libros electrónicos representan el siguiente nivel de evolución en la revolución digital. Su presencia en bibliotecas y su nivel de conocimiento por parte de los usuarios es todavía escaso. Pero el desarrollo de colecciones específicas por parte de los editores, el desarrollo de sistemas de distribución online cada vez más eficaces y las mejoras introducidas en los dispositivos de lectura portátiles (*e-book readers*) están provocando una modificación de esta situación, de tal manera que se está verificando un cambio de tendencia con respecto a la producción y consumo de este tipo de documentos. (Cordón García *et al.*, 2010b)

Las principales ventajas de los libros electrónicos es que pueden ser obtenidos más fácilmente que a través de una librería y suelen ser más baratos que las versiones en papel. De acuerdo con los resultados de la encuesta efectuada en Reino Unido por Gunter (2005: 513), los "libros técnicos y publicaciones de no ficción relacionadas con los tiempos libres se encuentran entre los más popularmente utilizados y comprados".

Los factores de costo y la facilidad de acceso y almacenamiento son los factores-clave del mercado de la publicación electrónica. Esto se aplica a los lectores y a los editores. Encontrar el modelo de negocio adecuado a través del cual vender *e-books* es tan importante como el precio real final para los consumidores. (*Op. cit.*: 514)

Los libros electrónicos se encuentran aún en la primera parte de su ciclo de vida y muchas personas están adoptando el formato de libro electrónico por primera vez. (Essex, 2011)

La creación de páginas web por parte de casi todas las editoriales ha incrementado su nivel de visibilidad y sus posibilidades comunicativas a todos los niveles. Con el desarrollo de Internet, muchos editores han invertido en el desarrollo de sitios web con objeto de tener una presencia *online* y mayor visibilidad.

Inicialmente, los sitios web fueron considerados por los editores poco más que como un catálogo en línea, un entorno en el cual sus libros podían ser listados y vendidos. Pero, progresivamente, Internet se ha ido convirtiendo en algo más, ofreciendo otras prestaciones igualmente interesantes y consistentes para el editor: un medio a través del cual proveer de un amplio elenco de servicios a los clientes, que podía ser usado proactivamente para el mercado del libro y para indagar sobre éste (Dosdoce, 2007 *apud* Cordón García *et al.*, 2010b: 55)

En la actualidad los usuarios de las bibliotecas y centros de información están cada vez más familiarizados con los recursos en forma electrónica, tales como obras de referencia, bases de datos y revistas electrónicas a texto completo. Estos recursos han sido fácilmente adaptados al formato digital y rápidamente aceptados y asimilados por los usuarios.

Si hace muy pocos años eran pocos los lectores que respondían con conocimiento de causa acerca del uso y conocimiento de los *e-books*, hoy en día son cada vez más los que conocen y manejan los nuevos formatos (IDPF, 2006).

Por otra parte, hasta fechas muy recientes "la lectura se efectuaba principalmente a través de la pantalla del ordenador pues los dispositivos de lectura de *e-books* tenían una escasa presencia en las bibliotecas, dadas las serias limitaciones de que adolecían. En la actualidad, muchas de esas deficiencias se han resuelto". (Cordón García *et al.*, 2010b: 60)

El modelo de libro estático, inalterable, físicamente reproducible, con costes marginales crecientes en función de su consumo, se tambalea ante el empuje de estas nuevas formas comunicativas por una parte y la desaparición de algunas de las barreras existentes para su consumo por otra, expandiendo su área de influencia hacia ámbitos estrictamente comerciales, como demuestra el incremento de la oferta de títulos y la ampliación de catálogos que los editores han puesto a disposición de los usuarios. (Idem)

En gran parte este fenómeno es deudor del éxito de dispositivos de lectura como iLiad, de iRex Technologies; Kindle, de Amazon; o Nook, de Barnes & Noble, por ejemplo, vinculados a empresas editoriales o de distribución que ponen a disposición de sus usuarios miles de títulos directamente descargables en los mismos.

Un hecho determinante en este cambio de tendencia lo representa Google y su proyecto Google Books, iniciado en 2004, con el que se pretende digitalizar la producción bibliográfica mundial y ponerla a disposición de los usuarios vía web. Esta iniciativa ya ha puesto en la red cientos de miles de libros, muchos de ellos descatalogados e imposibles de encontrar por los sistemas convencionales, eri-



giéndose en un sistema de distribución y venta privilegiado como modelo de negocio por participar de todas las sinergias asociadas al buscador. (*Op. cit.:* 61)

Bien es cierto que en estos momentos el proyecto se encuentra en una fase de estancamiento por la oposición de numerosos editores y autores que han visto en la digitalización generalizada de sus obras una conculcación de sus derechos. "Amazon, que puede experimentar una pérdida de ingresos considerable por la venta de e-books si prospera el proyecto, junto con Microsoft y Yahoo, han creado la Open Book Alliance con objeto de crear una alternativa a este proyecto al que han denunciado por ser anticompetitivo." (Idem)

Son numerosas las instancias tanto nacionales como internacionales que se han opuesto a esta iniciativa de carácter monopolístico en lo que se refiere a la distribución y venta de libros en la red, pero también es cierto que es la primera vez que se vislumbra como fehaciente el viejo proyecto de Paul Otlet y Henri La Fontaine de crear un registro mundial de todo lo publicado, con la diferencia de que, en este caso, se trata no sólo de poseer la referencia de lo existente, sino también el documento. (Idem)

Independientemente de cómo evolucione esta iniciativa y de los acuerdos que Google vaya cerrando, se trata de un hecho determinante en la consolidación del libro electrónico como realidad inmediata cuya proyección dependerá de las negociaciones que los actores de la cadena editorial desarrollen con la empresa y de la supresión del carácter monopolístico que reviste.

### 1.3. El libro electrónico y la Web 2.0

La World Wide Web -más comúnmente designada por Web- fue inventada por Tim Berners-Lee en 1989-90. En 1998, Berners-Lee declaró: "El sueño detrás de la Web es un espacio de información común en el que nos comunicamos mediante el intercambio de información. Su universalidad es esencial, a saber, el hecho de que un enlace de hipertexto puede apuntar a cualquier cosa, cualquier algo personal, local o global, sea borrador o altamente sofisticado". (Berners-Lee, Cailliau, 1990)

Hoy en día, cualquier uno puede, con un portátil, un módem y acceso a Internet, apuntar y hacer clic en cualquier parte del planeta, libre de tiempo, de espacio y de las tarifas de larga distancia de teléfono (Quittner, 1999).

Con el Web móvil o el acceso inalámbrico a Internet a través de un teléfono celular, PDA o otro tipo de dispositivo portátil, los usuarios se mueven fuera del escritorio, y con la introducción del iPhone de Apple, tienen una nueva y mejorada experiencia de navegación en la Web (Funk, 2009).

La amplia adopción de la banda ancha ha creado una experiencia Web que sólo se podía soñar hace unos pocos años atrás.

El término Web 2.0 fue acuñado en referencia a la proliferación de aplicaciones web altamente interactivas, incluidas las redes sociales como Facebook y MySpace, *streaming* de vídeo, juegos interactivos, los wikis, los comentarios de los usuarios a presentar, y los blogs (abreviatura de *web logs*) (Idem).

Centrado principalmente en la colaboración y el intercambio, la Web 2.0 promueve la auto-expresión, la interacción entre las personas, y la oportunidad de una auténtica experiencia de interactividad (Brooks, 2008).

La Web 2.0 representa un conjunto emergente de aplicaciones que tienen un potencial inmenso para enriquecer la comunicación, permitir la colaboración y fomentar la innovación: son interactivas, ricas en contexto y fáciles de utilizar (O'Reilly, 2007). La explosión de contenidos generados por usuarios apunta al inmenso potencial de la Web 2.0 en el enriquecimiento de la comunicación, lo que permite la colaboración y el fomento de la innovación en una escala sin precedentes (Chua, Goh, 2010).

Como Joyce Kasman Valenza ha observado, citado por Brooks (2008), "el panorama de la información ha cambiado. (...) Tenemos que liderar el cambio en los caminos emergentes, que necesitamos para llevar desde el centro".

Las campañas para fomentar la lectura se diseñan a menudo como la transmisión y el comercio del libro como objeto. Pero el libro en cuanto continente de información es hoy en día un concepto que cabe separar del de libro en cuanto contenido. (Franganillo, 2008: 416)

El contenido se desvincula del soporte: continente y contenido son nociones inseparables en el libro impreso, pero ahora un mismo contenido puede estar disponible en diversos continentes, en diferentes soportes, y es aquí donde está la

gran innovación que necesita asumir el mundo editorial, de una parte, y el infinito conjunto de los lectores, por otra (*Op.cit.*: 417).

Desde la aparición de los audiolibros y de los libros digitales, el concepto de libro queda redefinido puesto que ya no se le puede considerar sólo como una obra impresa, o manuscrita, formada por un conjunto de hojas encuadernadas, sino que ahora el material capaz de almacenar y transmitir un cierto conjunto de información puede ser tangible o intangible (*Op.cit.*: 416).

Cambia también el concepto de lector -de lector culto- porque en la era digital esto implica saber manejar ciertos materiales o utensilios que guardan poca relación con el pasado. Ya no basta con tener acceso a Internet, contar con equipos informáticos y disponer de una cierta capacitación tecnológica (Idem).

Implica, además, adquirir la cultura tecnológica suficiente para entender como funciona el formato digital: es necesario saber cómo se organiza la información, cómo y dónde se la puede encontrar, cómo cabe interactuar con ella (Idem).

Efectivamente, la lectura puede hacerse fuera de los libros, y es así, por ejemplo, en el ámbito de la literatura virtual. Gracias a los soportes electrónicos, ciertos creadores de las artes plásticas, de la poesía y de una prosa de vanguardia han producido nuevos tipos de obras que no habrían podido crear sobre papel. (*Op.cit.*: 417)

Lo ilustran tres casos: - Las novelas para móviles, que son historias escritas en lenguaje SMS, tan populares en Japón que se han convertido en los libros más vendidos; - Los poemas para agenda electrónica, que mueven las letras como en un caligrama y permiten las varias lecturas que su autor haya previsto; - Los poemas hipertextuales, como los 'Intermínims de navegació poètica', de Ramon Dachs, que emplean el hipertexto como forma narrativa para crear una obra poética. (Idem)

Esa 'desintermediación' lleva a que muchos editores y actores de la cadena de suministro editorial intenten imaginar cómo y qué posición podrán ocupar para asegurar su futuro en un mundo donde más y más contenidos pueden ser gestionados y suministrados en un formato digital, prescindiendo de las figuras que tradicionalmente gestionaban esos contenidos. (Cordón García *et al.*, 2010b)

Estos cambios que las nuevas tecnologías de la información imprimen en el proceso editorial permiten nuevas técnicas de publicación. Ahora es posible editar un libro en papel sin necesidad de hacer una tirada inicial de un número mínimo de ejemplares.

Desde que en 1997 apareció el sistema, los impresores que publican bajo demanda (*on demand*) dan a conocer sus títulos a través de internet, y sólo imprimen ejemplares de sus libros según los pedidos que reciben de los clientes que compran en la sede web de la empresa o a través de intermediarios como Amazon. (Franganillo, 2008: 417)

Es la impresión digital, que así elimina dos problemas: las pérdidas económicas derivadas de las devoluciones, que a veces inundan los almacenes de los editores convencionales. Y la descatalogación: los libros continúan visibles en Internet, todo el tiempo que se quiera, y sólo si hay usuarios interesados en comprar alguno, en cualquier parte del mundo, éste se imprime según la tirada que necesite el cliente, ya sea un único ejemplar o los que se necesiten. (Idem)

## 1.4. La biblioteca 2.0

El término Web 2.0 fue acuñado por Tim O'Reilly, fundador y CEO de O'Reilly Media, Inc, y el término se hizo más conocido después de la conferencia de O'Reilly Media Web 2.0 en el 2004 (Bernal, 2010).

Para Bernal (2010: 2), "podemos definir la Web 2.0 como un conjunto de tecnologías que nos permiten lograr y ofrecer servicios a los usuarios finales en nuevas y emocionantes formas". La realidad es que gran parte de la publicidad en torno a la Web 2.0 ya existía en la Web mucho antes de que el término se hizo popular con los medios de comunicación y en la industria, pero el concepto está ayudando a impulsar la innovación al uso de esta tecnología hacia una mejor interacción con el usuario.

La idea de la Web 2.0 sin duda tiene algunos aspectos técnicos, con la implementación e innovación de nuevas tecnologías y estándares dentro de la plataforma web. Sin embargo, gran parte del enfoque de la Web 2.0 está en nuevos modelos de negocio. (Idem)

Mientras que el foco de la Web 1.0 fue en la entrega de productos, la Web 2.0 ha creado un cambio de paradigma para la prestación de servicios que pueden utilizarse y combinarse con otros servicios en nuevas formas.

Otro aspecto clave es el crecimiento de la interactividad con los usuarios finales de nuevas formas, permitiendo a "los usuarios a conducir lo que es importante o de mayor valor" (Idem).

La mayoría de las librerías 'tradicionales' -con las ventanas, los libros apilados en exhibición y alineados en los estantes alrededor de la tienda- han creado librerías en línea en Internet (por ejemplo: Barnes & Noble (barnesandnoble.com) en los Estados Unidos; Chapters (Chaptersglobe) en Canadá; Waterstone en el Reino Unido; etc.) Otras no tienen paredes y las ventanas no dan a la calle: son 'sólo' *online* (amazon.com, en Estados Unidos, Internet Bookshop, en el Reino Unido). Su ventana es su página web y todas las transacciones se realizan a través de la red. (Lebert, 1999)

La biblioteca 2.0 -*library 2.0*- es un concepto de un servicio de biblioteca muy diferente, orientada a las necesidades y expectativas de los usuarios de la biblioteca de hoy. En esta visión, la biblioteca pone a disposición información donde y cuando el usuario lo requiere, y trata de asegurar que se eliminan las barreras para la utilizar y reutilizar. (Miller, 2006)

Las bibliotecas -y los servicios que ofrecen- existen dentro de un amplio panorama de servicios de información gratuitos y de pago. Los usuarios de los servicios de la biblioteca utilizan -y son informados por- este amplio conjunto de servicios en línea. (Idem)

Las bibliotecas digitales tienen una corta historia. Mientras que una discusión acerca de las bibliotecas digitales, en diferentes nombres, se inició en la década de 1960, no fue hasta el inicio o mediados de la década de 1990 que la investigación, desarrollo y práctica relacionados con las bibliotecas digitales realmente

despegó. (Saracevic, 2004)

A pesar de su corta historia, las bibliotecas fueron de los primeros servicios de la administración pública en tener presencia en Internet, al principio a través de sus páginas web, posibilitando la consulta de su catálogo, posteriormente ofreciendo la consulta de obras de referencias - bases de datos, directorios y diccionarios - y revistas electrónicas, desarrollando el concepto de biblioteca digital (Alonso Arévalo, Cordón García, 2010).

El crecimiento fue fenomenal: en poco más de una década, miles de bibliotecas digitales se construyeron a nivel mundial y están funcionando operativamente, con más por venir. Libweb -un directorio de las bibliotecas en la web mantenido en la Universidad de California, Berkeley- cuenta actualmente con más de 7.100 páginas de bibliotecas en más de 115 países (Saracevic, 2004).

Cientos de proyectos de investigación dedicados a diversos aspectos de las bibliotecas digitales se desarrollan en gran número de países, y más son reportados cada año. Todo lo relacionado con las bibliotecas digitales es explosivo, excepto una cosa: la evaluación. (Idem)

La incorporación de los libros electrónicos en la biblioteca tiene una serie de ventajas, bien como de inconvenientes. Según Alonso Arévalo, Cordón García (2010), son ventajas:

- Permite el acceso múltiple;
- Acceso perpetuo en todo tiempo y lugar;
- Entrega inmediata.;
- Ahorro de espacio en las estanterías;
- Se evita que pueda ser dañado, perdido o robado;
- No tiene gastos de envío y manipulación;
- Acceso a materiales fuera de imprenta.

Algunos de los inconvenientes de la incorporación de los libros electrónicos en la biblioteca son, según los mismos autores:

- Costo de los lectores de libros electrónicos;
- Dificultad en el acceso a ordenadores o Internet;
- Resistencia al cambio de hábitos de lectura;
- Falta de conocimiento de software / hardware.

Miles de obras del dominio público están en libre acceso en la web. La mayoría de los libreros y editores tienen su propia página web. Algunos de ellos nacen directamente en línea, efectuando la totalidad de sus transacciones a través de la red. Se van multiplicando los libros y las revistas que sólo están disponibles en versión digital, evitando así los gastos que implica una publicación impresa. (Lebert, 2009: 3)

El concepto de biblioteca digital es de enorme importancia social y económica. Se compromete a transformar la manera en que se prestan los servicios al público y, al menos en potencia, redefine la naturaleza de las relaciones entre la información y los usuarios, proveedores e intermediarios. (Bawden, Rowlands, 1999)

Brophy, citado por Bawden, Rowlands (1999: 181), al referirse a la "confusión terminológica" de biblioteca digital, la atribuye en parte a las diferentes

perspectivas con que los autores abordan el tema. Él identifica tres principales puntos de vista: - la biblioteconomía (*librarianship*): dentro de un ambiente digital; - los orígenes no relacionados con la biblioteconomía: de la investigación de computación al *e-business*; - factores sociales (*social drivers*): políticas, normas y imperativos culturales.

La biblioteca 2.0 constituye un modelo de servicio bibliotecario que fomenta el cambio constante, invitando a la participación del usuario en la creación de servicios: tanto físicos como virtuales (Casey, Savastinuk, 2006).

También intenta llegar a nuevos usuarios y servir mejor a los actuales, mediante una mejora de los servicios a si orientados (Idem).

Para acompañar el rápido crecimiento de los recursos de información digital, bibliotecas de todo el mundo se esfuerzan por ofrecer experiencias de alta calidad en línea en sus sitios web. Mientras tanto, un número de bibliotecas, en particular en los Estados Unidos, están cambiando sus percepciones de los usuarios: de meros consumidores de información a productores y arquitectos de la información. (Chua, Goh, 2010)

'Cabalgando' la ola de la Web 2.0, la idea central es involucrar a los usuarios, no sólo en el desarrollo de los servicios de la biblioteca, sino también en la construcción de una comunidad (Liu, 2008 *apud* Chua, Goh, 2010).

La librería tradicional es una 'dictadura' que obliga a ir a una tienda real para hacerse una idea sobre qué se está publicando. Pero esta idea se forma a partir de una muestra sesgada, poco representativa, porque los mecanismos de distribución física ponen en las estanterías sólo aquello que alguien ha querido mostrar al público, y no muestran lo que no se quiere o no se puede mostrar. La decisión está entonces en manos de quien controla el espacio de la tienda.

En cambio, la fuerza de internet - en cuanto espacio infinito - está en que la impresión digital y las tiendas virtuales universalizan el acceso a los contenidos editoriales (Franganillo, 2008: 417). Dado que en la Red todo puede estar disponible, con independencia del soporte, se da visibilidad a todas las expresiones culturales, y el poder de decisión pasa entonces a manos del lector, que adquiere, de ese modo, más autonomía (Idem).

La edición electrónica es una realidad contundente en todos los países del mundo occidental. Según Lee (2002), citado por Cordón García *et al.* (2010), el 93% de toda la nueva información producida está siendo creada en formato digital.

La distribución en papel - el medio tradicional - es incapaz de conectar toda la oferta con toda la demanda y no puede poner un libro concreto en manos de todos los lectores interesados. Pero mediante la impresión bajo demanda y las librerías virtuales, todos los interesados pueden saber de la existencia de un libro concreto, y allí donde estén pueden recibir un ejemplar impreso o acceder de inmediato a la versión digital. (Franganillo, 2008)

Las tecnologías Web 2.0 han jugado un papel importante en la habilidad de los bibliotecarios para mantenerse al día con las necesidades de los usuarios de la biblioteca.

Los avances tecnológicos de los últimos años han permitido a las bibliotecas crear nuevos servicios que antes no eran posibles, como, por ejemplo, interfaces de OPAC personalizados, o contenidos que se descargan y que los clientes de la biblioteca pueden usar en la comodidad de sus hogares. Este aumento en las tecnologías disponibles dan a las bibliotecas la capacidad de ofrecer mejores servicios orientados al usuario. (Casey, Savastinuk, 2006)

La irrupción en la Red de las aplicaciones derivadas de la denominada Web 2.0 - Wikipedia, YouTube, Twitter, Redes sociales, blogs, etc. - está generando una transformación histórica en los hábitos de lectura y escritura: los lectores participan en redes sociales recomendando libros a otros lectores, subiendo fotos y vídeos de sus autores favoritos a la Red, escribiendo las biografías de sus autores preferidos en Wikipedia, etc. (Dosdoce, 2007).

El crecimiento de las tecnologías de información y comunicación ha anunciado importantes desarrollos en el mundo editorial. La publicación electrónica se ha convertido en un fenómeno de gran crecimiento en un paisaje - lo de los medios de comunicación - que evoluciona rápidamente.

La aparición de Internet ha abierto muchas nuevas oportunidades para la difusión de contenido a los mercados de consumo, grandes y pequeños. Entre ellos está el uso de las nuevas tecnologías para entregar libros a los lectores.

La publicación electrónica puede ser mucho más rápida que la edición tradicional, y en cuanto la tecnología para la recepción penetra en el mercado, es probable que se convierta en la principal fuerza en la publicación en el futuro. (Gunter, 2005: 513)

En el pasado, las bibliotecas alojaban millas interminables de estanterías con libros apilados finamente impresos. De la misma manera que los seres vivos se adaptan a su medio ambiente circundante, "las bibliotecas se han convertido en un tubo de alimentación de conexión bidireccional conectando flujos de datos digitales y los grupos de usuarios que los alimentan. La gente ya no se conforma con la información que fluye en un sólo sentido. Las personas quieren participar en la información, añadir sus propias aportaciones, y tomar posesión de ella" (Frey, s. d.b).

Los préstamos tradicionales han sido sustituido por los libros descargables, que nunca están fuera de *stock*, formados para tabletas electrónicas y lectores. Un cambio más grande, sin embargo, ha llegado con el concepto mismo de lo que es un libro.

Donde una vez un cliente pasivamente lee un libro, cada volumen ahora es más parecido a un foro en línea, con los autores, expertos y otros lectores disponibles para hablar y responder a preguntas sobre casi todos los libros importantes jamás escritos (Idem).

La información toma una gran variedad de formas diferentes. Audio, vídeo e imágenes son las formas alternativas más obvias (Idem)

## 1.5. La piratería: ¿una amenaza o un impulso para el libro electrónico?

El concepto "piratería" es un tema todavía abierto. Industria y usuarios no coinciden en su definición.

Para la industria, las redes de intercambio P2P son ilegales, mientras que los usuarios afirman que no deben ser consideradas como tales porque no hay afán lucrativo en las descargas - de ahí su denominación 'Peer To Peer', que podríamos traducir como 'redes entre pares'.

Para O'Reilly (2006), "BitTorrent, como otros pioneros en el movimiento del P2P, adopta el enfoque radical de la descentralización del Internet. Cada cliente es también un servidor; los archivos están subdivididos en fragmentos que se pueden servir desde múltiples localizaciones, aprovechando de forma transparente la red de los individuos que se están descargando archivos para proporcionar tanto ancho de banda como datos a otros usuarios."

De hecho, cuanto más popular es el archivo, más rápidamente se descarga, puesto que hay más usuarios que proporcionan ancho de banda y fragmentos del archivo completo. BitTorrent demuestra así un principio dominante de la Web 2.0: el servicio mejora automáticamente cuanto más gente lo utilice.

Los archivos pueden ser compartidos a través de Internet de muchas maneras. Una de las maneras en que los usuarios pueden compartir archivos es adjuntar un archivo a su correo electrónico, el cual se envía a otras personas. Pueden, también, compartir archivos a través de su sitio de red social (por ejemplo, Facebook). Además, hay dos técnicas dominantes para compartir archivos: Peer-to-peer y Usenet. (Van Eijk, 2011)

Las descargas ilegales constituyen un fenómeno evidente y constatable en todos los sectores de las industrias culturales, percibido de manera muy distinta por los responsables de la cadena de producción de contenidos. Algunos, como Rich (2009), las consideran una forma de publicidad que favorece la visibilidad de los contenidos y que, en todo caso, no va a hacer que los lectores interesados dejen de acudir a los sitios web de las editoriales y las librerías en línea para adquirir una versión autorizada del libro.

La edición científica carece de representatividad tanto en las plataformas de venta como en las redes P2P. Esto no quiere decir que este importante subsector editorial sea invulnerable a la piratería, más bien apunta a que lo mismo que existe una diversificación y fragmentación en el lado de la oferta, se produce una diversificación de circuitos desde la parte de la demanda o la recepción. (Cordón García *et al.*, 2011).

Se observa una complementariedad más que una destrucción de ventas, explicable por el hecho de que los que descargan contenidos son, al mismo tiempo, grandes lectores y compradores (Van-Eijk *et al.*, 2010: 48).

Las prácticas de descarga de contenidos digitales en el ámbito editorial son



contempladas como un problema por parte de los responsables culturales y empresariales. "La creación de sistemas de protección de archivos, la aparición de organismos nacionales e internacionales para vigilar las descargas ilegales y la reticencia del sector editorial a una canibalización del papel por el digital conforman el contexto en el que se desarrolla una práctica poco estudiada, cuando de libros se trata" (Cordón García *et al.*, 2011).

En el ámbito del libro, las descargas de contenidos carecen de la relevancia y magnitud que revisten en el de la música y del cine. Y que en gran parte están motivadas por la carencia de una oferta legal variada y actualizada, y por las deficiencias de las plataformas de distribución y venta. Se analiza para ello la presencia de las obras más vendidas en las principales plataformas de venta y en diferentes redes de intercambio de archivos. (Idem)

Uno de los principales inconvenientes de la comercialización de los *e-books* en la actualidad es la amplia variedad de precios y las descargas ilegales. "Este es un mercado [el español] habituado a la práctica de descarga ilegal y no está acostumbrado a la compra", afirma Cordón García, citado por Rodríguez (2011).

El aumento en el consumo de libros electrónicos ha endurecido la polémica sobre las descargas de contenidos ilegales, polémica trasladada a los medios políticos mediante la cuestionada Ley Sinde, que ha reavivado las discusiones sobre unas prácticas que se van desplazando desde el sector audiovisual al editorial (Cordón García *et al.*, 2011).

Los editores de todo el mundo han iniciado procesos de digitalización de sus catálogos para que estén disponibles en la Red, al tiempo que adoptan iniciativas tendentes a la formación de colecciones digitales completamente nuevas (Cordón García *et al.*, 2011).

La piratería digital -antes más limitada a la música y al cine- se está extendiendo a los libros. Y como los dispositivos de lectura electrónica, como Amazon Kindle (de Foxconn para Amazon.com); Sony Reader (de Sony); Nook (de Barnes & Noble); iPad (de Apple); los teléfonos inteligentes (*smartphones*) y otros *tablets* impulsan la demanda de *e-books*, los expertos dicen que el problema sólo puede empeorar. (Frisch, 2010)

El libro 'The Lost Symbol', de Dan Brown, vendió en Amazon.com -cuando fue lanzado en 2009- más copias digitales para el lector electrónico Kindle en sus primeros días que ediciones de papel. Esto fue visto como un cambio de paradigma en la industria editorial, pero también puede tener un costo.

Menos de 24 horas después de su lanzamiento, copias piratas digitales de la novela se podían descargar en los sitios de intercambio de archivos como Rapidshare y BitTorrent. En pocos días, habían sido descargadas, gratuitamente, más de 100.000 copias. (Frisch, 2010)

Según los últimos datos del 'Observatorio de Piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales' español, la descarga de libros en Internet se ha incrementado en el primer semestre de 2010, alcanzando una tasa del 35,1%. (Rodríguez, 2011)

La encuesta realizada por aquel observatorio en el primer semestre de 2010 (la investigación tiene periodicidad semestral) revela un alto porcentaje de usuarios españoles que descargan habitualmente contenidos por Internet, especialmente en películas y música, donde son más de 2/3 de los encuestados (Achaerandio, 2010).

El observatorio tiene como finalidad el análisis del fenómeno de la piratería

online de contenidos digitales en España, esto es Música, Videojuegos, Películas y Libros, así como de ciertos hábitos de consumo por Internet.

El mercado geográfico relevante del observatorio es el del consumidor doméstico en España, sobre la base del universo de usuarios online - internautas - según las mediciones de Nielsen Online, que realiza el trabajo de campo.

	Música	Videojuego	Películas	Libro	Total
<b>Mercado legal</b>	76,9 M€	306,0 M€	833,0 M€	1.011,8 M€	2.227,7 M€
<b>Índice piratería*</b>	97,8%	60,7%	77,1%	35,1%	77,0%
<b>Total pirateado €</b>	2.661,0 M€	262,5	1.867,4 M€	421,5 M€	5.212,4 M€

**Figura 1.** Piratería de contenidos digitales en España.

**Fuente:** IDC 2010. Datos en Millones de Euros. Primer semestre de 2010. Retirado de Achaerandio, 2010.

\* El índice de piratería se definió como el volumen de contenidos informáticos pirateados como porcentaje del total de contenidos informáticos instalados. La diferencia entre los contenidos informáticos instalados (demanda) y los contenidos informáticos enviados legalmente (oferta) equivale al cálculo de contenidos informáticos pirateados. (Achaerandio, 2010)

El estudio analiza la piratería de pago. Se excluyen del análisis aquellos contenidos que por ser gratuitos para el consumidor no son susceptibles de ser pirateados.

La industria de contenidos digitales en España generó un volumen de negocio legal de 1.560,7 millones de euros en el primer semestre de 2010, con un crecimiento del 2,6% respecto al primer semestre de 2009.

El índice de piratería ascendió, en media ponderada, al 77,0% en el primer semestre de 2010. Por sectores: música alcanzó el 97,8% y películas el 77,1%. Le siguen videojuegos, con un 60,7%, y el libro, que sufrió una piratería que casi duplicó la del semestre anterior: el 35,1%. (Idem)

Para paliar el miedo del mundo editorial frente a la posible pérdida de derechos sobre el contenido de sus obras, Adobe ha creado un complejo sistema de seguridad encuadrado dentro de los sistemas de gestión de derechos digitales: DRM (sigla de Digital Rights Management).

La seguridad de este sistema, además de proporcionar ingresos extra a Adobe, alienta a editoriales como Pearson, Dykinson o Editorial MAD la edición de títulos técnicos. Sin embargo otras editoriales, como O'Reilly, ofrecen sus libros sin DRM, respetando los deseos y derechos de sus lectores.

Los sistemas DRM incluyen restricciones a la libertad de leer los libros en dispositivos distintos de los que se especificaron, o incluso limitaciones por fecha, y pueden llevar al "borrado de libros ya comprados, como en el caso de Amazon con el libro '1984', de George Orwell, que incluso dio lugar a demandas" (Wikipedia.es, 2011b).

El problema que se plantea el sector, que está en el trasfondo de muchas de las reticencias de las empresas a emprender esta vía, es el de la facilidad de copia y descarga de los contenidos de pago. (Cordón García *et al.*, 2011)

El creciente fenómeno de intercambio de archivos ha sido acompañado por

una serie de controversias sobre sus implicaciones para los titulares de los derechos: autores, artistas, intérpretes y productores, su situación jurídica y sus amplias implicaciones económicas y culturales. (Van-Eijk *et al.*, 2010: 36)

En todos los estudios y análisis llevados a cabo en torno a este fenómeno encontramos esta preocupación. El informe realizado por el Observatorio del libro y la lectura sobre el libro electrónico, citado por Córdón García *et al.* (2011), aparece repleto de alusiones a la propiedad intelectual y a las descargas ilegales por parte de los diversos actores de la cadena del libro.

El estudio de Dosdoce (2009) sobre digitalización del libro y uso de redes sociales en el sector editorial incide igualmente en el tema.

Las descargas ilegales constituyen un fenómeno evidente y constatable en todos los sectores de las industrias culturales, percibido de manera muy distinta por los responsables de la cadena de producción de contenidos. (Córdón García *et al.*, 2011)

Algunos consideran que son una forma de publicidad que favorece la visibilidad de los mismos: el último ganador del Premio Alfaguara de novela se vangloriaba en una entrevista de que sus obras circularan por las redes P2P pues esto favorecía la difusión e, indirectamente, la venta de las mismas.

El desaceleramiento en las ventas puede ser reflejo, según el estudio de Hong (2004), de una mal adaptación de la industria discográfica a las nuevas tecnologías. Un aspecto positivo de las redes P2P es la exposición de nuevos artistas que de otro modo permanecerían desconocidos.

Cory Doctorow -activista a favor de liberalizar las leyes de derechos de autor y defensor a ultranza de la organización Creative Commons, usando algunas de sus licencias para sus libros-, considera la piratería digital como una manera para los nuevos lectores a descubrir escritores.

Este autor, cuya novela para adultos jóvenes 'Little Brother' pasó siete semanas en la lista de libros para niños más vendidos de 2008 del The New York Times, ofreció la versión electrónica gratuita del libro en el mismo día de su publicación en papel. Este autor cree, de acuerdo con Rich (2009), que las versiones libres, incluso las no autorizadas, logran atraer nuevos lectores.

Según Doctorow, citado por Rich (2009), "realmente siento que mi problema no es la piratería, es la oscuridad". En todo caso, esto no impide que los lectores interesados dejen de acudir a los sitios web de las editoriales y de las librerías en línea para adquirir una versión autorizada del libro.

Se observa una complementariedad más que una destrucción de ventas, explicable por el hecho de que los que descargan contenidos son al mismo tiempo grandes lectores y compradores (Van-Eijk *et al.*, 2010).

Los cálculos efectuados sobre la influencia de las descargas en el mercado del libro impreso suelen partir de una hipótesis falsa: que la descarga de un libro digital en una red P2P ('peer-to-peer', de usuario a usuario) se traduce en una compra perdida. La industria del libro tiene su referente en el sector musical en cuanto a sus reticencias por las descargas ilegales. (Córdón García *et al.*, 2011)

Eso lo constató Stephen King cuando, en junio de 2000, ha puesto en línea 'The Plant'. Los lectores fueron invitados a comprarlo en capítulos. En pocos meses, sin embargo, King dejó de publicar los nuevos capítulos, ya que, según Gunter (2005: 514), "menos de la mitad de sus lectores se aburrían de pagar por ello."

## **Capítulo II**

### **Estudio empírico: Aplicaciones 2.0 en las páginas Web de las editoriales portuguesas**

## 2.1. Introducción

La edición electrónica es una realidad contundente en todos los países del mundo occidental. Según Lee (2002), el 93% de toda la nueva información producida está siendo creada en formato digital. Si las revistas científicas abrieron el camino consolidándose como paradigmas digitales irreversibles en el ámbito académico, las monografías científicas, y las más comerciales, después de varios años sujetas a movimientos de signo contradictorio, en los que los avances y retrocesos se sucedían al hilo de los éxitos y fracasos tecnológicos, parecen haber iniciado un camino que se va afianzando progresivamente.

Los datos así lo aseveran. La relación de crecimiento en producción y demanda de libros electrónicos ha crecido aproximadamente un 20% en los últimos años (Just, 2007).

Outsell (2009) incrementa estos valores al 50% de progresión en los últimos años. Sólo en el mes de diciembre de 2008, las ventas de libros en formato electrónico se habían incrementado en USA un 118%. Igualmente se habían vendido en los últimos dos años un millón de lectores de libros electrónicos (*e-book readers*).

Muchas editoriales han creado secciones con sistemas de edición que almacenan los datos bibliográficos y otras informaciones de los títulos que publican, de tal manera que pueda acceder a ellos cualquier miembro de la organización que esté conectado en red. Datos financieros, de producción, cálculo de precios, tiradas, márgenes de beneficios y otras rutinas editoriales han sido igualmente automatizadas, así como el cálculo de los derechos y otras transacciones.

Una alta proporción de las comunicaciones con los clientes y autores se efectúa electrónicamente. La gestión del stock se ha automatizado igualmente, con lo que esto representa de economía en el tiempo de respuesta hacia los clientes.

La creación de páginas web por parte de casi todas las editoriales ha incrementado su nivel de visibilidad y sus posibilidades comunicativas a todos los niveles. Con el desarrollo de Internet muchos editores han invertido en el desarrollo de sitios web con el objetivo de tener una presencia en línea y, por consecuencia, mayor visibilidad. Inicialmente, los sitios web fueron considerados por los editores poco más que como un catálogo en línea, un entorno en el cual sus libros podían ser listados y vendidos.

Pero, progresivamente, Internet se ha ido convirtiendo en algo más, ofreciendo otras prestaciones igualmente interesantes y consistentes para el editor: un medio a través del cual proveer de un amplio elenco de servicios a los clientes, que podía ser usado proactivamente para el mercado del libro y para indagar sobre éste (Dosdoce, 2007).

Hasta la fecha, el término *e-book* ha sido utilizado de muy diversas maneras para describir dos realidades diferentes referidas a los libros electrónicos. Por una

parte se refiere a un dispositivo de lectura, un *hardware* creado específicamente para ese propósito, sobre el cual se lee el texto digitalizado con *software* de lectura apropiado.

Pero el término *e-book* también puede referirse a un texto electrónico que se lee directamente en el PC, usualmente vía Internet; éste es el caso de los 'web bases' *ebook*. En otras ocasiones el término se refiere a los dos casos anteriores combinados.

La cuestión no es tan clara cuando se utiliza el término *e-book* para referirse al texto en sí mismo. Algunos libros electrónicos son creados digitalmente, otros tienen versiones impresas que han sido convertidas al formato digital. El caso es que constituye una realidad insoslayable, tanto desde el punto de vista académico como desde el más estrictamente comercial, obligando a los editores a ir tomando posiciones frente a las aceleradas transformaciones que se están produciendo en este ámbito. (Cordón García *et al.*, 2010b: 56).

Los modelos de negocio que se avecinan son múltiples y versátiles, previéndose una permanente adaptación a las condiciones del mercado y a la evolución de la tecnología.

Para lá de los dispositivos de lectura de libros electrónicos desarrollados preferentemente para este cometido, existe igualmente un interesante sector del mercado que afecta a los PDA (*personal digital assistant*) o a los teléfonos móviles. Además se han de tener en cuenta la aparición de otros escenarios de creación y distribución como el representado por los audiolibros digitales o la distribución a móviles.

Los *audiobooks* digitales han incrementado su curva de crecimiento en los últimos años. El mercado de los *audiobooks* digitales es una realidad, como lo confirma su importante presencia en el catálogo de iTunes, en donde se pueden encontrar más de 20.000 títulos descargables. Esto ha hecho con que muchos editores estén firmando acuerdos de distribución con iTunes Audible, MediaBay y OverDrive, que proveen la encriptación y la penetración de mercado.

Las ventas en este ámbito están aumentando a una razón de un 40% al año. Según la Audio Publishers Association, las descargas representan un 6% del volumen total de ventas de *audiobooks* en EEUU, un mercado de 1.000 millones de dólares (APA, 2010).

Por otra parte, está surgiendo una línea de negocio considerable en el mercado de los libros electrónicos para teléfonos móviles sobre todo en los países asiáticos. Los libros se descargan y transfieren desde el PC o directamente desde el móvil, y se leen en pantalla a través de aplicaciones Java.

Los usuarios pueden buscar por autor, título o género y los lectores pueden escribir reseñas, enviar *mails* al autor, todo a través del móvil. Este sistema permite la descarga de novelas completas o por capítulos, transferibles directamente al móvil o por mediación del PC. (Cordón García *et al.*, 2010b: 74)

## 2.2. Metodología de la investigación

Hemos llevado a cabo un análisis sobre el grado de utilización de varias herramientas y aplicaciones tecnológicas por parte de las editoriales en sus páginas web. Este análisis ha sido desglosado en nueve parámetros:

Parámetro 1. Sala de Prensa Virtual

Parámetro 2. Fomento de la lectura: reseñas, comentarios, etc.

Parámetro 3. Participación en blogs, foros, chats, etc.

Parámetro 4. Enlaces con otras entidades culturales

Parámetro 5. Participación en Redes Sociales

Parámetro 6. Utilización de vídeos y/o podcasts

Parámetro 7. Buscador interno

Parámetro 8. Existencia de RSS

Parámetro 9. Oferta de libros electrónicos

Después de haber procedido a una selección aleatoria de cincuenta editoriales - lo que representa un 20,4% del total de las 245 listadas en el directorio de 'Portal da Literatura' sobre el cual basamos nuestra pesquisa, procedemos a una valoración individual del sitio web de cada una de las 50 editoriales analizadas con el objetivo de aferir la presencia o la ausencia de los parámetros asignados.

Las editoriales objeto de nuestro análisis fueron:

Actual, Afrontamento, Alfabeto, Almedina, Âncora, Antígona, Asa, Assírio & Alvim, Bertrand, Bizâncio, Blu Edições, Booksmile, Caleidoscópio, Caminho, Círculo de Leitores, Civilização, Coimbra Editora, Colibri, Contraponto, Cotovia, Didáctica Editora, Difel, D. Quixote, Estampa, Europa-América, Fim de Século, Fonte da Palavra, Gailivro, Gradiva, Impala, Lello Editores, Livros de Seda, Lusodidacta, Minerva, Minotauro, Nova Vega, Oficina do Livro, Pergaminho, Presença, Porto Editora, Quetzal, Quinta Essência, Relógio d'Água, Edições 70, Sururu, Teorema, Texto Editores, Ulisseia, Verso de Kapa y Wook.

Según el directorio del Portal da Literatura, en <http://www.portaldaliteratura.com/editoras.php>, existen en Portugal 245 editoriales. Sobre este total, nos proponemos trabajar con las páginas web de 50 editoriales, lo que constituye un 20,4% del total.

Algunas editoriales pertenecen al mismo grupo económico, por lo cual sus páginas son comunes a la de ese grupo. En esos casos analizamos la página de la siguiente editorial que nos surge en el listado aleatorio.

Algunos sitios que visitamos se encontraban en manutención o en construcción, lo que nos ha hecho saltar, de igual modo, para el siguiente de nuestro listado.

Hemos procedido a una cuantificación de los datos a través de un análisis estadístico descriptivo a partir de la constatación de la existencia de nueve elementos de interacción:

1. Sala prensa virtual, en la cual el editor presenta artículos salidos en la prensa a cerca de sus obras, con botones de enlace a dichos artículos. Se permite, de este modo, conocer críticas que a cerca de las obras presentadas fueron emitidas por los medios de comunicación.

2. Fomento de la lectura, por intermedio de reseñas de los libros presentados. Se promueve, así, no solo el libro que se pretende vender como, también, el gusto por la lectura.

3. Participación en blogs y/o foros relacionados con la lectura y que estén relacionados con las obras y/o con sus autores. Existen múltiples foros y blogs en Internet exclusivamente dedicados al universo de los libros, muchos de los cuales tienen enlaces con editoriales.

4. Enlaces con otras entidades, que dan la posibilidad de ir directamente a sitios que tienen alguna relación con el contenido en consulta. La diversidad de estos enlaces torna la página más interdisciplinaria, permitiendo pasar a páginas que son citadas sin el labor de hacer su búsqueda desde el inicio.

5. Participación en redes sociales - estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos en Internet, la más popular y utilizada suele ser Facebook y que permiten compartir el asunto en consulta con amigos a través de la cuenta en Facebook, o comentarlo en Twitter, por ejemplo.

Facebook es un sitio web de redes sociales. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico.

Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica. Ha recibido mucha atención en la blogosfera y en los medios de comunicación al convertirse en una plataforma sobre la que terceros pueden desarrollar aplicaciones y hacer negocio a partir de la red social. (Wikipedia.es, 2001).

Twitter es una red social basada en el *microblogging*, con sede en San Francisco, California, Estados Unidos. La red permite mandar mensajes de texto plano de bajo tamaño con un máximo de 140 caracteres, llamados *tweets*, que se muestran en la página principal del usuario (Wikipedia.es, 2001e).

Los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otros usuarios - a esto se le llama "seguir" y a los suscriptores se les llaman "seguidores" o *tweeps* (*Twitter + peeps*). Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a seguidores. Los usuarios pueden *twittear* desde la web del servicio, desde aplicaciones oficiales externas (como para *smartphones*), o mediante el Servicio de mensajes cortos (SMS) disponible en ciertos países. Si bien el servicio es gratis, acceder a él vía SMS comporta soportar tarifas fijadas por el proveedor de telefonía móvil. (Idem)

6. Utilización de vídeos y/o *podcasts*, de producción propia de la editorial o ubicados en sitios como YouTube. El *podcasting* consiste en la distribución de archivos multimedia -normalmente audio o vídeo, que puede incluir texto como subtítulos y notas- mediante un sistema de redifusión (RSS) que permita suscribirse y usar un programa que lo descarga para que el usuario lo escuche en



el momento que quiera (Wikipedia.es, 2011c).

7. La disponibilización de buscador interno, el cual permite buscar algo por nombre de autor, por título o por asunto.

8. Otro aspecto analizado fue la utilización de botón RSS, permitiendo así compartir contenido en la web.

RSS es la sigla de *Really Simple Syndication*, un formato XML para syndicar o compartir contenido en la web. Se utiliza para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios que se han suscrito a la fuente de contenidos. El formato permite distribuir contenidos sin necesidad de un navegador, utilizando un *software* diseñado para leer estos contenidos RSS: agregador. A pesar de eso, es posible utilizar el mismo navegador para ver los contenidos RSS. Las últimas versiones de los principales navegadores permiten leer esos contenidos sin necesidad de *software* adicional. (Wikipedia.es, 2011d)

RSS es parte de la familia de los formatos XML desarrollado específicamente para todo tipo de sitios que se actualicen con frecuencia y por medio del cual se puede compartir la información y usarla en otros sitios web o programas. A esto se le conoce como redifusión web o sindicación web. RSS fue el primer formato de fuente web y sigue siendo el más común. Es un formato tan popular que es común que el término RSS sea usado erróneamente para referirse a fuente web, independientemente de que el formato de dicha fuente sea RSS o no. (Idem)

9. La oferta de libros en formato electrónico -*e-books*- fue el último de los parámetros evaluados en las páginas web de las 50 editoriales que constituyeron nuestra muestra.

## 2.3. Las editoriales analizadas

Procederemos, en este apartado, a una breve presentación de las editoriales que constituyeron nuestra muestra.

'Actual Editora' se fundó en 2005 con la intención de convertirse en una editorial de referencia en las áreas de economía y gestión. En 2008, se unió al 'Grupo Almedina', beneficiando de su inclusión en una estructura más grande, más sólida, lo que ha facilitado la proximidad al público. Procurando adecuar sus ediciones a las necesidades del mercado, 'Actual' analiza todos los aspectos de sus publicaciones: desde el diseño gráfico a la venta online. Hoy en día, con un catálogo de más de un centenar de títulos impresos, mantiene su compromiso de publicar obras relevantes, de autores nacionales y extranjeros, que influyen positivamente en los lectores mediante la ampliación de sus horizontes personales y profesionales. (<http://www.actualeditora.com/node/2> 2011.07.18)

La editorial 'Afrontamento' edita desde 1963 y tiene su sede en Oporto. Publica libros de naturaleza generalista, pero con una marcada énfasis en el área de ciencias sociales y de humanidades. En su catálogo se pueden encontrar libros de ficción, poesía, literatura infantil, el arte, guías, matemática, filosofía, música, cine, fotografía, así como libros educativos de las disciplinas de filosofía y matemática. (<http://www.edicoesafrontamento.pt/apresentacao.html> 2011.07.18)

La editorial 'Alfabeto' surgió en el 2011 con la intención de crear una unidad en las colecciones con cuidado en el diseño y los materiales utilizados, siempre con el objetivo de mejorar la satisfacción de los lectores. Recoger ideas, sugerencias y críticas de los lectores que estuvieren siempre disponibles para intercambiar puntos de vista a través de la página en Facebook, así como a través de su correo electrónico. (<http://editoraalfabeto.com/> 2011.07.18)

'Almedina' nasce em Coimbra, en 1955, junto al famoso Arco de Almedina. La proximidad de la universidad y la falta de manuales universitarios son los hechos que han impulsado 'Almedina' al negocio editorial. 'Livraria Almedina' es actualmente una de las editoriales más importantes de Portugal en el ámbito del derecho. Su misión es llevar a los estudiantes y a los profesionales de derecho el pensamiento de la ley y la práctica de aquellos que buscaron compartir con otros sus conocimientos, a través de los libros.

La edición de tesis de máster y doctorado ha contribuido decisivamente a la difusión de nuevos autores y corrientes de opinión y de investigación, y representa uno de los pilares de la política editorial de 'Livraria Almedina'. Su actividad editorial no se limita a la esfera del derecho. De hecho, 'Almedina' ha publicado en casi todas las áreas del conocimiento, destacando, sin embargo, las obras en el

area de lingüística y estudios literarios, destinados principalmente a la educación superior, donde algunos de los autores más importantes están presentes. ([http://www.almedina.net/dalmedina/act\\_editorial.php](http://www.almedina.net/dalmedina/act_editorial.php) 2011.07.18)

'Âncora Editora', fundada en octubre de 1998, es una editorial joven cuyo principal objetivo es despertar y fomentar el amor por la lectura. Su trabajo editorial se ha desarrollado con el compromiso en promover la calidad, la inversión en autores portugueses, en el reconocimiento de la importancia de la producción literaria de lengua portuguesa ha ganado a nivel nacional y extranjero.

'Âncora' basa su política de publicación en dos premisas: en primer lugar, promover la lectura como gusto y placer; en segundo, centrarse en el componente educativo del libro y en la importancia que el tiene en la difusión del conocimiento. La creación de su página web es un testimonio de la determinación que este editor joven tiene en acercarse al lector y, navegando entre las letras, con dinamismo y compromiso, promover el libro como parte del desarrollo humano. <http://www.ancora-editora.pt/index1.htm> 2011.07.18)

Fundada en junio de 1979, 'Antígona' inició su actividad con la publicación del libro 'Declaração de Guerra às Forças Armadas e outros Aparelhos Repressivos do Estado'. Este trabajo ya anunciaba el programa de publicación emblemática que 'Antígona' ha llevado a cabo sin ninguna desviación en los últimos treinta y un años. Hoy, con más de 200 títulos, Antígona mantiene su pasión inicial por los textos subversivos, y continuará por un largo tiempo, empujando las palabras contra el orden dominante del mundo.

Personaje mítico, Antígona simboliza, en primer lugar, la desobediencia. (<http://www.antigona.pt/> 2011.07.18)

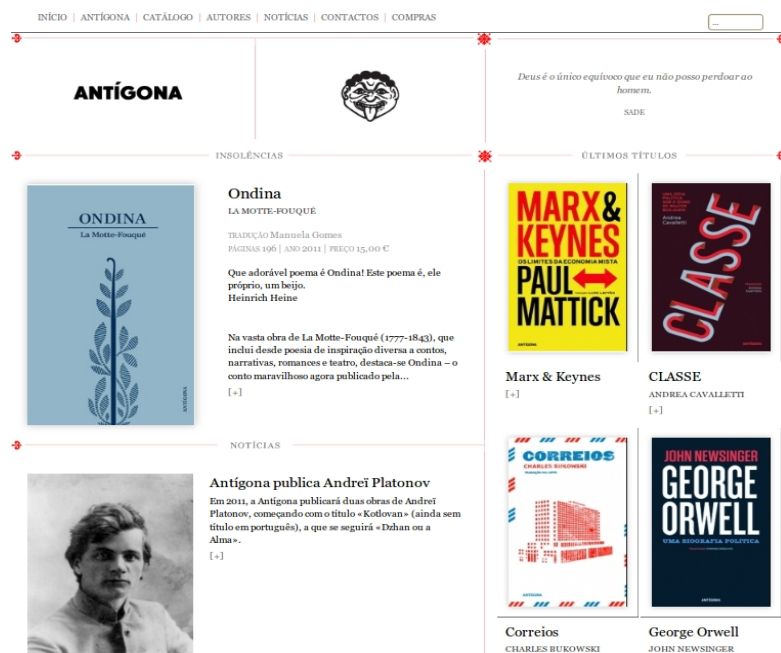


Figura 2. La portada de la página web de 'Antígona'.

Desde su fundación en 1951, esencialmente con vocación educativa, 'Edições Asa' ha tenido, año tras año - con nuevas colecciones y preocupación de calidad gráfica -, el objetivo de satisfacer los más diversos segmentos de lectores, fieles al lema que siempre la ha motivado: publicar para todos, para que todos lean. En literatura, 'Asa' es ahora un importante referente en el panorama de la edición en portugués: nuevos autores - portugueses y extranjeros - de excepcional calidad gobiernan su oferta editorial.

En la literatura para la juventud, y porque es especialmente en la infancia y en la adolescencia que tienen sus raíces los buenos hábitos de lectura, ofrece una amplia gama de publicaciones y juegos educativos. Poesía, arte, arquitectura, deporte, salud, gastronomía, turismo, entre otros, son también grandes áreas a las que, cada vez más, dedica muchos de sus títulos. De tener en cuenta, también, la entrada decisiva de 2002 en los comics - sobre todo de origen franco-belga, pero asegurando un lugar destacado para los autores de comics portugueses.

En ciencias de educación, el objetivo principal es apoyar a los educadores y maestros en las difíciles tareas educativas, lo que refuerza la publicación de las colecciones de mayor éxito, con los autores de referencia y la promoción de nuevas colecciones, tales como guías - que por primera vez han colocado las obras del área de la educación en las listas de los más vendidos en las librerías portuguesas. (<http://www.asa.pt/empresa/historial.php> 2011.07.18)

'Assírio & Alvim' es un editor literario portugués fundado en 1972. En 1983 llegó a una situación de casi bancarrota, cuando Manuel Hermínio Monteiro se hizo cargo de editor y no sólo logró salvarla cómo hacer de ella un de los mayores casos de éxito editorial en Portugal.

Basándose principalmente en los poetas de habla poco conocido por el público en general, fue ganando una reputación en los círculos culturales por su excelente calidad, que culminó en las ediciones de las obras de figuras hoy tan notorias como Fernando Pessoa, Mário de Sá Carneiro, Teixeira de Pascoaes, Herberto Helder y Mário Cesariny, entre otros. ([http://pt.wikipedia.org/wiki/Assirio\\_&\\_Alvim](http://pt.wikipedia.org/wiki/Assirio_&_Alvim) 2011.07.18)

'Bertrand' es uno de los más prestigiosos editores portugueses y una de las más antiguas casas de publicación en Europa, con casi 300 años de historia. Edita una gama muy amplia de temáticas: novelas, thrillers, biografías, fotografía, historia del arte, libros infantiles, gestión. Su catálogo incluye autores de la talla de Aquilino Ribeiro y Vergílio Ferreira. Posee la mayor cadena de librerías en Portugal. 'Bertrand' en línea, además de todos los libros portugueses, ofrece *e-books* en español, francés, inglés y portugués. (<http://www.grupobertrandcirculo.com/editoras/bertrand/>; [www.bertrand.pt/](http://www.bertrand.pt/) 2011.07.18)

Nacida en 1998, la editorial 'Bizâncio' se está convirtiendo en un editor de temática generalista, que desde el inicio de su actividad ha trabajado para cubrir una vasta área de la actividad editorial, dando voz a autores y obras de diversos estilos, orígenes y filosofías.

Dispuestos a difundir las ideas y el apoyo a la producción de obras de la cultura, 'Bizâncio' también tiene espacio para las obras de carácter más ligero, ya sea por los temas tratados, ya sea por vía del abordaje, logrando así un público amplio e interesado. (<http://www.editorial-bizancio.pt/empresa.php> 2011.07.19)

'Blu Edições' es una pequeña editorial de las islas Azores, cuya grandeza reside en la calidad de los trabajos que edita. Desde 1995, libro a libro, ha enriquecido la bibliografía azoriana con obras que honran y dignifican la cultura de estas islas del Atlántico. Desde octubre de 2008, con la publicación de dos títulos fuera de la temática de las Azores, también se amplía el ámbito geográfico de sus ediciones. (<http://www.bluedicoes.pt/index.php> 2011.07.19)

'Booksmile' hace su presentación: "-No somos una editorial cualquiera. Nuestra misión es ser el mejor editor de libros ilustrados para el público en general en Portugal. Nuestros libros son un regalo ideal - para la familia, los amigos, y también para usted! Sorprenderemos a niños y adultos por igual, a la altura de nuestro lema: 'Los libros que se destacan'".

Surgida el 2009, 'Booksmile' es la primera editorial portuguesa dedicada al libro ilustrado. Con una importante inversión inicial, se presenta como un edito ambicioso, dispuesto a ganar rápidamente un lugar destacado en el mercado. La editorial planea alcanzar una cuota de mercado en su segmento de un 30% en 3 años, con un volumen de ventas de 5 millones de euros. (<http://www.booksmile.eu/paginas/quemsomos>; <http://www.booksmile.pt/comunicados/nova-editora-booksmile-arranca-no-fim-do-ms> 2011.07.19)

La editorial 'Caleidoscópico' publica en las áreas de gestión, psicología, actualidad y literatura. Sin embargo, desde su formación, viene prestando atención a la comunidad académica, con énfasis en la publicación de libros de referencia sobre temas como la historia y la divulgación científica. Del mismo modo, privilegia la publicación de libros de arte, tanto en términos de artes plásticas como de artes decorativas. Dentro del área del Arte, 'Caleidoscópico' es hoy una referencia en la área de la arquitectura. (<http://www.caleidoscopio.pt/en/about-us> 2011.07.19)



Figura 3. La portada de 'Caleidoscópico'.

'Editorial Caminho' es una de las editoriales más prestigiosas e importantes de Portugal. Fundada en 1975, creció rápidamente, especialmente en el área de la publicación de autores contemporáneos portugueses - ficción y poesía, libros para niños y jóvenes, ensayos de temática portuguesa. Nombres como José Saramago, Sophia de Mello Breyner Andresen, Mario de Carvalho, María Isabel Barreno, Faria Almeida, Vieira Alicia, Ana Maria Magalhães Apelaciones e Isabel, Daniel Sampaio, M. Gonçalo Tavares, entre muchos otros, son los autores que publican regularmente en la 'Editorial Caminho' y que ocupan un lugar destacado en las letras portuguesas en la actualidad.

'Editorial Caminho' también ocupa un lugar prominente en la literatura africana de habla portuguesa. Autores como Mia Couto, José Craveirinha, Manuel Lopes, Ondjaki se incluyen en el catálogo de la editorial. La creación de una empresa editorial en Mozambique - Editorial Ndjira y otra en Angola - Editorial Nzila refuerza la importancia de 'Caminho' en esta región de África.

No se puede dejar pasar sin hacer referencia a los trabajos de ilustración que habitan en los libros de la 'Editorial Caminho'. En este ámbito, destacan los nombres de Alain Corbel, João Caetano, Danuta Wojciechowska, Teresa Lima o José Miguel Ribeiro. Los numerosos premios atribuidos a algunos de sus autores -entre los cuales el Premio Nobel otorgado en 1998 a José Saramago- dan fe de la importancia que 'Caminho' ha adquirido en la vida editorial y literaria portuguesa. (<http://www.editorial-caminho.pt/gca/?id=280> 2011.07.19)

Fundada en 1971, 'Círculo de Leitores' es, hace más de tres décadas, el único club de lectura en Portugal. Con una red de colaboradores repartidos por todo el país, mantiene una mirada atenta a las preferencias de sus socios, centrandose en la variedad y diversidad de géneros. Cada uno de sus miembros recibe la revista del 'Círculo de Lectores' en su casa y puede, en la comodidad de su hogar, elegir los libros o discos de su preferencia. Sin embargo, ha creado canales alternativos de consulta, tales como la compra en el sitio [www.circulo.pt](http://www.circulo.pt).

'Círculo de Leitores' es una empresa del Direct-Group Bertelsmann, un grupo de dimensión internacional, presente en más de cincuenta países, con una reconocida experiencia en la publicación, y incluye, en Portugal, 'Bertrand', 'Quetzal', 'Pergamino' y 'Temas e Debates'. En 2010, las empresas de Direct Group Portugal fueron adquiridas por Porto Editora. (<http://circulo.claranet.pt/gca/index.php?id=284> 2011.07.19)

Los orígenes de 'Civilização' se remontan al 1881, cuando João Alves Fraga Lamares fundó la "Tipografía Fraga Lamares", más tarde "Américo Fraga Lamares & C.<sup>a</sup> Lda", que sigue siendo el nombre social de la empresa. 'Civilização' tiene 125 años de gestión por familiares de línea directa del fundador.

Desde el comienzo de su actividad que mostró audacia y ambición en el diseño de iniciativas y productos bien conocidos por el público. El lanzamiento de la primera colección de libros de bolsillo en Portugal (1927), la organización de ferias del libro en Lisboa y Oporto (década de 30), la creación de la primera venta directa de libros a crédito (1942) y la promoción de la edición de los primeros álbumes de lujo en Portugal (años 60) fueron algunas de las contribuciones que le valió el prestigio de que goza y que contribuyó a la concesión, en 1994, la "Medalla al Mérito de la Ciudad de Oporto", del ayuntamiento de la ciudad. (<http://www.civilizacao.pt/sobre/> 2011.07.19)

'Coimbra Editora' es la más antigua editorial en el ámbito del derecho en Portugal. Se constituyó el 7 de agosto de 1920, impulsada por profesores de derecho de la Universidad de Coimbra y los maestros librerías conimbricenses para difundir el conocimiento jurídico.

Desde su creación, 'Coimbra Editora' unió sus fuerzas para satisfacer las necesidades de la comunidad jurídica con el máximo rigor y el conocimiento científico, que en los últimos años se ha dotado de un amplio catálogo de publicaciones. La integración de su actividad editorial en la multinacional 'Wolters Kluwer' vien renovar y reforzar el importante papel que la marca siempre ha tenido, combinando la experiencia tecnológica de la multinacional al prestigio de los autores más importantes y su reputación en la publicación de libros y revistas jurídicas en Portugal. (<http://www.coimbraeditora.pt/editora.asp> 2011.07.19)

'Colibri' es un proyecto editorial dedicado a publicaciones universitarias. Con 18 años de actividad, pretende, a través de sus libros, la promoción de la creatividad científica y cultural, una forma de contribución esencial al mejoramiento humano. (<http://www.edi-colibri.pt/Colibri.aspx> 2011.07.20)

'Contraponto' es un sello editorial del Grupo Bertrand Círculo. Creada en 2009, con el objetivo de publicar literatura destinada al gran público en general y a la juventud, se ha establecido como un prominente editor que destaca por su calidad y por la diversidad de su catálogo. (<http://www.grupobertrandcirculo.com/editoras/contraponto/> 2011.07.20)



Figura 4. La portada de 'Contraponto'.

'Cotovia' es un editor portugués, con sede en Lisboa. Fundada en 1988, es una de las pocas editoriales que publica regularmente textos dramáticos, portugueses o traducidos. Publica unos 40 títulos al año y cuenta con más de 700

títulos de más de 350 autores. El primer libro se publicó en 1988. Veinte años después, 'Cotovia' publica unos 40 títulos anuales. (<http://www.livroskotovia.pt/gca/?id=1> 2011.07.20)

'Didáctica Editora' fue fundada en 1944 por tres profesores de la enseñanza secundaria. Ahora es uno de los editores más antiguos y respetados de Portugal. Desde su nacimiento, dirigió toda su actividad editorial en el área de los libros educativos, contando para ello con algunos de los más prestigiosos autores sobre diversos temas. Sus ediciones se impusieron en el paisaje editorial portugués debido al rigor científico y los medios tecnológicos que podría ser considerado el más moderno.

En 1979, la mayoría de su capital social es adquirido por Plátano Editora SA, donde permanece hoy en día, pasando a formar parte de un grupo de empresas que incluye desde el libro educativo al libro técnico. Las directrices que rigen su actividad siguen siendo las mismas, contando con un alto nivel científico de sus obras, medios tecnológicos modernos de producción de libros, y un buen número de autores respetados. (<http://www.didacticaeditora.pt/?q=N/-/274> 2011.07.20)

'Difel', como parte integrante de 'Bertrand', presenta en su catálogo libros de consulta, ensayos, humanidades y biografías de grandes personalidades. La editorial fue fundada en 1999, a petición de los lectores, sobre todo académicos. ([http://www.record.com.br/grupoeditorial\\_editora.asp?id\\_editora=7](http://www.record.com.br/grupoeditorial_editora.asp?id_editora=7) 2011.07.20)

Fundada el 1 de abril de 1965, en Lisboa, 'Publicações Dom Quixote' es una de las editoriales de mayor peso en Portugal. Integrada en 1999 en el universo editorial del Grupo Planeta, uno de los mayores grupos de comunicación en el mundo, fue adquirida, en diciembre de 2007, por el Grupo LeYa.

Cuenta con un catálogo de más de 2.000 títulos -y ya ha publicado más de 5.000 títulos originales-, y tiene el mayor catálogo de autores portugueses de todos los editores nacionales. También posee un acervo considerable de poesía y de títulos académicos y de referencia, diccionarios, ensayos y obras dirigidos a niños y jóvenes. ([http://pt.wikipedia.org/wiki/publicacoes\\_dom\\_quixote](http://pt.wikipedia.org/wiki/publicacoes_dom_quixote) 2011.07.19)

'Dom Quixote' se enorgullece de editar autores con alta calidad y prestigio, cuyas obras han sido ampliamente reconocidos a nivel nacional e internacional, como la larga lista de premios debidamente comprueba: 22 premios Nobel, 8 premios Cervantes, 4 premios Pessoa, 6 premios Camões, 4 premios Pulitzer, 8 premios Jerusalén, 2 premios Unión Latina, 8 premios Booker, 22 premios de la EPA, 9 premios del Pen Club Portugués, 7 premios Planeta y 5 premios Fernando Namora, entre otros importantes premios literarios nacionales e internacionales.

Por la calidad, el prestigio y la cantidad, se puede decir que jamás un tan importante grupo de autores ha sido representado por un único editor. (<http://www.dquixote.pt/> 2011.07.20)





Figura 5. La portada de 'D. Quixote'.

'Editorial Estampa' tuvo su inicio el 16 de diciembre de 1960, en Lisboa. En las décadas que siguieron, ganó su posición en el mercado tan audaz y fuerte. A lo largo de estas casi cinco décadas, bajo la dirección editorial de Antonio Carlos Pinheiro Manso, editó unas 150 colecciones y más de 2.000 títulos. La 'Editorial Estampa' tiene gran orgullo en el mantenimiento de su línea de publicaciones, centrándose en temas como la política, economía, historia, ciencias, romance y ensayo, sin descuidar otras cuestiones sobre las que se destacan como medicinas alternativas, manuales prácticos y la literatura para niños y jóvenes.

En una situación como la actual, hecha de fusiones de grandes grupos editoriales, y un mercado cada vez más competitivo, la 'Editorial Estampa' se enorgullece de ser una editorial independiente, que sigue a apreciar los elementos fundamentales tales como la calidad, sus autores, las tendencias actuales, las necesidades del mercado y, por supuesto, la enorme responsabilidad de brindar la mejor lectura para el público. (<http://www.estampa.pt/novosite/index.php?meio=missao> 2011.07.20)

'Publicações Europa-América' es una editorial fundada por el portugués Francisco Lyon de Castro y su hermano Adelino Lyon de Castro en 1945. Desde entonces ha publicado más de 51 millones de libros, obras de cerca de 1.900 autores nacionales y extranjeros, y superó los 5000 títulos. Colabora con más de 1.500 puntos de venta permanentes en Portugal, además de diversos distribuidores en más de 20 países, y detiene 12 librerías propias.

En su catálogo se pueden encontrar varias colecciones de diferentes temas, desde la literatura portuguesa y extranjera, a la ficción científica, la historia, la filosofía, libros técnicos, de informática, gestión, agricultura, ganadería... hasta libros de arte, de los libros para apoyar a estudiantes y maestros hasta la literatura para niños. (<http://www.europa-america.pt/privacy.php>; [http://pt.wikipedia.org/wiki/ Publicações\\_Europa-América](http://pt.wikipedia.org/wiki/Publica%C3%A7%C3%B5es_Europa-Am%C3%A9rica) 2011.07.20)

'Fim de Século' es una editorial portuguesa, fundada en 1990 y con sede en Lisboa. ([http://pt.wikipedia.org/wiki/Fim\\_de\\_Século](http://pt.wikipedia.org/wiki/Fim_de_Século) 2011.07.20)

La editorial 'Fonte da Palavra' fue fundada en 2009 con el apoyo de amigos y colaboradores, donde la experiencia de José Marques, con más de tres décadas de conocimientos en la publicación, fue un factor determinante.

Lo que mueve esta editorial es: - La publicación de libros de autores portugueses y extranjeros en diversas áreas; - Descubrir nuevos talentos y lanzarlos en los mercados nacionales e internacionales; - Constituirse como un espacio abierto para nuevas ideas; - Crear nuevos productos editoriales, - poner sus ediciones lo más cerca posible al público - Ser una editorial de referencia en el universo de la lengua portuguesa. ([http://www.fontedapalavra.com/quem\\_somos.htm](http://www.fontedapalavra.com/quem_somos.htm) 2011.07.20)

Nacida en 1987, 'Gailivro' se ha especializado inicialmente en la producción de libros educativos. Con fuerte presencia en el primer ciclo de la educación básica, ha ido ampliando sus actividades a los materiales educativos, y a las ediciones para escolares generales.

La editorial se comprometió a publicar libros con alta calidad para niños y jóvenes y en la promoción de autores nacionales, especialmente los más jóvenes. En 2007 se consolidó como una de las principales editoriales de libros en el segmento de la ciencia ficción y fantasía.

En 2009 asumió el liderazgo del segmento de fantasía, donde sigue editando los grandes nombres y nuevos valores nacionales e internacionales. En el segmento juvenil se posiciona como un editor de obras de responsabilidad social que tienen como objetivo no sólo entretener sino también ayudar los más jóvenes a integrarse en el mundo que les rodea. (<http://www.gailivro.pt/index.php?go=historia> 2011.07.20)

'Gradiva' es una editorial portuguesa fundada en 1981. Es pionera en la publicación de obras de divulgación científica en el país, incluidos los libros de autores como Carl Sagan, Stephen Hawking, Hubert Reeves, Richard Dawkins, Stephen Jay Gould.

Posteriormente, 'Gradiva' se desarrolló en el área de la ficción - Ian McEwan, David Lodge, Kazuo Ishiguro, Frank Ronan, Robert Wilson, así como en el de filosofía, historia, política y ciencias sociales, ya sea para los académicos, o para el público general. Publicó las obras completas de José Antonio Saraiva y Eduardo Lourenço, dos de los más grandes pensadores de la cultura portuguesa. ([http://pt.wikipedia.org/wiki/Gradiva\\_\(editora\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Gradiva_(editora)) 2011.07.20)

'Lello Editores' es una editora ubicada en la ciudad de Oporto, en Portugal. Su edificio fue construido por el ingeniero Francisco Xavier Esteves y abrió sus puertas en 1906. Fue catalogada como la tercera mejor librería del mundo por la guía editorial de alta reputación 'Lonely Planet', de Australia, en el año 2011. ([http://pt.wikipedia.org/wiki/Livraria\\_Lello\\_e\\_Irmão](http://pt.wikipedia.org/wiki/Livraria_Lello_e_Irmão) 2011.07.20)

El grupo editorial 'LeYa' es una sociedad *holding* portuguesa presentada oficialmente el 7 de enero de 2008. La marca tiene la intención de consolidarse

como el mayor grupo editorial en todo el ámbito de la lengua portuguesa. En el momento de la presentación también se lanzó el Premio Leya Romance, el mayor premio literario de la lengua portuguesa, con un presupuesto de 100.000 euros en su edición 2008.

Las adquisiciones iniciales del grupo -que lo convirtieron en la más grande editorial portuguesa de literatura generalista y en el segundo más grande en libro educativo- están la Asa, Caminho, Dom Quixote, Gailivro, Edições Ndjira (Mozambique), Edições Novagaia, Edições Nzila (Angola) y Texto Editora.

El director adjunto del grupo, Isaías Gomes Teixeira, ha declarado que el objetivo del Grupo LeYa es facturar, en 2008, alrededor de 90 millones de euros y editar 1.000 libros. En mayo de 2008 fue anunciada la compra de las editoriales del grupo Explorer Investments: 'Oficina do Livro' (cuyo catálogo incluye dos de los autores que más venden en Portugal: Miguel Sousa Tavares y Margarida Rebelo Pinto), 'Casa das Letras', 'Editorial Teorema', 'Estrela Polar' y 'Sebenta'. (<http://pt.wikipedia.org/wiki/LeYa> 2011.07.19)

Editoriales del Grupo LeYa en Portugal: - Academia do Livro; - ASA; - Bis; - Caderno; - Caminho; - Casa das Letras; - D. Quixote; - Estrela Polar; - Gailivro; - Livros d'Hoje; - Lua de Papel; - Novagaia; - Oficina do Livro; - Quinta Essência; - Sebenta; - Teorema; - Texto Editora. (<http://www.leya.com/gca/index.php?id=69> 2011.07.20)



Figura 6. La portada de la página Web del 'Grupo LeYa'.

'Livros de Seda' es un sello del 'Grupo Editorial Plátano' destinado exclusivamente al segmento femenino. Su catálogo va dirigido a todas las personas, desde que mujeres.

'Livros de Seda' es un editor donde los hombres son bienvenidos, pero que

no garantizan que se sientan cómodos. La 'Livros de Seda' es la publicación de un espíritu juvenil, saber hablar a todas las mujeres, independientemente de su edad, condición social, estado civil o cualquier otra diferencia. 'Livros de Seda' es un editor de y para las mujeres. La primera editorial del género. (<http://www.livrosdeseda.pt/index.php?q=N/-/25> 2011.07.21)

'Lusodidacta' - Sociedad Portuguesa de Material Didáctico, Lda., fue fundada en 1976. De 1976 a 1980 trabajó en la promoción y venta de los cursos de lenguas "Tematron". En 1980 comenzó a editar y distribuir libros para niños y jóvenes y obras de consulta y de referencia (enciclopedias, diccionarios, etc.).

En 1990 publicó su primer trabajo en el área técnica de salud "Phipps - enfermería médico-quirúrgica", en cuatro volúmenes. En estos 20 años, publicó unos 160 títulos, dedicados a maestros, estudiantes y profesionales de la salud. De la colección "Temas de salud" - de cerca de 50 volúmenes - el 80% de los títulos son de autoría portuguesa. (<http://www.lusodidacta.pt/index> 2011.07.21)

'Minotauro' es una editorial portuguesa, con sede en Lisboa.'

'Nova Vega' es una empresa de edición y distribución de libros y artículos culturales con sede en Lisboa. Con un proyecto marcadamente cultural, busca promover la publicación y difusión de obras que, además de su riqueza y diversidad de formación, proporcionan conocimientos a los lectores en una variedad de tendencias artísticas portuguesas y extranjeras. En paralelo, se han desarrollado múltiples eventos culturales, incluidas exposiciones de libros y de pintura.

Todo el catálogo, con más de 800 títulos publicados y cientos de autores, reúne a diferentes temas y géneros que incluyen: literatura, ensayo, historia, biografía, arte, olisipografía, filosofía, Psicología, Sociología, Religión, ciencias esotéricas, Derecho y ciencia jurídica, los medios de comunicación, ciencias sociales y políticas, la Lingüística y la educación física y el Deporte. (<http://www.novavega.pt/AboutUs.aspx> 2011.07.21)

'Oficina do Livro' es una editorial portuguesa fundada en 1999, con sede en Oeiras, Lisboa, que se destaca por la innovación y la competitividad editorial y comercial - que le valió un premio en el 2.º Congreso de Editores en 2006. Con los años, 'Oficina do Livro' ha obtenido varios sucesos de ventas con la edición de obras de ficción y no-ficción, en la mayoría de autores portugueses.

Es, todavía, una de las editoriales nacionales que más invierte en nuevos talentos. Ha publicado obras con gran éxito de ventas en Portugal, como 'Ecuador' y 'Rio das Flores', de Miguel de Sousa Tavares, entre otras. (<http://www.oficinadolivro.pt/gca/?id=297> 2011.07.21)

Fundada a principios de los años 90, 'Pergaminho' se ha integrado en 2009 en el 'Grupo Bertrand Círculo'. Cuenta con un catálogo de más de 500 títulos, la mayoría de los cuales textos de no-ficción. Habiendo comenzado por editar Historia, Gestión y Humanidades, ha ampliado su catálogo a la auto-ayuda, la espiritualidad y la Psicología.

Hoy en día especializada en estas áreas, es una de las editoriales más antiguas y reconocidas por el público a quien va dirigida. Es la editorial exclusiva del popular escritor brasileño Paulo Coelho en Portugal. (<http://www.grupobertrandcirculo.com/editoras/pergaminho/> 2011.07.21)

'Porto Editora' es la editorial educativa líder en Portugal, en las áreas de edición de libros educativos, diccionarios y productos multimedia - 'off y on-line'. 'Porto Editora' fue fundada en 1944 en Porto por un grupo de profesores de diferentes áreas de la educación. Desde su participación en Multimedia en 1994, Porto Editora ha publicado docenas de CD-ROM y DVD-ROM del área de la educación. varios de los cuales - como "Diciopédia" - se han hecho bien conocidos y de mayor venta de productos multimedia de Portugal.

Al mismo tiempo, Porto Editora ha sido el desarrollo de un proyecto completo para la Internet con miras a una serie de objetivos diferentes: estudiantes de todas las edades, padres y profesores. Dedicado a los niños de edad entre los 5 y los 11, [www.sitiodosmiudos.pt](http://www.sitiodosmiudos.pt), para el aprendizaje de los primeros números, letras y palabras, mientras les introduce los primeros pasos en el Internet. [Www.edusurfa.pt](http://www.edusurfa.pt) es un sitio adolescente, en temas como el cine, el teatro, la música o los libros de convivir con las materias escolares, para padres, maestros y toda la comunidad educativa.

[Www.educare.pt](http://www.educare.pt) ofrece una cobertura completa de noticias de la realidad educativa portugués, y también artículos, archivos e informes firmados por algunos de los más reputados personalidades de la pedagogía, psicología, pediatría y otras áreas relacionadas con la educación. ([http://en.wikipedia.org/wiki/Porto\\_Editora](http://en.wikipedia.org/wiki/Porto_Editora) 2011.07.21)

The screenshot shows the Porto Editora website interface. At the top right, there are links for 'Sobre Nós' and 'Imprensa'. Below this is a horizontal navigation bar with categories: 'PRODUTOS', 'SITES E SERVIÇOS', 'ESPAÇO PROFESSOR', 'ESPAÇO ALUNO', and 'ESPAÇO REV'. Underneath, there are links for 'Livros', 'Livros de Ensino', 'Auxiliares de Ensino', 'Multimédia', and 'Jogos'. A search bar is located on the left side with the text 'Pesquisar'. The main content area is divided into two sections: 'Últimas Novidades' (Latest News) and 'Novidades Livros' (New Books). The 'Últimas Novidades' section features two book covers with a 10% discount tag and 'ENVIO 24h' (24h shipping) label. The 'Novidades Livros' section features four book covers, including 'O Veredicto' by Michael Connelly, 'First Step 2 Forever: A Minha Vida' by Justin Bieber, 'Amor e chocolate' by Dorothy Koosmon, and 'Agenda dos Educadores de Infância...'. Each book cover also includes a 10% discount tag and 'ENVIO 24h' label.

Figura 7. La portada de 'Porto Editora'.

'Presença' es una editorial portuguesa ubicada en Queluz de Baixo, Barcarena, Lisboa. Se notabiliza entre los distintos editores portugueses, con cerca de 240 títulos nuevos al año, lo que significa que tiene un papel destacado en la publicación. Entre los muchos libros de la etorial, destacan las series de Harry Potter, Las Crónicas de Narnia, Las Crónicas de Spiderwick, y también la serie del canal TVI de la televisión portuguesa 'Fresas con el Azúcar'.

De los veinte autores más leídos en 2008, diez tienen sus trabajos publicados en esta editorial, a saber: Khaled Hosseini, Follett Ken, Muriel Barbery, J. K. Rowling, Henning Mankell, Baldacci David, Nicholas Sparks, Lauren Weisberger, Michael Connelly y Patricia D. Cornwell. ([http://pt.wikipedia.org/wiki/Editorial\\_Presença](http://pt.wikipedia.org/wiki/Editorial_Presença) 2011.07.21)

Quetzal Editores es una editorial portuguesa fundada en 1987. En 2000, Bertrand compró una participación del 51% de la compañía (en ese momento dejó de ser una sociedad anónima para convertirse en una sociedad de responsabilidad limitada). En 2006, fue integrada en el Direct Group Portugal. En junio de 2008, Francisco José Viegas es nombrado director editorial de 'Quetzal' y le da una nueva imagen.

En la actualidad, es la marca del Grupo Bertrand Círculo que más ficción publica en lengua portuguesa, con una alta reputación entre los lectores y los medios de comunicación, dedicándose al ensayo y a otros libros de no-ficción. (<http://www.grupobertrandcirculo.com/editoras/quetzal/> 2011.07.21)



Figura 8. La portada de la página de la editorial 'Quetzal'.

'Quinta Essência', ubicada en Alfragide, Lisboa, es una de las editoriales del Grupo LeYa en Portugal. No presenta cualquier tipo de información en su página web.

Fundada en 1983, 'Relógio d'Água' es una editorial independiente de tamaño medio que publica principalmente literatura y ensayo. La editorial es particularmente conocida por su colección de poesía, que incluye importantes autores portugueses como Fernando Pessoa, Cesário Verde, Ruy Cinatti o António Ramos Rosa, y por sus ediciones bilingües, como las de Hölderlin, Rimbaud, Blake, Rilke, Yeats, Lorca, T. S. Eliot, Neruda, Seamus Heaney, Sylvia Plath, entre otros.

En la ficción extranjera destacan Ballester, Karen Blixen, Duras, Ishiguro, Javier Marías, Virginia Woolf, Beckett, Kerouac, Roddy Doyle, J. G. Ballard o el galés Irvine. La editorial 'Relógio D'Água' también publica algunos de los novelistas portugueses más interesantes, entre ellos Clara Pinto Correia, Hélia Correia, María Gabriela Llansol y Luísa Costa Gomes, y ensayistas como José Gil, Nuno Barreto y Antonio Nabais. Además, está el catálogo clásico de las publicaciones, teatro, artes, comunicación, literatura juvenil, la filosofía, la ciencia, y varias colecciones más específicas, como la música, la arquitectura y el cine. (<http://www.relogiodagua.pt/canais/article.asp?id=117&lang=1&CurrentID=103> 2011.07.21)

Como su nombre indica, 'Edições 70' nasce en inicios de los años 70, que se anunciaban portadores de un cambio profundo. Por lo tanto, destacan sus primeros cuatro años, hasta al 25 de abril de 1974, aquellos en los que el editor ha visto más amenazada sus posibilidades de supervivencia, por la supervisión ejercida por la censura; de hecho, durante este período fueron muchas las prohibiciones y la incautación de varias obras, lo que, entre otros riesgos, ha significado pérdidas económicas irreparables. En 1976, inició un proceso de intensa cooperación con los líderes de la nueva cultura de países africanos de habla portuguesa - en particular, Angola y Mozambique, que permitió, en el periodo de una década, la divulgación de obras representativas de muchos autores y de esos dos países .

Desde 1978, 'Edições 70' comenzó a trabajar en una escala mayor, con el lanzamiento simultáneo de varias colecciones, que siguen constituyendo la imagen de marca del editor, a través de las cuales se consagró en el ámbito de las humanidades: «O Lugar da História», «Perspectivas do Homem», «Arte & Comunicação», «Biblioteca Básica de Filosofia», «Textos Filosóficos», entre otras. En 2005, se unió al Grupo Almedina, extendiendo su influencia y complementando el rigor de sus propuestas editoriales, que se reflejan en la articulación interdisciplinaria homogénea de su catálogo. Puede, pasadas más de tres décadas, afirmar su lema de siempre: "Hacia una cultura viva y libre" (<http://www.edicoes70.pt/site/node/5> 2011.07.22)

'Sururu', Producciones Culturales, es una empresa dedicada a la difusión de la cultura y el conocimiento a través de todos los medios disponibles., especialmente dirigida a los niños.

Con una visión amplia y moderna de lo que es y puede ser la cultura y cómo revelarla, 'Sururu' pretende, con el apoyo de sus lectores, divulgar títulos y autores que ayuden a los niños a crecer y los adultos a reflexionar sobre su condición. Empezó su actividad editorial, con el lanzamiento de una colección de libros de actividades para los niños: "¿Qué puedo hacer...?". Su propósito es hacer libros para niños, que son a la vez atractivos, educativos, divertidos y accesibles a todos, independientemente de su riqueza o cultura. (<http://www.sururu.com.pt/somos.php> 2011.07.22)



La editorial 'Teorema' posee uno de los más importantes catálogos literarios nacionales, además de publicar numerosos autores extranjeros y obras indispensables de la cultura mundial. Manteniendo una política editorial independiente, 'Teorema' beneficia del apoyo del 'Grupo LeYa' en las áreas de ventas y marketing. Su catálogo está formado por algunos de los escritores más importantes del mundo de los siglos XX y XXI. (<http://www.editorialteorema.pt/gca/?id=397> 2011.07.22)



Figura 9. La página de la editorial 'Teorema'.

'Texto Editora' se fundó en Lisboa en abril de 1977. Su objetivo es la publicación y distribución de libros, y desde el principio, concentró sus actividades en el área de los libros educativos. En 1983, las necesidades generadas por el crecimiento de la editorial llevaron a la creación de tres nuevas empresas: 'Distexto', 'Publilivro' (dos empresas de distribución) y 'Majofer' (empresa de servicios de gestión). La línea de publicaciones de temas generales surgió en el año 1986. A partir de 1987, comenzó a llevar a cabo todas las etapas de la producción de sus publicaciones.

Desde 1994, 'Texto Editora' ocupa el segundo lugar en el 'ranking' de editoriales educativas portuguesas y es el representante portugués en el EEPG: European Educational Publishers Group (Grupo Europeo de Editores de la Educación). En 1995 puso en marcha una nueva línea editorial de diccionarios y la línea Universal, hoy una referencia en esta categoría de productos. Fue también en 1995 que comenzó a publicar productos multimedia en portugués, en el campo de la educación y del entretenimiento. (<http://pt.textoeditores.com/index.jsp?p=11&idNoticia=1> 2011.07.22)



'Verso de Kapa' es una editorial portuguesa, con sede en Lisboa.

'Wook' es la más grande librería en línea portuguesa. Vende para todo el mundo películas, libros y libros electrónicos en portugués, inglés, español y francés. Pertenece al Grupo Porto Editora.

En el comercio electrónico, www.wook.pt es un proyecto muy exitoso implementado por 'Porto Editora'. Aquí se pueden encontrar todos los libros, productos multimedia y de videojuegos publicados en Portugal. Webboom.pt es la e-librería portuguesa más renombrada en línea, premiada con frecuencia y positivamente mencionada en los medios de comunicación. (<http://www.wook.pt/> [http://en.wikipedia.org/wiki/Porto\\_Editora](http://en.wikipedia.org/wiki/Porto_Editora) 2011.07.22)

The screenshot shows the Wook website interface. At the top, the logo 'wook' is in orange and blue. Navigation links include 'livros', 'eBooks', 'ensino', 'software', and 'filmes'. A search bar is on the right. The main banner features a book cover for 'Júlio Magalhães NOVO ROMANCE'. Below it, a section titled 'Uma saga poderosa' promotes 'O Lago dos Sonhos' by Kim Edwards, with a price of 16,11€ (10% off from 17,90€). A 'Livros de Bolso - Novidades' section displays four books with 10% discounts and 24-hour availability. The right sidebar has 'Pré-lançamento' and 'Top ficção' sections.

Figura 10. La página de 'Wook'.

De 'Impala', 'Minerva' y 'Ulisseia' no se ha encontrado información pertinente relacionada con sus historiales en sus páginas web u otras.

## 2.4. Presentación de los resultados

Hemos llevado a cabo un análisis sobre el grado de utilización de varias herramientas y aplicaciones tecnológicas por parte de las editoriales en 50 editoriales portuguesas, número que representa un 20,4% del total de las 245 listadas en el directorio de 'Portal da Literatura', sobre el cual basamos nuestra pesquisa.

Después de una valoración individual del sitio web de cada una de las 50 editoriales analizadas, procuramos aferir la presencia o la ausencia de los parámetros asignados, llegamos a los resultados plasmados en las figuras 11. y 12.

A pesar de que el número de editoriales analizadas en nuestro estudio - 50 - coincide con el del estudio de Dosdoce (2007), el porcentaje sobre el número total de editoriales es más grande en nuestro debido al hecho de que existen más editoriales en España que en Portugal.

Los resultados del estudio en porcentaje -y la comparación con los resultados del estudio similar llevado a cabo por Dosdoce en 2007 (en aquellos datos que son presentados en este estudio a cerca de las editoriales españolas)- son los siguientes:

- Parámetro 1: Un 50% de las editoriales analizadas conta con una sala de prensa virtual, en la cual presentan las reseñas obtenidas en los medios de comunicación. El estudio de Dosdoce (2007) indica que el 76% de los sitios web de las 50 editoriales españolas estudiadas tiene esta sección para facilitar a los usuarios la labor informativa de los medios.

- Parámetro 2: Un 88% de las editoriales analizadas publica en sus páginas web reseñas de los libros que publicita con el fin de fomentar su lectura. El estudio de Dosdoce revela que, en su muestra de 50 editoriales, un 30% lo hace.

La reseña funciona como presentación de la obra y permite dar a conocer el asunto sobre el cual decorre la misma.

- Parámetro 3: El 18% de las páginas posee algún tipo de canal de comunicación participativa - blogs, foros, chats, encuentros virtuales, etc., para un 44% de las editoriales españolas.

- Parámetro 4: Un 26% de las editoriales analizadas poseen botones que permiten enlazar a blogs literarios y/o medios digitales especializados en cultura o enlaza a los sitios web de sus autores. Las editoriales españolas, según el estudio de Dosdoce (2007), presentan un porcentaje de un 80%.

- Parámetro 5: Los resultados del estudio señalan que un 58% de las editoriales - 29 de las 50 editoriales analizadas - disponibiliza algún tipo de canal de comunicación participativa con las redes sociales, preponderantemente Facebook y Twitter. Un 76% de sus congéneres españolas lo hace.

- Parámetro 6: Sólo un 10% de las editoriales analizadas promociona sus libros publicando vídeos, de producción propia o que direccionan a sitios como

YouTube, en su mayoría, para un 20% de sus congéneres españolas.

- Parámetro 7: Un 88% de las páginas disponibilizan un buscador interno, lo que da la posibilidad al usuario de hacer búsquedas por nombre de autor, por título o por asunto.

- Parámetro 8: Un 14% poseen el botón RSS, que es utilizado para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios que se han suscrito a la fuente de contenidos. En el estudio de Dosdoce este parámetro no ha sido evaluado.

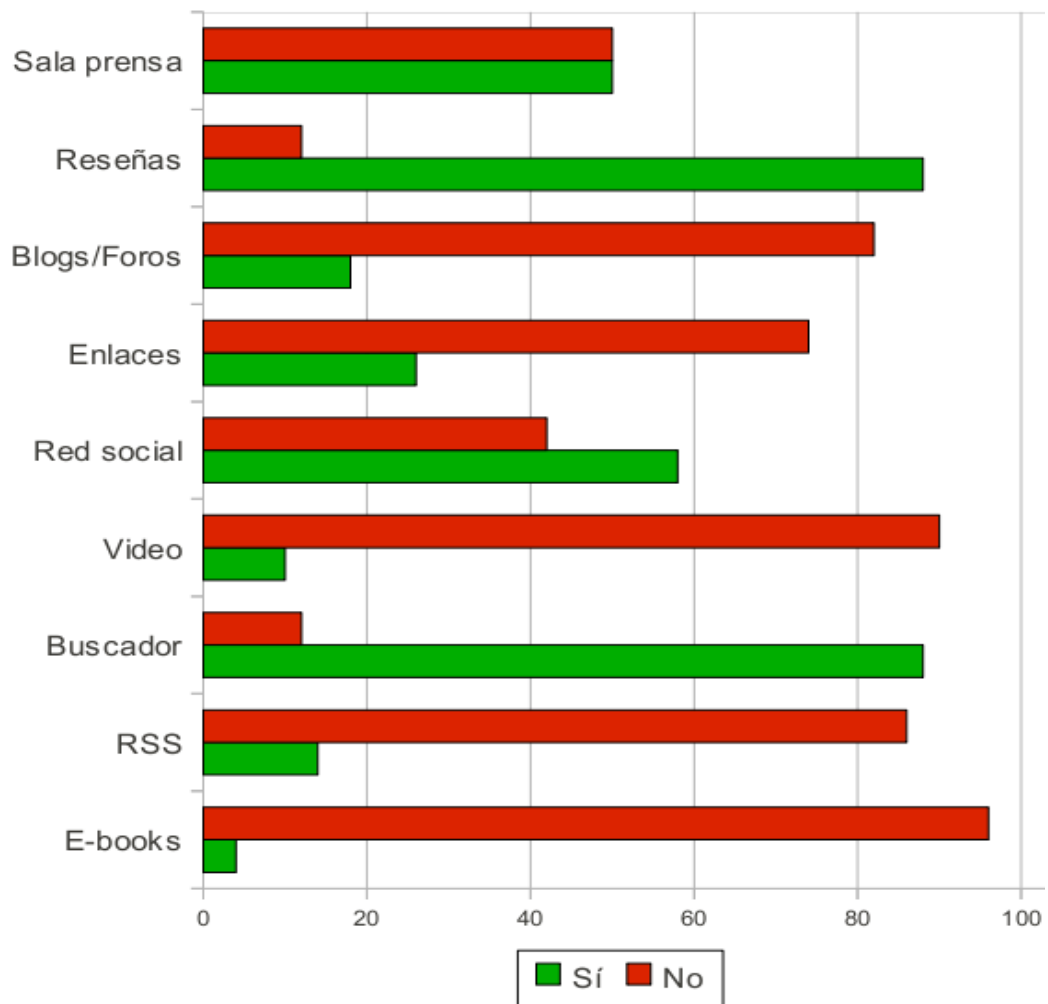
- Parámetro 9: Apenas dos editoriales: Bertrand y Wook, un 4% del total disponibilizan versiones electrónicas de algunos de sus libros.

La casi totalidad de nuestra muestra de páginas web de editoriales portuguesas -un 96%- no ofrece libros en formato electrónico (*e-books*).

EDITORIALES	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Actual	+	+	-	-	+	-	+	-	-
Afrontamento	-	+	-	-	-	-	-	-	-
Alfabeto	-	+	-	-	+	-	-	-	-
Almedina	-	+	-	+	+	-	+	-	-
Âncora	-	+	-	+	-	-	+	-	-
Antígona	+	+	-	-	-	-	+	-	-
Asa	+	+	-	-	+	-	+	-	-
Assírio & Alvim	+	+	+	+	+	+	+	+	-
Bertrand	-	+	-	-	+	-	+	-	+
Bizâncio	+	+	-	-	-	-	+	-	-
Blu Edições	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Booksmile	+	+	+	-	+	+	+	+	-
Caleidoscópio	-	+	-	+	+	-	+	-	-
Caminho	+	+	-	-	+	-	+	-	-
Círculo de Leitores	-	+	-	-	-	-	+	-	-
Civilização	-	+	-	-	+	+	+	-	-
Coimbra Editora	-	+	-	-	+	-	+	-	-
Colibri	+	+	-	+	-	-	+	-	-
Contraponto	-	-	+	+	+	+	+	+	-
Cotovia	-	+	-	-	+	-	+	-	-
Didáctica Editora	-	+	-	-	+	-	+	-	-
Difel	-	-	+	+	+	-	-	-	-
Dom Quixote	+	+	-	-	+	-	+	+	-
Estampa	+	+	-	+	-	-	+	-	-
Europa-América	-	+	-	-	-	-	+	-	-
Fim De Século	-	+	-	-	-	-	-	-	-
Fonte da Palavra	+	+	-	-	-	-	+	-	-
Gailivro	+	+	-	-	-	-	+	-	-
Gradiva	+	+	-	-	+	-	+	-	-
Impala	-	+	-	-	+	-	+	-	-
Lello Editores	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Livros de Seda	-	+	-	-	+	-	+	-	-
Lusodidacta	+	+	-	-	+	-	+	-	-
Minerva	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Minotauro	+	+	+	+	-	-	+	-	-
Nova Vega	-	+	-	-	-	-	+	-	-
Oficina do Livro	+	+	-	-	+	-	+	-	-
Pergaminho	+	+	+	+	+	-	+	-	-
Presença	+	+	+	-	+	-	+	-	-
Porto Editora	+	+	-	+	+	-	+	-	-
Quetzal	+	-	+	+	+	-	+	+	-
Quinta Essência	+	+	-	-	+	-	+	+	-
Relógio d'Água	-	+	-	-	-	-	+	-	-
70, Edições	+	+	-	+	-	-	+	-	-
Sururu	-	+	-	-	-	-	-	-	-
Teorema	+	+	-	-	+	+	+	+	-
Texto Editores	+	+	-	-	-	-	+	-	-
Ulisseia	-	+	-	-	+	-	+	-	-
Verso de Kapa	+	+	-	-	-	-	+	-	-
Wook	-	+	+	-	+	-	+	-	+
+ sí	50%	88%	18%	26%	58%	10%	88%	14%	4%

1 Sala de prensa virtual. 2 Fomento de la lectura: reseñas. 3 Participación en blogs y/o foros. 4 Enlaces con otras entidades. 5 Participación en redes sociales. 6 Utilización de vídeos y/o podcasts. 7 Buscador. 8 RSS. 9 Oferta de e-books.

Figura 11. La presencia de los parámetros estudiados en las editoriales.



**Figura 12.** Los parámetros en porcentaje.

## 2.5. Conclusiones del estudio empírico

La investigación llevada a cabo en este trabajo parece indicar que las editoriales portuguesas aún no han adherido, en sus páginas web, a las posibilidades de interacción que da la Web 2.0. A través de la evaluación de diversos parámetros analizados en cincuenta páginas web de editoriales portuguesas -analizando el grado de adopción por parte de las editoriales a herramientas que permiten a los usuarios una gran interactividad con otros usuarios a través de redes sociales o otras páginas de contenidos- nos fue permitido constatar bajos niveles de adhesión a dichas herramientas.

La interacción que la Web 2.0 permite resulta de la utilización por la mayoría de las páginas del sistema de hipertexto - un conjunto de hipervínculos, o hiperenlaces, que permiten pasar de un documento textual o visual a otro, mediante la selección de botones o palabras subrayadas. La información se vuelve verdaderamente interactiva, y por lo tanto, resulta mucho más atractiva.

Los resultados de nuestro análisis sobre el grado de utilización de varias de estas herramientas y aplicaciones tecnológicas adaptadas a la Web 2.0 revelan que no existe, aún, una fuerte sensibilización por parte de las editoriales portuguesas a la hora de utilizarlas en la promoción de sus libros y como medio de fomento de la lectura.

El fomento de la lectura, por intermedio de reseñas de los libros presentados, promoviendo, así, no solo el libro que se pretende vender como, también, el gusto por la lectura y la disponibilización de buscador interno, por intermedio del cual se posibilita buscar algo por nombre de autor, por título o por asunto -ambos con 88% de utilización- son los dos parámetros más adoptados por las editoriales.

El tercer parámetro más utilizado es el enlace a las redes sociales, con un 58% de editoriales a disponibilizarlo. Un número significativo de editoriales - más de la mitad - se sirve de las redes sociales para promoción de sus páginas y de sus libros. Pensamos, todavía, que ese número debería ser más grande. Un 76% de las editoriales española utilizan hiperenlaces a las redes sociales.

La mitad -50%- de las cincuenta editoriales analizadas presenta en sus páginas web lo que puede designarse por sala de prensa virtual. Un número significativo de editoriales publica las reseñas obtenidas en los medios de comunicación, permitiendo que el utilizador pueda acceder a esas reseñas a través de hipervínculos o hiperenlaces.

Solo un 26 por ciento posee botones de enlace a otras entidades culturales, lo que constituye el quinto parámetro más utilizado.

La participación en blogs y/o foros relacionados con la lectura y que estén relacionados con las obras y/o con sus autores es adoptada por un 18% de las editoriales portuguesas en estudio.

Son pocas las editoriales que utilizan este modo de interactividad que permite a los usuarios estableceren contacto con otras personas interesadas en la

misma temática.

La utilización de botón RSS, para compartir contenido -con un 14%- y la utilización de vídeos y/o podcasts -con un 10%- son las herramientas de interacción menos utilizadas por las páginas web, exceptuando los 4% de oferta de libros electrónicos.

Son, aún, pocas las editoriales que utilizan el RSS, herramienta interactiva que permite compartir contenido en la web.

Sólo dos editoriales de las cincuenta estudiadas -un 4%- dan a sus usuarios la posibilidad de adquirir libros en formato electrónico, a pesar de la evidente proliferación de dispositivos que permiten leerlos.

Esto parece denotar que las editoriales portuguesas aún no están adaptadas a ese mercado potencial que es el del libro electrónico.

De los resultados del presente estudio podemos concluir que las editoriales portuguesas aún no están sensibilizadas para las potencialidades de las nuevas herramientas de interacción proporcionadas por la Web 2.0.

En ese aspecto, y en los parámetros en que fue posible la comparación, constatamos que las editoriales españolas están más adelantadas en la adopción de dichas herramientas.

## Conclusiones

También conocido como libro digital o *e-Book*, el libro electrónico es una publicación cuyo soporte no es el papel sino un archivo electrónico y cuyo texto se presenta en formato digital y se almacena en lectores apropiados al efecto - *e-readers*, ordenadores personales o en Internet. El libro electrónico permite incorporar elementos multimedia, como vídeo, audio, y en el caso de Internet, posibilita enlaces a otras páginas en la red.

Esa posibilidad de navegar a otras páginas, a través aplicaciones derivadas de la denominada Web 2.0, ha llevado Internet a patamares elevados de utilización y ha promocionado el desarrollo de dispositivos móviles, como teléfonos o tabletas, que hacen dispensar el uso del ordenador personal.

Los archivos electrónicos no ocupan mucho espacio, se pueden descargar fácilmente, utilizando, por ejemplo, una línea telefónica. La búsqueda textual es igual de sencilla. Basta con utilizar la función 'buscar' (*search*) presente en la mayoría de los programas, incluso en los de descarga *peer-to-peer*, hecho que levanta cuestiones de usurpación de los derechos de los autores en recibir un pagamiento por su trabajo.

La piratería en la red es un hecho inevitable, a punto de provocar la creación de un Observatorio de Piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales, que hace una encuesta junto de utilizadores de Internet (internautas) cada seis meses.

La popularización del libro electrónico conlleva múltiples transformaciones en casi todos los aspectos relacionados con la industria editorial y con los hábitos de consumo y lectura, que van desde la transformación y la concreción de los modelos de negocio propuestos por los agentes editores, la transformación de la cadena de producción y comercialización del libro, las políticas de precios, la redistribución de beneficios para los autores y los aspectos relacionados con la salvaguarda de los derechos de unos y otros.

La mayoría de los libreros y editores tienen su propia página web. Algunos de ellos nacen directamente en línea, y realizan la totalidad de sus transacciones a través de la red.

Se van multiplicando los libros y las revistas que sólo están disponibles en versión digital, evitando así los gastos que implica una publicación impresa. Hoy en día uno puede leer un libro en su ordenador, su asistente personal (PDA), su teléfono, su *smartphone* o cualquier aparato de lectura especializado.

Ya no necesitamos correr desesperadamente tras la información que nos hace falta. La información que nos hace falta ya está a nuestro alcance, incluso para aquellos que estudian por correspondencia, que viven en pleno campo o lejos de las grandes ciudades o que trabajan a domicilio.

A todo este reequilibrio no es ajena la biblioteca como gestora y proveedora de contenidos, afectando a diversos aspectos de gestión, desarrollo y diseño de servicios con la incorporación de este nuevo formato. Estas transformaciones



tienen implicaciones con efectos sobre las relaciones entre editores y bibliotecas, así como en la organización interna y distribución de tareas encomendadas al personal, como también en el desarrollo y diseño de los servicios, y en la relación entre usuarios y biblioteca.

## Bibliografía

- AAP: Association of American Publishers (2011). AAP Publishers' April 2011 Report. [en línea]. Disponible en: <http://www.publishers.org/press/38/>
- ACHAERANDIO, R. (2010). Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales: primer semestre de 2010 [en línea]. *IDC: International Data Corporation*. Disponible en: [http://www.cedro.org/Files/Observatorio\\_pirateriayhabitosconsumodigitales.pdf](http://www.cedro.org/Files/Observatorio_pirateriayhabitosconsumodigitales.pdf) [Consultado el 17/07/ 2011]
- ACTUALITTÉ.COM (2011). L'ebook a 40 ans: 2000: Les aventures de Stephen King [en línea]. Disponible en: <http://www.actualitte.com/dossiers/1514-ebook-creation-aventures-stephen-king.htm> [Consultado el 17/06/2011]
- ALONSO ARÉVALO, J.; CORDÓN GARCÍA, J. A. (2010). El libro electrónico ha llegado a las bibliotecas... y viene para quedarse. *Mi Biblioteca*, no. 25, pp. 136-144, ISSN 1699-3411. También disponible en: <http://eprints.rclis.org/handle/10760/15373> [Consultado el 17/06/2011]
- ALVITE DÍEZ, M. L.; RODRÍGUEZ BRAVO, B. (2006). Colecciones de libros electrónicos en las bibliotecas universitarias españolas [en línea]. Disponible en: [http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/8484/1/Sesion\\_3\\_comunicacion\\_1\\_Alvite.pdf](http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/8484/1/Sesion_3_comunicacion_1_Alvite.pdf) [Consultado el 12/07/2011]
- ANURADHA, K. T.; USHA, H. S. (2006). E-books access models: an analytical comparative study [en línea]. *The Electronic Library*, 2006, vol. 24, no. 5, pp. 662 - 679. ISSN: 0264-0473. Disponible en: [www.emeraldinsight.com/0264-0473.htm](http://www.emeraldinsight.com/0264-0473.htm) [Consultado el 27/06/2011]
- APA: Audio Publishers Association (2010). Audiobook Sales Increase in 2009 [en línea]. Disponible en: <http://www.audiopub.org/PDFs/SalesSurveyPR62810.pdf> [Consultado el 21/06/2011]
- BAWDEN, D.; ROWLANDS, I. (1999). Digital libraries: assumptions and concepts. *Libri*, vol. 49, pp. 181-191, ISSN 0024-2667. También disponible en: <http://cite.seerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.110.6580&rep=rep1&type=pdf> [Consultado el 17/06/2011]
- BERNAL, J. (2009). Web 2.0 and social Networking for the enterprise: guidelines and examples for implementation and management within your organization. Boston, Massachusetts: Pearson Education. 305 p. ISBN 978-0-13-700489-8 También disponible en: <http://www.ibmpressbooks.com/bookstore/product.asp?isbn=0132650924> [Consultado el 27/06/2011]
- BERNERS-LEE, T.; CAILLIAU, R. (1990). WorldWideWeb: Proposal for a Hyper Text Project [en línea]. Disponible en: <http://www.w3.org/Proposal.html> [Consultado el 15/06/2011]
- BROOKS, L. K. (2008). Old school meet school library 2.0: bump your media program into an innovative model for teaching and learning. *Library Media Connection*, April-May 2008, pp. 14-16. También disponible en: <http://scholar.google.es/scholar?q=Information+literacy+meets+library+2.0+filetype:pdf&>

hl=es&as\_sdt=0&as\_vis=1&oi=scholart [Consultado el 25/06/2011]

- CASEY, M. E.; SAVASTINUK, L. C. (2006). Library 2.0: Service for the next-generation library. *Library Journal*, 2006 January 9th. También disponible en: <http://www.libraryjournal.com/article/CA6365200.html> [Consultado el 08/07/2011]
- CHUA, A. Y. K; GOH, D. H. (2010). A study of Web 2.0 applications in library websites. *Library & Information Science Research*, vol. 32, no. 3, July 2010, pp. 203-211, ISSN 0740-8188. También disponible en: <http://lgdata.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/docs/231/97283/Web%202.0.pdf> [Consultado el 06/07/2011]
- CORDÓN GARCÍA, J. A.; ALONSO ARÉVALO, J.; MARTÍN RODERO, H. (2010). The emergence of electronic books publishing in Spain. *Library Hi Tech*, vol. 28, no. 3, pp. 454-469, ISSN 0737-8831. También disponible en: <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/15459/2/Emergence%20spanish.pdf> [Consultado el 19/06/2011]
- CORDÓN GARCÍA, J. A.; ALONSO ARÉVALO, J.; MARTÍN RODERO, H. (2010b). Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital [en línea]. *Anales de Documentación*, vol. 13, pp. 53-80, ISSN 1575-2437 Disponible en: <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/106991/101681> [Consultado el 15/06/2011]
- CORDÓN GARCÍA, J. A. (2011). El final del libro y el principio de la lectura: los libros electrónicos y el fenómeno iPad [en línea]. *Anuario ThinkEPI*, 2011, vol. 5. ISSN 1886-6344 Disponible en: <http://www.thinkepi.net/el-final-del-libro-y-el-principio-de-la-lectura-los-libros-electronicos-y-el-fenomeno-ipad> [Consultado el 17/06/2011]
- CORDÓN GARCÍA, J. A.; GÓMEZ DÍAZ, R.; ALONSO ARÉVALO, J. (2011). Libros electrónicos: oferta comercial y redes p2p. *El profesional de la información*, 2011, vol. 20, no. 2, pp. 141-150, ISSN 1386-6710. También disponible en: <http://anatomiteca.com/wp-content/uploads/2011/03/Cordon-Gomez-Alonso.pdf> [Consultado el 15/06/2011]
- DOSDOCE (2007). Tendencias Web 2.0 en el sector editorial [en línea]. Disponible en: <http://www.dosdoce.com/articulo/estudios/3066/tendencias-web-2-0-en-el-sector-editorial/> [Consultado el 27/06/2011]
- DOSDOCE (2009). Digitalización del libro en España [en línea]. Disponible en: <http://www.dosdoce.com/upload/ficheros/noticias/201005/0000000042.pdf> [Consultado el 24/04/2011]
- E-BOOK PUBLISHING (2011). Ebook publishing made easy [en línea]. Disponible en: <http://www.e-bookspublishing.com/> [Consultado el 19/06/2011]
- ESSEX, M. (2011). Ebooks: the latest frontier for spam [en línea]. *Guardian.co.uk*, 2011, June 23rd. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/technology/2011/jun/23/ebook-spam-problem-growing> [Consultado el 18/06/2011]
- FERNANDEZ, M. (2003). A Usage Comparison for Print and Electronic Books in the University of North Carolina at Chapel Hill [en línea]. Disponible en: <http://ils.unc.edu/MSpapers/2827.pdf> [Consultado el 14/07/2011]
- FRANGANILLO, J. (2008). La industria editorial frente al libro electrónico. *El Profesional de la Información*, vol.17, no. 4, julio-agosto 2008, pp. 416-417. También disponible en: <http://www.franganillo.es/franganillo2008c.pdf> [Consultado el 19/06/2011]

- FREY, T. (s. d.). Future libraries: nerve center of the community [en línea]. Disponible en: <http://www.davinciinstitute.com/papers/future-libraries-nerve-center-of-the-community/> [Consultado el 13/07/2011]
- FRISCH, M. (2010). Digital piracy hits the e-book industry [en línea]. *CNN Tech*, 2010, January 1st. Disponible en: [http://articles.cnn.com/2010-01-01/tech/ebook.piracy\\_1\\_e-books-digital-piracy-publishing-industry?\\_s=PM:TECH](http://articles.cnn.com/2010-01-01/tech/ebook.piracy_1_e-books-digital-piracy-publishing-industry?_s=PM:TECH) [Consultado el 20/06/2011]
- FUNK, T. (2009). Web 2.0 and beyond: understanding the new online business models, trends, and technologies. Westport, Connecticut: Praeger. También disponible en: [http://www.worldcat.org/title/web-20-and-beyond-understanding-the-new-online-business-models-trends-and-technologies/oclc/227000233&referer=brief\\_results](http://www.worldcat.org/title/web-20-and-beyond-understanding-the-new-online-business-models-trends-and-technologies/oclc/227000233&referer=brief_results) [Consultado el 27/06/2011]
- GUENETTE, D. R.; TRIPPE, B.; GOLDEN, K. (2010). A Blueprint for Book Publishing Transformation: Seven Essential Processes to Re-Invent Publishing. [en línea]. Outsell's Gilbane Group Research Report. Disponible en: [http://www.bisg.org/docs/gilbane\\_blueprint.pdf](http://www.bisg.org/docs/gilbane_blueprint.pdf) [Consultado el 17/07/2011]
- GODWIN, P. (2007). The Web 2.0 challenge to Information Literacy. [en línea]. INFORUM, 13th Conference on Professional Information Resources. Prague, 2007, May 22-24. Disponible en: <http://inforum.sk/pdf/2007/godwin-peter.pdf> [Consultado el 19/06/2011]
- GUNTER, B. (2005). Electronic books: a survey of users in the UK. *Aslib Proceedings*, 2005, vol. 57, no. 6, pp. 513-522. ISSN: 0001-253X También disponible en: <http://www.mendeley.com/research/electronic-books-survey-users-uk/> [Consultado el 27/06/2011]
- HONG, S. H. (2004). The Effect of Napster on Recorded Music Sales: Evidence from the Consumer Expenditure Survey [en línea]. Stanford Institute for Economic Policy Research. Disponible en: <http://siepr.stanford.edu/publications/profile/379> [Consultado el 25/07/2011]
- IDPF: International Digital Publishing Forum (2006). Ebook user survey 2006. [en línea]. Disponible en: [http://old.idpf.org/doc\\_library/surveys/IDPF\\_eBook\\_User\\_Survey\\_2006.pdf](http://old.idpf.org/doc_library/surveys/IDPF_eBook_User_Survey_2006.pdf) [Consultado el 16/07/2011]
- IDPF: International Digital Publishing Forum (2009). Digital Book 2009: IDPF Forum. [en línea]. Disponible en: <http://openebook.org/digitalbook09/Presentations/1%20bLiVolsi.pdf> [Consultado el 15/07/2011]
- IFPI: International Federation of the Phonographic Industry (2010). Digital Music Report 2010: Music how, when, where you want it. [en línea]. Disponible en: <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2010.pdf> [Consultado el 27/06/2011]
- JUST, P. (2007). Electronic books in the USA: their numbers and development and a comparison to Germany. *Library Hi Tech*, 2007, Vol. 25, No. 1, pp. 157-164. ISSN 0737-8831 También disponible en: [www.emeraldinsight.com/0737-8831.htm](http://www.emeraldinsight.com/0737-8831.htm) [Consultado el 17/06/2011]
- LEBERT, M. (1999). De l'imprimé à Internet. Paris: Éditions 00h00. También disponible en: <http://www.etudes-francaises.net/entretiens/printeng01.htm> [Consultado el 16/06/2011]
- LEBERT, M. (2008). Technologies et livre pour tous. Toronto: NEF Net des Études Françaises de l'Université de Toronto. También disponible en: <http://www.etudes-francaises.net/dossiers/technologies.htm> [Consultado el 16/06/2011]

- LEBERT, M. (2009). Une courte histoire de l'ebook [en línea]. Toronto: NEF Net des Études Françaises de l'Université de Toronto. Disponible en: <http://www.etudes-francaises.net/dossiers/ebook.htm> [Consultado el 14/06/2011]
- LEINER, B. N., et al. (2009) A brief history of the Internet. *Computer Communication Review*, vol. 39, no. 5, October 2009. También disponible en: <http://www.cs.ucsb.edu/~almeroth/classes/F10.176A/papers/internet-history-09.pdf>
- LEVINE-CLARK, M. (2007). Electronic books and the humanities: a survey at the University of Denver. *Collection Building*, 2007, vol. 26, no. 1, pp. 7-14. ISSN 0160-4953 También disponible en: <http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/electronic-books-and-the-humanities-a-survey-at-the-university-of-Go6YUrFSLm> [Consultado el 23/06/ 2011]
- LIEBOWITZ, S. J. (2008). Research Note: Testing File-Sharing's Impact on Music Album Sales in Cities [en línea]. *Management Science*, April 2008. Disponible en: <https://www.utdallas.edu/~liebowitz/cities6f.pdf> [Consultado el 23/06/2011]
- LIU, S. (2008). Engaging users: the future of academic library websites. *College & Research Libraries*, vol. 69, no. 1, pp. 6-27. ISSN 0010-0870 También disponible en: <http://crl.acrl.org/content/69/1/6.full.pdf> [Consultado el 14/07/2011]
- MILLER, P. (2006). Library 2.0: The challenge of disruptive innovation [en línea]. Disponible en: [http://www.talis.com/applications/resources/documents/447\\_Library\\_2\\_prf1.pdf](http://www.talis.com/applications/resources/documents/447_Library_2_prf1.pdf) [Consultado el 24/06/2011]
- MONTAGUD (2011). Montagud editores: tienda online europa [en línea]. Barcelona: Montagud editores. Disponible en: <http://www.montagud.com/catalog/83> [Consultado el 14/06/2011]
- NUDELMAN, R. (2011). Cuando todos los libros sean electrónicos. *Trama & Texturas*, no. 14, Marzo 2011 [en línea]. Disponible en: <http://www.revistas.culturales.com/articulos/127/trama-and-texturas/1392/1/cuando-todos-los-libros-sean-electronicos.html> [Consultado el 14/07/2011]
- O'REILLY, T. (2005). What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software [en línea]. Disponible en: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> [Consultado el 17/06/2011]
- OXFORD DICTIONARY (2011). E-book. Oxford: Oxford University Press. También disponible en: <http://oxforddictionaries.com/definition/e-book?region=us> [Consultado el 18/06/2011]
- PORTAL DA LITERATURA (2001). Portal da literatura. [en línea]. Disponible en: <http://www.portaldaliteratura.com/editoras.php> [Consultado el 18/06/2011]
- QUITTNER, J. (1999). Network Designer Tim Berners-Lee [en línea]. *Time Magazine*, 1999, march 29th. También disponible en: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,990627,00.html> [Consultado el 18/06/2011]
- RAO, S. S. (2005). Electronic books: their integration into library and information centers. *The Electronic Library*, 2005, vol. 23, no. 1, pp. 116-140. ISSN 0264-0473 También disponible en: <http://cat.inist.fr/?aModele=afficheN&cpsidt=16653441> [Consultado el 26/06/2011]
- RICH, M. (2009). Print Books Are Target of Pirates on the Web. [en línea] *The New York Times*, May 11, 2009. Disponible en: <http://www.nytimes.com/2009/05/12/technology/internet/12digital.html> [Consultado el 17/06/2011]

- RODRÍGUEZ, E. (2011). La revolución silenciosa de los e-books. [en línea]. *SINC Servicio de Información y Noticias Científicas*. Disponible en: <http://www.agenciasinc.es/Reportajes/La-revolucion-silenciosa-de-los-e-books> [Consultado el 22/06/2011]
- SARACEVIC, T. (2004). Evaluation of digital libraries: an overview [en línea]. Disponible en: [http://comminfo.rutgers.edu/~tefko/DL\\_evaluation\\_Delos.pdf](http://comminfo.rutgers.edu/~tefko/DL_evaluation_Delos.pdf)
- TIME MAGAZINE (2011). Tim Berners-Lee. [en línea]. Disponible en: <http://205.188.238.181/time/time100/scientist/profile/bernerslee.html> [Consultado el 16/06/2011]
- TUCKMAN, B. W. (2000). *Manual de investigação em educação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- VAN EIJK, N.; POORT, J.; RUTTEN, P. (2010). Legal, Economic and Cultural Aspects of File Sharing. *Communications & Strategies*, no. 77, 1st quarter 2010, pp. 35-54. También disponible en: [http://www.ivir.nl/publications/vaneijk/Communications&Strategies\\_2010.pdf](http://www.ivir.nl/publications/vaneijk/Communications&Strategies_2010.pdf) [Consultado el 29/06/2011]
- VAN EIJK, N.(2011). File Sharing [en línea]. Brussels: European Parliament. Disponible en: [www.ivir.nl/publications/vaneijk/pe432775\\_en-rev-fin.pdf](http://www.ivir.nl/publications/vaneijk/pe432775_en-rev-fin.pdf) [Consultado el 02/07/2011]
- WIKIPEDIA.ES (2011). Facebook [en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook> [Consultado el 17/07/2011]
- WIKIPEDIA.ES (2011b). Libro electrónico [en línea]. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/libro\\_electronico](http://es.wikipedia.org/wiki/libro_electronico) [Consultado el 17/06/2011]
- WIKIPEDIA.ES (2011c). Podcasting [en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Podcasting> [Consultado el 29/06/2011]
- WIKIPEDIA.ES (2011d). RSS [en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/RSS> [Consultado el 28/06/2011]
- WIKIPEDIA.ES (2011e). Twitter [en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter> [Consultado el 18/07/2011]