

Breve historia y largo futuro del ebook

Emy ARMAÑANZAS SODUPE

Doctora en Periodismo

emiliana.armananzas@ehu.es

Resumen

El estudio del libro desborda los límites de una sola disciplina ya que se apoya en la economía, la sociología, la literatura; el del libro electrónico (*ebook*), inexcusablemente también en la tecnología. Su historia acaba de empezar aunque su desarrollo ha sido muy rápido, impulsado por los avances tecnológicos que le hacen progresar en la escritura hipermedia, en la edición y comercialización digital y en los dispositivos para su lectura. Su futuro pende de estos factores y no está escrito, como tampoco los efectos que producirá en la sociedad.

Palabras clave: *ebook*, libro electrónico, libro hipermedia.

Brief history and long future of the ebook

Abstract

The study of the book overflows the boundaries of a single discipline as it is based on Economics, Sociology, Literature; the study of the electronic book (*ebook*) also inexcusably on technology. Its story has just begun but its development has been rapid, driven by technological advances that make it progress in hypermedia writing, publishing and digital marketing and devices for reading. Its future depends on these factors and it is not written, nor the effects that occur in society.

Key words: *ebook*, book hypermedia.

Referencia normalizada:

Armañanzas Sodupe, E. (2013) Breve Historia y largo futuro del ebook. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18. N° Especial Diciembre. Págs. 15-26.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. La historia del *ebook* pasa por la tecnología. 3.1. Del *ereader* a la *phablet* 4. La historia del *ebook* pasa por las grandes compañías. 5. La historia del *ebook* pasa por la edición y las ventas. 6. La historia del *ebook* pasa por la lectura y la escritura hipermedia. 7. El largo futuro del *ebook*. 8. Conclusiones. 9. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

La historia del libro electrónico (*electronic book* o *ebook*), llamado también digital, acaba de empezar, desarrollándose a la velocidad del rápido avance tecnológico que le permite progresar en la escritura, edición, comercialización, venta y lectura digital. Una evolución -para algunos, revolución (Armañanzas, 2010a)- que va de la mano también de lo económico y comercial, de factores culturales y sociales, a

través de las modificaciones del modo de escribir y de leer, de nuestra relación con las bibliotecas, de la formación de grupos de lectores y su comunicación inmediata y universal vía Internet, entre otras. Y cuyo efecto, en opinión de autores como Birkets (1999), va a hacer variar el curso natural de la Historia más general.

Por ello, en el estudio del libro electrónico encaja perfectamente la opinión del historiador Robert Darnton (1985) quien afirma que los libros no respetan límites, luego su estudio no puede ser confinado dentro de una sola disciplina ya que ni la historia ni la literatura ni la economía ni la sociología ni la bibliografía pueden hacer justicia a todos los aspectos de la vida de un libro. De ahí que el estudio del *ebook* debe ser multidisciplinar, acogiendo la investigación de la comunicación de masas ya que “el medio libro” se convierte en una pieza importante en las investigaciones desde nuestras Facultades.

Este artículo sobre la breve historia del libro electrónico ha tenido en cuenta, por ello, los avances técnicos que posibilitan la edición y lectura del mismo (IDC, 2013), (Isaacson, 2011) y no ha perdido de vista a las grandes compañías multinacionales (Amazon, Apple, Google, Microsoft) que con su gran potencia de negocio, abarcan todo o buena parte del ciclo del *ebook* (Alonso; Cerdón, 2012). Igualmente, ha puesto la atención en las ventas del *ebook* para apreciar hasta dónde ha llegado el éxito del libro hipermedia (Asociación de Editores Americanos, 2103), (Federación de Editores Europeos, 2013) y si España está al mismo nivel o tiene que renovar sus planteamientos editoriales y comerciales (Informe del Laboratorio de Ideas sobre el Libro, 2013).

El libro electrónico cuestiona los papeles de todos los que intervienen en la creación de un libro y en su oferta al público: autores, editores, distribuidores, librerías, bibliotecas. Al igual que su redacción y lectura digital (Armañanzas, 2010b) ya que aún tiene por delante un largo recorrido para que, de manera general, sea un libro hipermedia (Malagón; Frías, 2004), (Díaz; Catenazzi; Aedo, 1996). Ha introducido también modificaciones culturales y sociales (en la creación y en el consumo) ya que la lectura del *ebook* torna en un hecho compartido, social (Gómez Díaz, 2012: 299). La última palabra sobre el futuro del libro hipermedia no está dicha; depende de todos estos factores, de la respuesta del público en la Red y de los novedosos materiales que van a definir el carácter y la función del *ebook*.

2. Metodología

Este artículo ha tenido en cuenta las monografías y artículos científicos de los autores que ofrecen investigaciones de interés sobre diversos aspectos del libro electrónico, publicados tanto de forma analógica como digital puesto que es frecuente que algunas investigaciones se editen exclusivamente en Internet, más teniendo en cuenta el objeto de este estudio.

Asimismo, se referencian las conclusiones derivadas de estudios, expuestas en congresos sobre el libro electrónico. Así como informes que ofrecen datos actuales de interés sobre el libro digital. Se han tenido también en cuenta textos periodísticos que dan a conocer los nuevos dispositivos y sus aplicaciones y las últimas noticias sobre asuntos que atañen a los libros digitales como, por ejemplo, las recientes compras y fusiones entre grandes multinacionales que hacen cambiar el panorama de la nueva edición. Datos de gran interés que por su inmediatez aún no han tenido tiempo de incorporarse a investigaciones publicadas por revistas académicas. De igual manera atendemos las páginas web con publicaciones de interés para este estudio.

3. La historia del *ebook* pasa por la tecnología

La historia del libro electrónico, que es un libro en formato adecuado para leerse en un dispositivo electrónico o en la pantalla de un ordenador (Real Academia Española, 2013), es aún breve. Cuando los libros se editaban con ordenador ya se escribían en formato digital y así se entregaban al editor aunque sólo sirviera para facilitar el trabajo de su publicación en papel. Esta edición digital se generaliza entre las décadas 70 y 80 aunque, entonces, leer documentos largos en la pantalla de un ordenador era muy incómodo para la vista.

Si bien este primer paso quedaba como un hecho privado entre autor y editor, es el año 1971 el que establece un paso importante en la difusión social del libro electrónico: el proyecto Gutenberg, de Michael Hart, de digitalización de libros ya existentes con el fin de formar una biblioteca digital de acceso gratuito. En 1995, la venta de *ebooks* a través de Internet por parte de Amazon, facilitó también el acceso del lector a los libros electrónicos aunque fueran de pago.

Dentro también del avance tecnológico, tenemos en cuenta la creación *ex profeso* de dispositivos móviles e inalámbricos para la lectura de *ebooks*. Ésta se independizó del ordenador desde que en 1996 aparecieron los primeros lectores electrónicos (*ereaders*) creados para tal fin que han ido mejorando en prestaciones, comodidad y precio. Posibilitaban mejor lectura del *ebook* que en el ordenador al ser inalámbricos, ligeros de peso, reducidos de tamaño y fácilmente transportables. La incorporación de la tinta electrónica (*eink*) a las pantallas de los lectores electrónicos, en 2002, mejoró mucho la lectura de los *ebooks*. Evitaba la necesidad de iluminación posterior para una mejor visualización, el consumo de energía se hacía mínimo y la duración de la batería mayor, lo que permitía hacer dispositivos finos y de poco peso.

De nuevo Amazon impulsó el *ereader* al ofrecer al mercado, en 2007, su lector Kindle, con más prestaciones a menor precio lo que provocó un incremento de las ventas de estos dispositivos y la lectura de *ebooks*. El Kindle contaba con teclado, conexión wifi, memoria de 256 Mb, capacidad para 200 libros (fondo de libros electrónicos de Amazon que dos años después subió a los 400.000), audífonos para escuchar *audiolibros*, pantalla de papel electrónico, acceso a Internet a través de *Whis-*

pernet (conexión que utiliza Amazon de alta velocidad EVDO, que permite navegar, descargar y leer contenidos mientras se viaja). Cuenta de correo electrónico, permitía buscar y comprar libros de la tienda de Amazon, hacer marcaciones y anotaciones durante la lectura, ajustar el texto, consultar el diccionario, leer prensa. Costaba 399 dólares.

3.1. Del *ereader* a la *phablet*

La persona que lee un libro electrónico es la misma que utiliza un ordenador para leer y escribir documentos digitales y para recibir información audiovisual a través de Internet; también se comunica a través de un *smartphone* (teléfono móvil inteligente). Si bien se conoce que en cada lugar y ocasión se utiliza un aparato más que otro, la tendencia de los últimos años es la de ofrecer todas las prestaciones en un único dispositivo que ofrezca movilidad y autonomía junto a amplias prestaciones. De ahí que estén triunfando la tableta (*tablet computer*), los *smartphone* y la novísima *phablet* (acrónimo de *phone* y *tablet*).

Cada vez con mejores prestaciones, están haciendo que el libro electrónico progrese a la vez que relegan al *ereader*. Se utilizan cada vez más para el ocio y el trabajo y permiten el acceso inmediato a información y servicios así como la generación de contenidos. Adoptan el papel de lectores de libros pese a que sus pantallas están adaptadas más a las imágenes que a las letras y sus reflejos impiden la correcta lectura durante horas. Pero continúa la mejora de contrastes, la ampliación del tamaño de las pantallas de los teléfonos inteligentes y el cambio de hábitos de lectura (textos más cortos y más grafismo).

Si bien hubo modelos anteriores de tabletas, fue la iPad de Appel, de 2010, la primera táctil de distribución masiva basada en el exitoso teléfono móvil iPhone, de la misma compañía. De poco peso (600 gr) y pantalla LCD (*Liquid Crystal Display*) permite conexión a Internet, juegos, vídeos, mapas, teclado virtual. Un año después, salieron la iPad2 y la BlackBerry Play Book, ligeras, con dos cámaras y USB.

Steve Jobs, *alma mater* de Apple, auguraba la muerte del *netbook* (ordenador portátil pequeño), entonces aún en boga, y del *ereader*. El *miniportátil* ha desaparecido y el lector electrónico languidece: sus ventas han bajado un 28% en 2012 en todo el mundo hasta los 19,9 millones de unidades (IDC, 2013). La variedad de modelos y la rebaja de precios -a menos de 69 euros actuales del Kindle de Amazon- no evitan la caída. Se sabe que la compañía pierde dinero en estas ventas pero lo que le importa son los contenidos para lograr un gran mercado de público lector de libros electrónicos. Por su parte, Barnes & Noble lanzaba el NookColor, el primer lector electrónico a color con sistema operativo Android.

La rápida propagación de la tableta se debe a sus ventajas sobre el ordenador: baterías de más duración, entorno táctil por lo que no necesita ratón, interacción con diferentes teclados, facilidades para la edición de imágenes y la realización de dibujos. En contra tiene la lentitud de la escritura a mano, la menor capacidad de video y su precio. Steve Jobs veía claro lo que las tabletas necesitan: “*ofrecer un uso todavía*

más fácil e intuitivo que los propios ordenadores personales, y aquí el software, el hardware y las aplicaciones necesitan estar interrelacionadas de forma todavía más integral que un PC” (Isaacson, 2011: 657).

De hecho, las ventas de los ordenadores de sobremesa han bajado de 148,2 millones, en 2012, a 134,4 millones, en 2013. Y los portátiles, de 201 millones, en 2012, a 181 millones en 2013. Las razones de estas cifras las establece Jay Chou, analista de IDC (2013), en que el “*precio y desempeño se han vuelto más atractivos*” en la tableta que en el ordenador. Apoyados por la banda ancha y la computación en la nube, como nueva forma de alojar programas, sistemas operativos y archivos a la que se puede acudir desde cualquier dispositivo, las tabletas y los *smartphones* ofrecen mejor conexión a Internet, menos peso, más autonomía y comodidad para leer.

A ellos se suma la nueva *phablet* (acrónimo de *phone* y *tablet*), en español *tablefono* o *tabletéfono*, con pantalla táctil entre 5 y 7 pulgadas que combina las funcionalidades y capacidades de un teléfono inteligente y una tableta, como las Samsung Galaxy Note I y II (con estilete digital S-Pen), el LG Optimus Vu, el Intuition, el Micromax canvas2 A110 A101, el Neo N003 y el Huawei Ascend Mate.

4. La historia del *ebook* pasa por las grandes compañías

Son grandes compañías como Amazon, Apple, Google, Microsoft, entre otras multinacionales que ya operan en Europa y en España, las que llevan a cabo el grueso del negocio editorial del *ebook*. Abarcan todo o buena parte del ciclo del libro electrónico ya que su volumen y diversificación y su ingeniería financiera para reducir sus cargas impositivas se lo permiten, aun con riesgo de acabar en los juzgados. Con tal potencia, se entiende que estén poniendo en peligro la supervivencia de editoriales más modestas en capacidad de negocio.

Están digitalizando inmensos fondos, cuentan con buscadores, librerías *online*, plataformas de comercio electrónico y participan también en el ámbito tecnológico, lo que les permite establecer estrategias de comercialización muy competitivas. Ante esta posición dominante, los pequeños editores, distribuidores y librerías perciben con certera preocupación su futuro; algunos ponen empeño en organizarse y convivir con los grandes; otros ven muy difícil su sobrevivencia, e, incluso, llegan a desaparecer.

Las estrategias empresariales de los grandes, en ocasiones la ejercen para competir entre ellos y ganarse mercado unos a otros. Amazon con su Kindle y su tienda virtual, la mayor que existe que ya vende más libros electrónicos que en papel, puso en cuestión el negocio tradicional del libro. Ayudó a la rápida comercialización del *ebook*, cada vez más barato, provocando que importantes protagonistas del negocio abandonaran, como la cadena de librerías Border. Afirman Alonso y Cordón (2012: 130): “*Amazon acapara todos los roles de la cadena editorial: es editor, agente, distribuidor, plataforma de ventas y librero*”. Tiene en catálogo 2,5 millones de libros, entre

ellos, descatalogados y fondos de librerías, títulos en español y el mayor catálogo en catalán, euskera y gallego. Asimismo, casi medio millón de CDs, 150.000 DVDs y 15.000 videojuegos.

Amazon controlaba, en 2009, el 90% del mercado de productos electrónicos gracias a su lector Kindle y a los bajos precios que estableció para todos los *ebooks*: 9,99 dólares (7,5 €). Fue entonces cuando Apple violó las reglas de la competencia al tratar de pactar con los cinco mayores editores - Penguin, Hachette, HarperCollins, Simon & Schuster y MacMillan- la subida del precio de los libros que iban a vender en el iBookstore, según la acusación de un juzgado de Nueva York (García, 2013).

Por su parte, Google, sometida a litigios por conculcación de derechos de autor, digitalizó fondos de bibliotecas para ponerlos a disposición de los usuarios. En 2010 lanzaba Google eBooks, la mayor librería digital existente que supera los 3 millones de títulos clásicos y *bestsellers* para leerse en cualquier dispositivo móvil. La mayoría en inglés y gratis; minoritariamente, en español y de pago (unas 300.000 obras).

Otra de las grandes, Microsoft, para aumentar las ventas de aparatos con sistema operativo Windows, necesita ampliar sus utilidades, como una biblioteca digital al modo de las de Apple, Google y Amazon. De ahí que haya ofrecido mil millones de dólares por Nook, la división de libros electrónicos de la cadena de librerías Barnes&Noble (*El País*, 2013). Ya en 2012, Microsoft se hacía con el 17% de Barnes&Noble, pero el actual acuerdo incluirá lectores electrónicos, tabletas y el fondo de catálogo de libros electrónicos. En 2014, las tabletas Nook que Barnes&Noble lanzó para competir sobre todo con el Kindle, dejarán de funcionar con sistema Android para incluir el Windows 8.

Se ha propuesto también potenciar el sistema operativo Windows Phone para lo cual ha anunciado la adquisición de las patentes y negocios de móviles de la finlandesa Nokia, prevista para el primer trimestre de 2014, por la que pagará 5.440 millones de euros (Sánchez, 2013). Una compra similar a la que Google (creador del sistema operativo Android) realizó adquiriendo Motorola (fabricante de teléfonos) en 2011. Operaciones lógicas en un sector tecnológico que integra dispositivos portátiles, sistemas operativos, aplicaciones y otros servicios y contenidos como los *ebooks*.

5. La historia del *ebook* pasa por la edición y las ventas

La introducción del libro electrónico en la sociedad es un hecho irreversible. Estados Unidos es el país que mejor lo ha acogido; ya recauda el 20% del sector, cuando hace sólo una década suponía el 0,05%. En 2012 el *ebook* ingresó allí 3.000 millones de dólares, un 44% más que el año anterior (Asociación de Editores Americanos, 2103).

En Europa, la publicación digital no ha dejado de crecer desde 2004: son 530.000 los títulos editados en 2011. Pero las ventas digitales del sector editorial en 2012 son

menores que en Estado Unidos. En Reino Unido, mercado de vanguardia en Europa, alcanzaron el 12%, mientras que en Alemania, Francia, Italia o España oscilan entre el 1% y el 3%. Tampoco hay que obviar que en el sector libro, en el que ahora trabajan 135.000 personas en Europa, se han perdido 10.000 empleos entre 2004 y 2011 (Federación de Editores Europeos, 2013).

La Unión Europea tampoco es homogénea en el IVA del libro electrónico desde que Francia lo estableció en el 7%, que luego bajó al 5,5%, y Luxemburgo, en el 3%, en lugar del tipo general que le corresponde, el 19,6% (Mora; Doncel, 2013). La Comisión Europea llevó el tema ante los tribunales a la vez que pretende igualar los impuestos del libro de papel y del digital pero en todos los países a la vez. Asimismo modificará la recaudación por la venta de productos digitales: si hasta ahora recauda el país vendedor (de ahí que Amazon eligiera como sede Luxemburgo) se pretende que a partir del 2015 sea el país del comprador el que lo haga.

El sector del libro en España no es muy optimista; se muestra desconcertado por el nuevo panorama socio-comercial, sobre todo debido a las descargas ilegales, el precio de los derechos de autor, la fiscalidad desigual respecto de los proveedores extranjeros y las demandas de contenidos del público. El Informe del Laboratorio de Ideas sobre el Libro (2013) pone de relieve que en el sector español del libro “*no hay una apuesta clara por la transformación necesaria para integrarse de lleno en el escenario digital*” y que existe una “*clarísima limitación técnica y tecnológica por parte de las editoriales para posicionarse y vender en la red*”. Detecta también una “*falta de recursos para invertir en un gran proyecto de reformulación del modelo de negocio*” así como de formación reglada sobre edición. Ve, también, imprescindibles la “*profesionalización, competitividad y estrategia*” para crear, fortalecerse y también potenciar el mercado iberoamericano de la edición.

Las editoriales en España tienen que renovar sus negocios. Deberían aceptar la impresión bajo demanda que ahorra a las editoriales muchos costes; la venta en librerías digitales y un marketing más eficaz desde la Red. Tendrán que determinar qué fondo editorial digitalizarán, a quiénes contratarán para crear nueva obra digital, fijar los precios de los libros para que sean competitivos y los derechos de autor para satisfacer a los creadores. Para estos fines, el estudio recomienda externalizar algunas tareas y la formación profesional de empleados editoriales.

Es imprescindible la presencia de las editoriales en las redes sociales para ser escaparates publicitarios con información sobre novedades y otros libros similares, recomendaciones a los lectores, relación con foros literarios y ofrecimientos de servicios como críticas de expertos junto a opiniones del público lector, entre otros. Más teniendo en cuenta que la web 2.0 está activando los hábitos de los usuarios que forman foros de encuentro entre creadores y público donde se intercambian datos y opiniones sobre escritura y otros temas. Asimismo, la lectura compartida o social permite que distintos lectores sepan qué leen los demás y qué les parece esa lectura a través de notas, subrayados o comentarios (Gómez Díaz, 2012: 299).

6. La historia del *ebook* pasa por la lectura y la escritura hipermedia

Cada vez es más frecuente que las editoriales vuelquen la edición de un mismo libro del papel a la versión electrónica, que se llamará *ebook*, al igual que el libro que vive exclusivamente dentro del sistema digital sin que tenga su réplica analógica. Pero esta duplicidad sólo puede ser considerada como un paso intermedio entre los libros publicados solo en papel y los digitales que nunca estarán físicamente en las librerías y que aún son escasos.

La corta historia del *ebook* tiene ya que “escribirse”, “crearse” más frecuentemente y en exclusiva con materiales pensados para un medio electrónico. Así el concepto de *ebook* tornará por derecho en libro hipermedia (multimedia con hipertexto), al ofrecer contenidos más propios del ámbito digital donde se desarrolla, más completo y útil para el ocio, la investigación, la formación y la docencia.

Mientras unos se refieren a la evolución del libro electrónico, aquí preferimos hablar de revolución en el ámbito de la edición (Armañanzas, 2010a). Entre las modificaciones de los papeles de los protagonistas del *ebook*, el autor a veces se convierte en editor con la autoedición y en vendedor directo de su obra en Internet. Por el contrario, el editor torna en autor, planificando y posibilitando contenidos, función que antes correspondía exclusivamente al creador. Estos cambios en el negocio editorial así como en la distribución y venta de libros harán sucumbir a los que no acierten en un ámbito que se ha vuelto muy complejo dado que cada modificación en un sector aboca al resto a rápidos replanteamientos.

El lector considera importante que el acceso al libro digital sea fácil, rápido, extenso, inalámbrico, barato, posible desde cualquier dispositivo, que se pueda repetir, imprimir, “que nos lo guarden” en la nube o en la biblioteca digital en vez de almacenarlo nosotros. Además, estamos viviendo una nueva alfabetización marcada por los adelantos tecnológicos por la que estamos empezando a leer y a escribir de diferente forma.

El *ebook* se hace hipermedia, es decir, multimedia al combinar texto, sonido (palabra, música) e imagen (dibujos y fotografías, despletables, video, animación). Es hipertextual, al utilizar enlaces con otras partes del texto y con otros contenidos fuera del *ebook*, rompiendo la linealidad del discurso. Hay autores (Malagón; Frías, 2004) y (Díaz; Catenazzi; Aedo, 1996) que en sus clasificaciones incluyen también los llamados “libros inteligentes”, que incorporan técnicas de inteligencia artificial, y “libros telemáticos”, capaces de participar en teleconferencias, correos electrónicos y acceso a recursos como bibliotecas digitales.

El lector, al recorrer su personal itinerario activando determinados enlaces entre todos los ofrecidos por el autor, se convierte a la vez en creador. Entonces, la lectura de un *ebook* dependerá de cada lector, de su interés, de su tiempo, de su inteligencia y de la cultura que tenga que le hará ser más o menos ambicioso a la hora de hacerse preguntas y de desplegar los posibles contenidos para responderse. A medida que aumentan las capacidades técnicas digitales, se incrementan las de las personas

siendo capaces de hacer acopio de más información en menos tiempo. Pero la mera acumulación de datos no es suficiente, se trata de convertir la información en conocimiento (Armañanzas, 2000).

Con el libro hipermedia (de orden literario, académico, técnico o especializado) podemos leer y estudiar de manera más profunda al acceder desde la misma pantalla a otros títulos, a documentos actuales o anteriores, música y vídeos para completar nuestra lectura y aprendizaje. Podríamos hablar de “lectura audiovisual”. El lector de *ebooks* deja su papel pasivo para intervenir en la formulación final del contenido a través de la propia elección de enlaces con la profundidad y orden que desee, trazándose su propio camino. En el *ebook* se oponen la unidad de sentido y lo polivalente; lo lineal y lo abierto. Presenta una narración que favorece la pluralidad de discursos, en lugar de una expresión definitiva, y libera al lector del dominio del autor; pierde su certidumbre canónica (Armañanzas, 2010b).

Desde el punto de vista del autor, ante la complejidad técnica y de contenido del nuevo libro que se está creando, necesitará apoyo de diversos profesionales de imagen, sonido, ilustradores, diseñadores y de las editoriales encargadas de la edición del *ebook*. Al autor se le podrá exigir la mejora de su *ebook* a medida que pueda crecer o que se detecten carencias a través de la demanda. Es decir, estaríamos hablando de un “libro vivo” por el enriquecimiento continuo de la obra o de renovadas ediciones del texto original además de por esa continua recreación de la obra a través de la propia lectura de cada lector (Armañanzas, 2010b).

7. El largo futuro del *ebook*

La rapidez e intensidad de los cambios en el entorno digital auguran un largo futuro del libro electrónico porque ya es irreversible aunque adopte formas diferentes. La técnica tiene mucho que decir en esa evolución, más cuando la nueva generación de dispositivos electrónicos estén fabricados con grafeno, un material de alta conductividad térmica y eléctrica, transparente, extremadamente fino, resistente por ser casi tan duro como el diamante y flexible para el papel electrónico cuyos primeros prototipos se esperan para 2015 (Guerrero, 2013).

O hechos con nanocelulosa, extraída de cualquier fibra de celulosa, con propiedades de ligereza, transparencia, resistencia y excelente conductividad eléctrica (Tecayehualt, 2013). Sendos materiales se presentan como ideales para fabricar dispositivos de lectura multimedia ligeros y que podrán enrollarse, que ofrecerán una comunicación de calidad e instantánea, sin enchufes (baterías de larga duración) y buena visibilidad en sus pantallas, con la posibilidad de producirlos en masa a bajo coste.

Pero no solo cambiarán los dispositivos en este tercer momento cultural que vivimos, el electrónico, tras el oral y el escrito. En opinión de Birkets (1999: 97), no habrá más Historia a la manera tradicional ya que “El modo en que recibimos la

información determina nuestras maneras de experimentar e interpretar la realidad”. Y porque, en su opinión, gran parte de los hechos relevantes tendrán lugar fuera del eje espacio-tiempo, en el ciberespacio, entre cifras.

8. Conclusiones

1. La corta historia del *ebook* camina de la mano de la evolución (o revolución) tecnológica de los dispositivos de escritura y lectura digital así como de la edición y comercialización del libro electrónico en la Red. Igualmente, de los progresos para lograr una lectura y escritura que sea hipermedia de manera general y del devenir de las compañías multinacionales que se ocupan de todo el ciclo del libro.

2. La breve historia del libro electrónico no ha mostrado aún sus efectos en la sociedad, pero recibir la información de diferente manera; escribir y leer de otra forma harán que varíe nuestra interpretación de la realidad.

9. Referencias bibliográficas

Libros

BIRKERTS, S. (1999). *Elegía a Gutenberg. El futuro de la lectura en la era electrónica*. Madrid: Alianza Editorial.

DÍAZ, P.; CATENAZZI, N.; AEDO, I. (1996). *De la multimedia a la hipermedia*. México: Alfaomega.

ISAACSON, W. (2011). *Steve Jobs: la biografía*. México: Debate.

Capítulos de libros

ALONSO ARÉVALO, J.; CORDÓN, J. A. (2012). “El fenómeno amazon.com: la gestación del conocimiento basado en la confianza del cliente y el beneficio de la organización”. En CORDÓN GARCÍA, J. A. *et al.* (coords.) (2012). *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento. Mercado, servicios y derechos*. Madrid: Pirámide, pp. 129-140.

DARNTON, R. (1985). “What is the History of Books?”. En DAVISON, C. N. (ed.). *Reading in America: Literature and Social History*. Baltimore: John Hopkins University Press.

GÓMEZ DÍAZ, R. (2012). “La evaluación de las aplicaciones de lectura”. En CORDÓN GARCÍA, J. A. *et al.* (coords.). *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento. Mercado, servicios y derechos*. Madrid: Pirámide, pp. 291-304.

Revistas científico-profesionales

ARMAÑANZAS, E. (2000). “Información y conocimiento, dos planos en los que estar”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 6. Madrid: Servicio de Publicaciones Universidad Complutense, pp. 351-353.

Publicaciones web

ARMAÑANZAS, E. (2010a). “La revolución del libro multimedia”. En *Actas del XXV Congreso Internacional de Comunicación “Modelos de negocio para una economía digital: El valor de los contenidos”*. Universidad de Navarra, 25 y 26 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://www.unav.es/comunicacion/cicom/ediciones.../CICOMXXVResumenes.pdf>

ARMAÑANZAS, E. (2010b). “El libro electrónico, una gran herramienta para la cultura y la educación”. En *Actas del Congreso Euro-Iberoamericano. Alfabetización mediática y culturas digitales*. Sevilla, 13 y 14 de mayo. Disponible en: <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/.../El%20libro%20electrónico,%20una%20gran%20herramienta%20para%20la%20educación.pdf/>. [10-08-2013].

ASOCIACIÓN DE EDITORES AMERICANOS (2103). *Informe BookStats*. Disponible en: <http://www.bookstats.org/pdf/BookStats-Press-Release-2013-highlights.pdf/>. [25-06-2013].

DOSDOCE.COM (2012): *Cronología de la edición digital*. Disponible en: <http://www.dosdoce.com/>. [10-07-2013].

FEDERACIÓN DE EDITORES EUROPEOS (2013). *Encuentro de editores Europeos*. Disponible en: http://encuentro_editores_europeos.fundaciongsr.com/. [20-08-2013].

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2012). *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros de 2012*. Disponible en: http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/130207NPR-FGEE-BarometroHabitodeLectura2012.pdf. [07-07-2013].

IDC (2013). *El mercado del PC se encuentra en descenso*. Disponible en: http://www.rpp.com.pe/2013-09-02-el-mercado-del-pc-se-encuentra-en-descenso-segun-idc-noticia_627254.html. [04-09-2013].

LABORATORIO DE IDEAS SOBRE EL LIBRO (2013). *Primera oleada sobre el panorama del libro en España. Informe 2013*. Disponible en: <http://laboratoriodelibro.com/project/informe-primera-oleada-sobre-el-panorama-del-sector-del-libro-en-espana.pdf>. [03-07-2013].

MALAGÓN HERNÁNDEZ, M. J. y FRÍAS CABRERA, Y. (2004). *El libro electrónico: el caso de tecnologías de información y las comunicaciones*. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos31/libro-multimedial/libro-multimedial.shtml/>. [10-06-2013].

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2013). *Propuesta para la XXIII edición del Diccionario de la Real Academia Española*. Disponible en: <http://www.rae.es/>. [02-08-2013].

- SÁNCHEZ, J.M. (2013). *El gigante de software estadounidense se hace con la que fuera la primera compañía mundial en la venta de estos dispositivos para competir en un sector cada vez más integrado y espera triplicar la cuota de mercado de Windows Phone en 2018*. Disponible en: <http://www.abc.es/tecnologia/moviles/20130903/abci-microsoft-compra-nokia-millones-201309030754.html/>. [04-09-2013].
- TECAYEHUALT, E. (2013). *Conoce siete increíbles usos de la Nanotecnología*. Disponible en: <http://es.gizmodo.com/conoce-los-increibles-usos-para-la-nano-celulosa-471784673>. [17-06-2013].

Diarios

- EL PAÍS (2013). *Microsoft ofrece mil millones por los e-books de Barnes and Noble*. Disponible en: http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2013/05/09/actualidad/1368088144_806656.html/. [10-06-2013].
- GARCÍA, C. (2013). *Comienza el juicio contra Apple por subir los precios de los 'e-books'*. Disponible en: <http://cultura.elpais.com/tag/fecha/20130603/>. [07-07-2013].
- GUERRERO, T. (2013): "La revolución del grafeno". En *Nanotecnología. Extra. El Mundo*, 28 de mayo, pp. 1-3.
- MORA, M. y DONCEL, L. (2013). *Bruselas castiga a Luxemburgo y Francia por el IVA del libro digital*. Disponible en: <http://cultura.elpais.com/tag/fecha/20130222>. [10-06-2013].

La autora

Emy Armañanzas, licenciada en Periodismo por la Universidad de Navarra. Doctorada en la Universidad del País Vasco, es profesora titular en esta institución.

Líneas de investigación: Periodismo Cultural, Periodismo de Opinión y Periodismo Electrónico.

Entre otras publicaciones:

- (2013): Suplementos culturales. Bilbao: Universidad del País Vasco ehupress.
- et al. (1996): *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel.
- (2012): «Docencia del ciberperiodismo: estrategias para una simulación eficaz». *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 18, número especial de octubre, pp.77-85.
- (2000): «Opinión en el periodismo electrónico: El País, El Mundo y ABC». *Estudios sobre el mensaje periodístico* 6, Madrid, pp. 289-306.