

¿Sustituirán los libros digitales a los de papel? Esta pregunta, que lleva más de una década formulada y discutida, ha sido respondida de formas diversas. En un extremo (el ámbito tecnológico, se podría decir), Nicholas Negroponte vaticinaba ya en 1995 que la humanidad tendría irremisiblemente a la digitalización, pasando de un mundo de átomos a un mundo de bits (Negroponte, 1995). En el otro extremo se puede citar a Umberto Eco, que ha criticado con diferentes argumentos la idea de los libros digitales y ha predicho en varias ocasiones que jamás sustituirán al papel, al menos en los libros "para leer":

"Hay dos clases de libros: para leer y para consultar. En los primeros, el modo normal de lectura es el que yo llamaría 'estilo novela policial'. Empezamos por la primera página, en la que el autor dice que ha ocurrido un crimen, seguimos el derrotero hasta el final y descubrimos que el culpable es el mayordomo. Fin del libro y fin de la experiencia de su lectura. Luego están los libros para consultar, como las enciclopedias y los manuales. Las enciclopedias fueron concebidas para ser consultadas, nunca para ser leídas de la primera a la última página.

(...)

Los hipertextos volverán obsoletos, ciertamente, las enciclopedias y los manuales.

(...)

Sin embargo, ¿puede un disco hipertextual o la web reemplazar a los libros que están hechos para ser leídos? Una vez más, tenemos que definir si la pregunta alude a los libros como objetos físicos o virtuales. Una vez más, déjenme considerar primero el problema físico. Buenas noticias: los libros seguirán siendo imprescindibles, no solamente para la literatura sino para cualquier circunstancia en la que se necesite leer cuidadosamente, no sólo para recibir información sino también para especular sobre ella. Leer una pantalla de computadora no es lo mismo que leer un libro. Piensen en el proceso de aprendizaje de un nuevo programa de computación. Generalmente el programa exhibe en la pantalla todas las instrucciones necesarias. Pero los usuarios, por lo general, prefieren leer las instrucciones impresas. Después de haberme pasado doce horas ante la computadora, mis ojos están como dos pelotas de tenis y siento la necesidad de sentarme en mi confortable sillón y leer un diario, o quizás un buen poema."

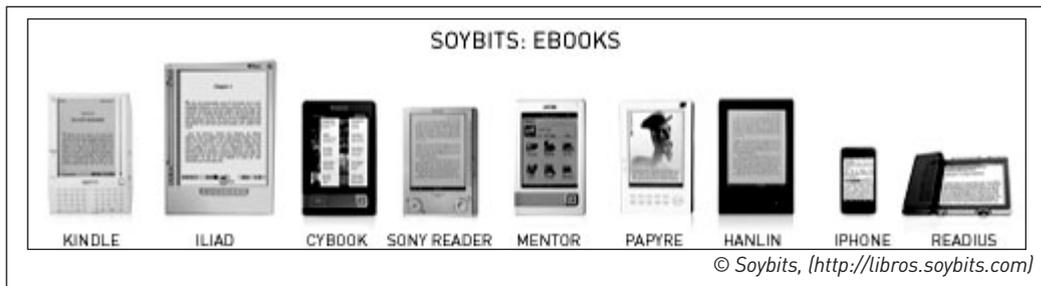
UMBERTO ECO (2003)

En este extracto de la conferencia ofrecida por Umberto Eco, con motivo de la reapertura de la Biblioteca de Alejandría, se muestran algunas de las ideas que siguen siendo compartidas por muchos profesionales del sector del libro, entre las que destacan:

- Las diferencias de los libros "para leer" y "para consultar".
- La comodidad de la lectura y la costumbre de la lectura en papel.

Poco hay que decir respecto a la primera afirmación, ambos tipos son llamados "libros", pero es evidente que existe una diferencia sustancial entre los libros de consulta y los de lectura lineal. Los diccionarios y las enciclopedias son, con diferencia, los tipos de libros que más han evolucionado hacia las versiones digitales y, especialmente, a la red Internet, como se refleja incluso a nivel comercial, con una tendencia marcada de descenso de las ventas de sus versiones en papel, un 27,6% en el período 2005-2006 (FGEE, 2007). El éxito de los diccionarios y enciclopedias digitales se basa en su creciente adaptación a la web, más que a la mera edición digital. Los hiperenlaces son versiones tecnológicas de herramientas intrínsecamente ligadas a este tipo de contenido, como son las referencias entre términos, anotaciones externas y demás elementos de relación. La facilidad de interconexión de diccionarios y enciclopedias los convierte en candidatos idóneos digitales. La progresiva adaptación al entorno digital está transformando la forma de los diccionarios, añadiendo multilingüismo, definiciones académicas, discusiones de uso y terminología, aportaciones de usuarios, ejemplos literarios y una miríada de utilidades de todo tipo y calidad. En el caso de las enciclopedias, las transformaciones son aún más profundas debido al auge y éxito de las llamadas enciclopedias colaborativas como la Wikipedia.

La segunda objeción a los libros digitales, "la comodidad y costumbre de la lectura", ha sido cierta durante mucho tiempo y sigue siéndolo en gran medida. Los monitores de los ordenadores no son soportes cómodos para la lectura de los textos, aunque hayan mejorado sustancialmente. Una posible alternativa son los dispositivos de tinta electrónica; su tecnología es completamente diferente a la de los monitores TFT o cristal líquido, están específicamente diseñados para la lectura prolongada e imitan el efecto pa-



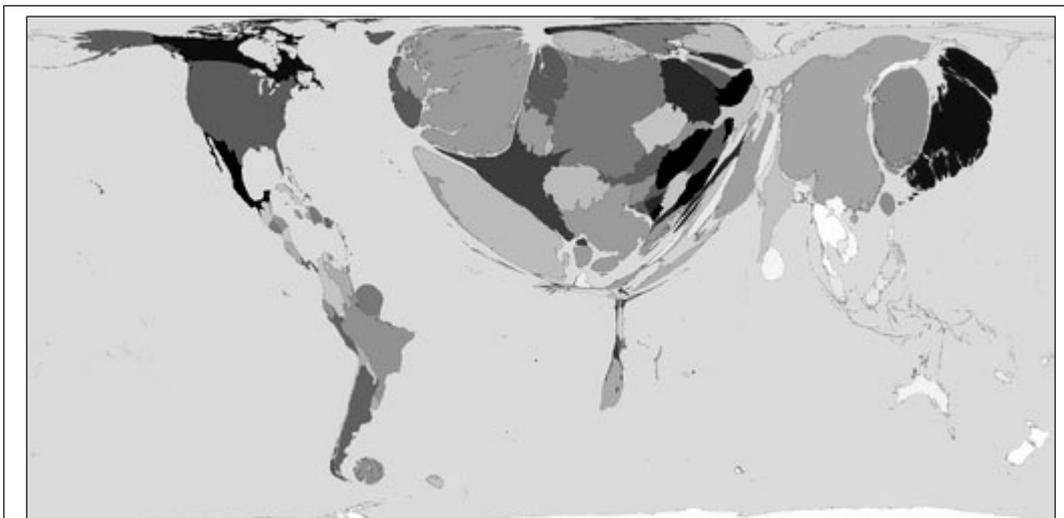
pel, pueden ser flexibles, de bajo consumo y con alto nivel de contraste incluso con luz directa. Sus inconvenientes principales: precios elevados, pocas fuentes de distribución comercial de libros en formato digital, monitores monocromo, limitaciones de conectividad y falta de acuerdo acerca de los formatos digitales.

Todos los modelos existentes de e-libros en el mercado han aparecido en los dos últimos años (*iLiad*, *SonyReader*, *Readius*, *Kindle*). El último en nacer (noviembre 2007), el *Kindle* de Amazon, ha sido recibido con gran expectación y no pocas críticas. Podría resultar sorprendente que Amazon haya lanzado un dispositivo con unas funciones tan limitadas de conectividad (sólo se conecta a la tienda Amazon) y lectura de formatos (sólo permite leer el formato de los libros digitales de Amazon), pero no hay que olvidar que *Kindle* está dirigido a la venta de los productos Amazon y su modelo de negocio poco abierto es posible gracias a la falta de reacción del resto del mundo editorial. En el otro extremo de la tecnología e-libro está *iLiad*, tecnología europea, no ligado a ninguna tienda de libros digitales, calidad excelente y capaz de leer múltiples formatos de diferentes fuentes; sus mayores pegas, el precio elevado y el escaso número de libros digitales que existen en el mercado europeo. Podría decirse que son las apuestas de dos modelos económicos: en un extremo, el procedente de EEUU, *Kindle* de Amazon, con un objetivo de venta de un amplio catálogo de libros y con funciones muy limitadas (de momento); en el otro, *iLiad*, el modelo europeo, abierto, versátil y en un mercado con un catálogo escaso. En un punto intermedio se encuentra *SonyReader*, el más antiguo de todos (septiembre 2006), un modelo que parecía no acabar de cuajar, pero que en 2008 ha comenzado a distribuirse en algunos países de Europa y lanzado versiones mejoradas. Además de estos soportes de lectura basados en tinta electrónica, hay en marcha diversas líneas de inves-

tigación de mejora técnicas de papel electrónico flexible, tinta electrónica en color y conectividad a redes. Digna de destacar es la iniciativa impulsada por la organización Pixel Qi para OLPC (*One Laptop per Child*), con el desarrollo de una pantalla mixta, de bajo consumo, bajo coste y que será tanto un monitor de ordenador como un soporte de lectura dependiendo de las condiciones de luz.

Al margen del éxito o el fracaso comercial de estos dispositivos, la aparición de varios modelos en un tiempo tan corto indica que hay una tendencia de los fabricantes a apostar por ellos. Si la objeción al uso del libro digital fuese únicamente la posibilidad de leer en un soporte que no destruya la vista, la tecnología superaría ese obstáculo en poco tiempo.

La segunda objeción apuntada por Eco, mucho más discutible, reside en el hábito, en la costumbre, incluso en la concepción del libro como un objeto fetiche, que incluye la sensación del tacto o el olor unidos a la lectura. Esta justificación tiene un componente generacional evidente. El "problema" del hábito nos puede afectar a todos los que aprendimos a disfrutar de los libros antes de haber visto un ordenador ni imaginado que sería parte de nuestro mobiliario; parece absurdo, sin embargo, explicar "lo difícil que le va a resultar adaptarse a leer en un monitor" a un niño que escribe mejor sobre un teclado que sobre un papel, que no concibe un mundo sin acceso a Internet y que ha crecido con varios soportes electrónicos casi como extensiones de la piel. El escenario será también muy diferente en los países en vías de desarrollo, en los que no existe una industria editorial como la europea (Worldmapper, 2006). Al igual que ocurre con la telefonía, en la que han pasado directamente a la inalámbrica sin pasar por el cable, la digitalización se contempla como una oportunidad para facilitar el acceso de la población a la información. Es muy



Mapa con la distribución de libros publicados por países (número de títulos).

© Copyright 2006 SASI Group (University of Sheffield) and Mark Newman (University of Michigan)

probable que el acceso a la lectura sea mayoritariamente por vía digital. Serán lectores digitales sin esos apegos al papel que tanto nos pesan en Europa.

La pregunta no es si los libros digitales sustituirán a los de papel, sino si los libros digitales serán iguales a los de papel. En el caso de un diccionario, por ejemplo, las diferencias son evidentes, comenzando por el hecho del orden alfabético, absolutamente primordial y necesario en el papel y totalmente irrelevante en una versión digital. Sin embargo, en los libros “para leer” tendemos a pensar en libros digitales como copias exactas de una edición en papel (Kelly, 2006). Los diseños de los dispositivos de lectura se esfuerzan asimismo en imitar al papel, ignorando la tendencia de los usuarios, especialmente los más jóvenes, donde proliferan nuevas formas de lectura. La imitación tendría sentido si sólo se tratase de sustituir la lectura sobre un papel por la lectura sobre una pantalla, pero no es así. Se trata de un nuevo medio, con nuevas reglas y nuevos actores (Ratcliffe, 2008), con cambios que afectan a toda la cadena de creación, edición y distribución.

El libro moderno de papel ha sido, sin duda, uno de los instrumentos más revolucionarios en la historia europea; su aparición fue posible gracias a dos elementos técnicos: el papel hecho de corteza de árbol –mucho más barato

que el pergamino– y las máquinas de rodillos de las nuevas imprentas (Febvre y Martin, 1958). La nueva tecnología permitió industrializar los procesos de edición y favorecer la distribución y comercialización de los libros. No todos admitieron fácilmente los cambios. Muchos copistas del siglo XV seguían defendiendo la perdurabilidad del pergamino frente al nuevo papel, al que consideraban de menor calidad y duración. Tenían razón; cada material nuevo es, en general, menos duradero que el anterior, los pergaminos tienen una vida media mucho mayor que cualquier papel y el papel dura más que cualquier soporte digital. La mejora no estriba en la calidad del ejemplar individual, sino la facilidad para producir múltiples copias. La revolución de los libros de papel no fue únicamente el soporte papel, sino el abaratamiento de la producción, la facilidad de las copias y la posibilidad de la distribución. En definitiva, la facilidad del acceso de amplios sectores de la población a los libros.

El enorme cambio que supuso el desarrollo industrial de los libros cambió totalmente la concepción de los creadores, distribuidores y lectores. Los libros no son ya sólo creaciones para residir en las grandes bibliotecas y ser leídos por eruditos, son también un canal veloz para la transmisión del conocimiento, las ideas o la propaganda; para las grandes obras y para los productos de ínfima calidad.

Se crea una industria real alrededor de los libros, con la aparición de editores, libreros y una nueva definición de autor como creador individual. Lo importante, por supuesto, sigue siendo el contenido, pero los nuevos y modernos soportes propician nuevas formas para crear contenidos antes imposibles.

En el inicio del siglo XXI se está produciendo otra gran revolución que amenaza con cambiar el mundo del libro, no sólo en cuanto al soporte físico, sea este soporte un papel o una pantalla electrónica, sino también a su concepto como libro aislado, delimitado por unas tapas de cartón, con un principio y un fin concretos. El gran cambio no es, pese a las grandes discusiones que suscita, si habrá pantallas que permitan una lectura cómoda o si la sensación de lectura de un libro de papel podrá ser reemplazada por un *chisme* electrónico. El gran cambio no es el paso de letras impresas a bits, sino el paso de libros aislados a libros "conectados", concepto similar al de "versión líquida del libro" de Kevin Kelly (2006) o al "libro abierto" que señalan J. L. González Quirós y K. Gherab (2006), aquél al que se puede llegar mediante infinitas fórmulas (o "conexiones") en oposición al libro cerrado de la era Gutenberg.

El modelo mixto mencionado previamente donde los libros de consulta serán digitales y los de narrativa o ensayo (los "de leer") seguirán siendo leídos en un papel impreso sería un escenario probable si estuviésemos hablando únicamente de una edición digital como versión exacta de su hermana de papel, distribuida en un soporte físico y aislada del resto de los libros. Esta versión del libro digital tendría algunas ventajas: ocuparía menos en nuestras estanterías, podríamos llevarnos de viaje nuestra biblioteca completa, podríamos buscar una palabra o frase concreta en él, o consultar cuantos libros de un autor determinado tenemos. Se podría definir como la versión digitalizada de un libro de papel, con un formato y una tipografía fijas, una imagen fiel del papel impreso al que imita. Tal libro tendría algunas ventajas sobre su hermano de papel, pero seguiría siendo un libro "aislado" y no es ahí donde se encuentra la "gran revolución digital". Incluso sumando a la ecuación el parámetro Internet como canal de distribución global y veloz, este libro seguiría siendo una versión fiel del formato papel a la que se han añadido facilidades de distribución.

Hay otra versión, la realmente diferente y valiosa: el libro interrelacionado con el resto de los libros. Y no sólo con

otros libros, también con las reseñas, críticas especializadas, comentarios informales, referencias de ellos en otros textos, recomendaciones de otros lectores e incluso, con las recomendaciones salidas de un algoritmo de programación avanzada. El valor de la digitalización y la distribución de Internet está en sus enlaces, en la profundidad del contenido y en el acceso a todo tipo de fuentes de información. Las nuevas formas de creación y distribución darán como resultado nuevos tipos de contenido, nuevas formas de distribución que afectarán a la gestión de los derechos de propiedad intelectual (Lessing, 2004) y, necesariamente, nuevos modelos comerciales (Anderson, 2006).

Es obvio que también se verán afectados los sistemas de valoración. Internet es un canal de información denostado por muchos debido a la poca calidad de la información que contiene; esta afirmación simplista se puede aplicar a cualquier medio, papel o digital, pero muestra uno de los cambios más drásticos y menos explorados de la digitalización de la información: el cambio en los sistemas de valoración de la "calidad" de un contenido. El prestigio de un autor o una editorial puede avalar una obra sea cual sea el medio en que se encuentre y los críticos o especialistas en determinadas materias seguirán teniendo influencia en sus respectivos ámbitos. En estos casos, Internet no hará más que facilitar el acceso a todas esas fuentes de información relacionadas. Sin embargo, otras fuentes empiezan a cobrar protagonismo en algunos sectores; fuentes variadas y aparentemente sorprendentes, nuevos actores surgidos fuera de los círculos académicos o comerciales clásicos y otro tipo de fuentes de valoración basados en patrones que establecen la relevancia un contenido en función de las consultas de los usuarios, las recomendaciones de terceros o suma de opiniones anónimas; la gran mayoría de estas técnicas no son novedades, son ampliamente utilizadas los modelos comerciales clásicos, la aportación de la tecnología es la facilidad del acceso y los algoritmos de análisis automático utilizados por la nueva generación de buscadores web y las tecnologías de la recomendación.

Las bibliotecas digitales, a pesar de las discusiones que suscitan y las expectativas que generan, son aún pocas y con funcionalidades limitadas. Las iniciativas en el ámbito comercial son igualmente escasas y proceden mayoritariamente del mundo de la tecnología (Google, Amazon) más que del mundo de las editoriales o librerías. Una selección de tres casos representativos puede dar una muestra de

diferentes tendencias: *Questia*, *Amazon* y "*Google Book Search*".

- *Questia*, la apuesta por la especialización: La biblioteca digital *Questia* está especializada en libros y artículos de ámbito académico con especialización en humanidades. No ofrece libros digitales para descarga, sino acceso a consulta y lectura en línea de los fondos de su base de datos. Ofrece algunos contenidos gratuitos, pero el acceso a la mayor parte de los fondos está restringido para suscriptores en un modelo de tarifa plana mensual o anual. Proporciona herramientas muy dirigidas a la comunidad investigadora, como la generación automática de citas bibliográficas. Otro punto importante es que mantiene la estructura de páginas (y citas) de la publicación de referencia en papel.
- *Amazon*, la librería: *Amazon* es la mayor librería que existe en Internet. En sus inicios vendía libros (papel) editados en EEUU y hasta hace poco vendía únicamente productos en soportes "físicos"; 2007 ha sido el año del gran salto hacia los productos digitales, con la tienda de música lanzada en septiembre y el lector para libros *Kindle* en noviembre. Actualmente vende libros en papel, libros digitales, audiolibros, discos (CD), música en formato digital, películas, series de televisión, etc.; es decir, ofrece un amplio catálogo de productos de cultura y ocio, editados en diferentes partes del mundo y añadiendo a su catálogo de venta directa las ofertas de terceros, como la venta de libros usados de librerías pequeñas o particulares. Toda esta maraña de productos y fuentes de información está "cocinada" con uno de los recursos técnicos más importantes que posee: sus sistemas de recomendación automática. Cuando se accede a la página de un producto de *Amazon*, además de la información del producto, se muestran productos que pertenecen a la misma categoría u otras obras del mismo autor. Hasta aquí, nada que no nos ofrezca una librería "clásica". Después de esto, nos muestra una lista de productos bajo los epígrafes: "quien compra este producto compra también..." o "¿qué han comprado otros clientes después de ver este producto?". Al mismo tiempo, guarda nuestro historial de búsqueda y comportamiento y, no lo dudemos, lo analiza cuidadosamente por métodos automáticos para incorporarlo a sus algoritmos de recomendación. Por último, las reseñas, críticas y valoraciones: nos ofrece las de la editorial, sin resaltarlas especialmente, y destaca, sin embargo, las de los lecto-

res (opiniones que a su vez pueden ser "puntuadas" por el resto de los clientes en base a su utilidad). Tan útiles parecen ser las opiniones de los lectores que *Amazon* ha creado un programa llamado "Amazon Vine" en el que ha seleccionado un grupo de clientes escogidos por la relevancia de sus comentarios; a este grupo le regala copias gratuitas de nuevos productos como forma de fomentar su participación.

En resumen, *Amazon* considera que el valor de una librería está en saber ofrecer el producto más adecuado para cada cliente, en recomendar de la forma más independiente y veraz posible unos productos u otros y, por último, en relacionar unos productos con otros intentando adaptarse a las preferencias del usuario. Y lo hace mediante el uso de las técnicas más avanzadas de lo que viene en llamarse tecnologías de la recomendación.

- "*Google Book Search*" (GBS), el intermediario: Google tiene un único negocio, la venta de publicidad. No crea contenidos, sino que organiza los de otros; crea índices, criterios de valoración, referencias entre diferentes fuentes; su propósito, en sus propias palabras, es "organizar información procedente de todo el mundo y hacerla accesible y útil de forma universal". Parece referirse a *toda* la información y no sólo la digital, también la que ha estado en papel durante años; una buena muestra de ello es el programa de digitalización de libros asociado a GBS, donde no sólo digitaliza, sino que aplica técnicas de reconocimiento de caracteres a los libros digitalizados, es decir, los transcribe a textos que sus herramientas de búsqueda puedan indexar. A Google le interesa el contenido de los libros, no sólo su información de catálogo. El inicio de GBS se componía del potente buscador de Google (buscando dentro de los libros), un buen sistema de visualización y algunos enlaces a editoriales o librerías. Desde entonces, se han ido añadiendo "pequeñas" utilidades que muestran un camino nuevo para el uso de las bibliotecas digitales: ahora permite crear una biblioteca personalizada, leer reseñas de otros usuarios o de web externas, escribir una reseña propia, buscar ejemplares en bibliotecas, consultar otras ediciones, etc. Estas utilidades podrían existir sin necesidad de analizar el contenido del libro, sólo con su información de catálogo sería suficiente, pero GBS también ha añadido otras que relacionan un libro con otros libros en base a su contenido, analizado por medio de algoritmos: referencias de otros libros,

referencias de ese libro en otros, pasajes populares que se repiten en otros libros, referencias en obras académicas, etcétera, y, por último, nos permite "cortar" un trozo de texto y guardarlo, comentarlo o añadirlo a una bitácora, todo ello utilizando otros productos de Google. En definitiva, Google "analizará" nuestro uso y nuestros comentarios para "aprender" de ese libro (y de sus secciones) y relacionarlo con otros contenidos (no sólo libros).

Estos tres modelos son un buen ejemplo de las diferentes posibilidades de los libros digitales. La cantidad de contenido digital que existe y el ritmo de crecimiento hacen totalmente necesarios los servicios de especialización de la información, bien en base a sistemas de búsqueda complejos, tecnologías de la recomendación, algoritmos automáticos mezclados con técnicas de red social o, en un modelo aparentemente más clásico, de bibliotecas muy especializadas dirigidas por expertos en la materia. Los modelos de bibliotecas digitales del futuro no se parecerán a estos, probablemente, sino a una versión mezclada y evolucionada de ellos.

Los cambios en el concepto que los lectores tienen del *libro* son los realmente importantes y profundos. Afectan, por supuesto, a los sistemas de organización de la información establecidos desde ámbitos bibliotecarios o académicos y, especialmente, afectan a toda la industria que existe alrededor del libro (Celaya, 2008). Vender bits y copias de bits en un mundo digital es una tarea difícil, como bien sabe por experiencia la industria de la música o audiovisual. Los modelos de negocio de la industria del libro se basan en la venta de copias de un producto del que, en teoría, no se vende el soporte físico sino el derecho de uso y disfrute del contenido intelectual. En un mundo desmaterializado, donde una copia es una versión idéntica del original y cuyo consumo no es rival del "original", este modelo no funciona. Aprendiendo de las experiencias de otros medios (música y cine) también sabemos que las tecnologías anticopia destinadas a bloquear o controlar la distribución de los contenidos tampoco funcionan durante mucho tiempo. Los modelos incipientes que parecen dar buenos resultados son aquellos que no sólo "venden" contenidos sino servicios de valor añadido asociados a ellos. Por ejemplo, para alguien que busque un libro de lectura fácil, puede ser útil un sistema que fomente y valore los libros según opiniones de los usuarios, filtrados por temática o por gustos similares; para alguien que busque un

título especializado de una temática minoritaria resultará útil la valoración de especialistas en esa materia. Estos modelos son tan diferentes a los actualmente establecidos en el mundo de los libros de papel que no resulta extraña la resistencia de la industria ante un entorno tan diferente y tan difícilmente controlable. La industria editorial parece no reaccionar a estos cambios. Algunos sectores se aferran a que el modelo no cambiará sustancialmente y otros saben que los cambios drásticos se producirán, pero no han encontrado la forma de adaptar su negocio a ellos (Kachka, 2008). Esta diversidad de opinión se aprecia muy claramente en la encuesta realizada en la Feria del Libro de Fráncfort 2008 (*Frankfurt Book Fair*, 2008), donde un 40% piensa que el libro digital superará al tradicional en un plazo de 10 años, mientras que un 30% piensa que eso jamás ocurrirá.

La más que probable generalización de los libros digitales en un futuro no muy lejano, que ya ha comenzado, traerá grandes cambios, y el cambio de hábitos respecto a la lectura de un papel o un soporte electrónico será probablemente el menor de ellos. Los realmente importantes serán los cambios en la forma de usar los libros, en la forma de consultar, buscar, seleccionar, consumir e, incluso, como consecuencia de todo ello, en la forma de crearlos.

No es descabellado pensar que aparecerán nuevas formas de "libro" que aún no imaginamos. ¿Cuántos hubiesen tomado en serio la idea de una enciclopedia creada de anónimas contribuciones de aficionados? Esa idea aparentemente absurda ha dado como resultado la Wikipedia, la gran enciclopedia de Internet. A pesar de las críticas que aún suscita en gran parte del mundo académico, varios estudios la colocan a un nivel similar de calidad que la Enciclopedia Británica (Giles, 2005; *Encyclopædia Britannica*, 2006; *Nature*, 2006)¹ o la alemana Brockhaus (estudio realizado por el "Servicio de Información Científica" de Colonia, diciembre 2007). También es cierto que otros análisis le atribuyen una cantidad de errores inaceptable en muchas materias o falta de completitud en otras. No es previsible que la Wikipedia supere a las grandes enciclopedias en ámbitos especializados, pero, discusiones aparte, hay un hecho que no es rebatible: la Wikipedia es la mayor enciclopedia que existe actualmente y la más consultada; tanto es así que desde septiembre de 2007 figura ya como la mayor fuente de información "en línea" del mundo (*Nielsen/Ratings*, 2007). Es la fuente de información

más accesible que existe, sólo a un "clic de distancia", a diferencia de sus hermanas mayores, mucho más "escondidas" para la mayor parte de los usuarios. Es una nueva forma de "libro", que cambia radicalmente el concepto de enciclopedia: no es el lugar de consulta único de fuente fidedigna, a modo de oráculo. El cambio se propaga al lector: estas nuevas formas de información requieren de una mayor lectura crítica y la capacidad de discernir y contrastar con otras fuentes cuando es necesario. Una nueva forma de escribir, en este ejemplo, enciclopedias, y una nueva forma de consultar.

En lo que respecta a otros tipos de libros, los cambios son menos apreciables todavía y algunos "experimentos" nuevos llaman la atención por lo alejados que se encuentran de nuestro concepto de libro; por ejemplo, en Japón, las listas de grandes ventas de obras de ficción en 2007 han sido ocupadas por un nuevo tipo de novela corta escrita

para ser leída en un teléfono móvil (Norrie, 2007). No es desdeñable pensar que casos similares lleguen a Europa, habida cuenta de que el dispositivo electrónico más exitoso de lectura electrónica no es actualmente ninguno de los e-libros del mercado, sino los iPhone e iPod de Apple (Greenberg & Abels, 2008).

Retomando las conclusiones de Febvre y Martin, las repercusiones que tuvo la aparición del libro impreso en Europa en ámbitos culturales, sociales, políticos y económicos fueron enormes e imposibles de medir con precisión. El libro contribuyó a la creación de un mundo nuevo con una nueva mentalidad. No podemos saber cómo serán las repercusiones de la digitalización de la cultura que se empieza a generalizar actualmente. Dependerán en gran medida de las reacciones de autores, creadores, editores, distribuidores, intermediarios y, lo más importante, de los lectores.

NOTAS

- 1 La enciclopedia británica publicó una lista de objeciones al artículo (http://corporate.britannica.com/britannica_nature_response.pdf) que a su vez fue contestado por *Nature* con una refutación punto por punto a las objeciones (<http://www.nature.com/nature/britannica/index.html>).

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, Chris (2006): "The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More", Hyperion, <http://www.thelongtail.com/>.
- Celaya, Javier (2008): "Claves en la digitalización del libro", Comunicación cultural, Dosdoce, http://www.comunicacion-cultural.com/archivos/2008/06/digitalizacion_3.html.
- Eco, Umberto (2003): "Resistirá", *Página/12*, Argentina, 7 de diciembre de 2003, traducción: Sergio Di Nucci,

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-1101.html>.

Encyclopædia Britannica (2006): "Fatally Flawed. Refuting the recent study on encyclopedic accuracy by the journal *Nature*", *Encyclopædia Britannica, Inc.*, March 2006, http://corporate.britannica.com/britannica_nature_response.pdf.

Febvre, Lucien y Martin, Henri-Jean (1958): *L'apparition du livre*, Paris, Éditions Albin Michel.

FGEE - Federación de Gremio de Editores de España (2007): *Comercio Interior del Libro 2006*, Nueva Imprenta, [http://www.federacioneditores.org/O_Resources/Documentos/Comercio_Interior_2006\(R\).pdf](http://www.federacioneditores.org/O_Resources/Documentos/Comercio_Interior_2006(R).pdf).

Frankfurt Book Fair (2008): "How will digitisation shape the future of publishing?", *Frankfurter Buchmesse*, <http://www.book-fair.com/>.

Giles, Jim (2005): "Internet encyclopaedias go head to head", *Nature*, 438, 900-901, 15 December 2005, <http://www.nature.com/nature/journal/v438/n7070/full/438900a.html>.

Recibido: 7 de diciembre de 2007

Aceptado: 19 de enero de 2008

- González Quirós, José Luis y Gherab Martín, Karim (2006): *El templo del saber: hacia la biblioteca digital universal*, Barcelona, Ediciones Deusto, S.A.
- Greenberg, Andy y Abels, James Erik (2008): "iPhone Steals Lead Over Kindle", *Forbes*, http://www.forbes.com/2008/10/02/stanza-kindle-iphone-tech-personal-cx_ag_ja_1002stanza.html.
- Kachka, Boris (2008): "The End", *New York Magazine*, <http://nymag.com/news/media/50279/>.
- Kelly, Kevin (2006): "Scan this Book!", *New York Times*, 14 May 2006, <http://www.nytimes.com/2006/05/14/magazine/14publishing.html>.
- Lessing, Lawrence (2004): "Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity", Penguin.
- Nature (2006): "Britannica attacks... and we respond", *Nature*, 440, 582, 30 March 2006.
- Negroponte, Michael (1995): *Being Digital*, Hodder & Stoughton. Versión digital: <http://archives.obs-us.com/obs/english/books/nn/bdintro.htm>.
- Norrie, Justin (2007): "In Japan, cellular storytelling is all the rage", *The Sydney Morning Herald*, 3 December 2007, <http://www.smh.com.au/news/mobiles--handhelds/in-japan-cellular-storytelling-is-all-the-rage/2007/12/03/1196530522543.html>.
- Powers, William (2006): "Hamlet's BlackBerry: Why Paper Is Eternal", Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, Harvard University, http://www.hks.harvard.edu/presspol/research_publications/papers/discussion_papers/D39.pdf.
- Ratcliffe, Mitch (2008): "eBooks: The first step of a long change", ZDNet, <http://blogs.zdnet.com/Ratcliffe/?p=372>.