

Índice

Introducción. Aventuras, inventos y mixtificaciones del libro electrónico <i>(José Antonio Cerdón-García y Carlos García-Figuerola)</i>	19
1. Introducción	19
2. Internacionalización y concentración de la actividad editorial	19
3. Homogeneización de los patrones culturales y hábitos de consumo	22
4. «Bestsellerización» de los patrones de producción y consumo	22
5. Existencia de dos tipos de mercado netamente diferenciados	24
6. Importancia creciente de redes sociales como sistema de valoración, comunicación y difusión de la información	25
7. Desarrollo de un nuevo concepto de libro y de un nuevo concepto de lectura	27
8. Sistemas abiertos de edición frente a procesos cerrados y concluyentes	32
9. Desagregación de los eslabones tradicionales de la cadena editorial y desarrollo de nuevos roles y fórmulas de publicación	35
10. Progresiva digitalización de la sociedad en todas sus manifestaciones	40
Bibliografía	45

PARTE PRIMERA

Modelos de negocio, mercado y servicios

1. Tendencias digitales en el mundo del libro <i>(Javier Celaya)</i>	51
1.1. Introducción	51
1.2. Los dispositivos transformarán nuestros hábitos culturales	52
1.3. Sistemas de recomendación basados en el concepto de «lectura compartida»	52
1.4. Auge de las tecnologías sensoriales	53
1.5. Nuevas formas de escritura: narrativas transmedia y <i>crossmedia</i>	54
1.6. Diferencias con las narrativas <i>crossmedia</i>	54
1.7. Contenido generado por el usuario	55
1.8. Auge del <i>crowdfunding</i> : hacia una cultura más compartida	56
1.9. Acceso abierto: el valor del contenido libre	56
1.10. Cohabitación del <i>copyright</i> con el <i>copyleft</i>	57
1.11. <i>Mash-up</i> : los contenidos y las aplicaciones se remezclan	58
1.12. Cultura remix	58
1.13. Apuesta por la autoedición	59

1.14.	Los medios de comunicación se convierten en editores	60
1.15.	Cultura 2.0: más allá del marketing en las redes sociales	60
1.16.	Cambio de modelo en el sector cultural: del B2B al B2C.....	61
1.17.	Irrupción del comercio electrónico móvil	62
1.18.	Pantallas táctiles en los puntos de venta	63
1.19.	La irrupción del reconocimiento facial.....	63
1.20.	Venta directa en Internet: más allá de la transacción comercial.....	64
1.21.	Metadatos: ventaja competitiva del siglo XXI	65
1.22.	Fragmentación del contenido	66
1.23.	Micropagos.....	66
1.24.	La cultura estará en la nube	67
1.25.	Nuestra privacidad será la principal moneda de cambio en la Red.....	67
1.26.	Convertir las bibliotecas en puertos seguros.....	68
1.27.	Conclusión	68
2.	<i>Self-publishing: ¿tsunami o «business as usual»? (José Afonso Furtado)..</i>	69
2.1.	Introducción	69
2.2.	Historia del self-publishing: autoedición, edición de autor, Vanity Press	71
2.3.	El nuevo paradigma de la edición y el vértigo del self-publishing	75
2.4.	Conclusión	84
	Bibliografía	89
3.	<i>Notas para una estrategia editorial y de contenidos digitales (Alberto Vicente y Silvano Gozzer)</i>	93
3.1.	Introducción	93
3.2.	Primera parte. La oferta	95
3.2.1.	Los autores.....	96
3.2.2.	La edición	96
3.2.3.	La publicación.....	97
3.3.	Segunda parte. La demanda	99
3.3.1.	La lectura digital.....	99
3.3.2.	La búsqueda de contenidos.....	100
3.3.3.	Leer y compartir (2.0)	101
3.4.	Tercera parte. El mercado.....	102
3.4.1.	Los canales.....	103
3.4.2.	La promoción.....	104
3.4.3.	El precio.....	105
4.	<i>Plataformas de comercialización de libros electrónicos (Marina Borrell) .</i>	107
4.1.	Introducción	107
4.2.	Análisis de las plataformas de comercialización.....	108
4.3.	Análisis de los datos ofrecidos en los libros electrónicos.....	115
4.4.	Disponibilidad de libros electrónicos en castellano	121
4.5.	Conclusiones	125
	Bibliografía	127

5.	El fenómeno Amazon.com: la gestión del conocimiento basado en la confianza del cliente y el beneficio de la organización (Julio Alonso Arévalo y José Antonio Cordón-García).....	129
5.1.	Introducción.....	129
5.2.	Segmentación y diversificación.....	131
5.3.	Globalización.....	132
5.4.	Integración vertical.....	133
	Bibliografía.....	139
6.	Diagnóstico del mercado de contenidos digitales infantiles y juveniles en España (Araceli García Rodríguez).....	141
6.1.	Introducción.....	141
6.2.	La edición digital en cifras.....	141
6.3.	Barreras para el desarrollo del mercado.....	145
6.4.	Productos, iniciativas y proyectos.....	148
6.4.1.	Para todas las edades.....	149
6.4.2.	Niños hasta 8 años.....	150
6.4.3.	Niños a partir de 8 años.....	153
6.4.4.	Jóvenes lectores.....	154
6.5.	Conclusiones.....	155
	Bibliografía.....	157
7.	La promoción del libro electrónico (Asunción Escribano).....	159
7.1.	Introducción.....	159
7.2.	El contexto de la promoción editorial electrónica.....	159
7.3.	Los actores de la promoción editorial electrónica.....	161
7.3.1.	El autor.....	161
7.3.2.	El editor.....	162
7.3.3.	El distribuidor.....	162
7.3.4.	El crítico.....	163
7.3.5.	El librero.....	163
7.3.6.	El lector.....	164
7.4.	La nueva retórica promocional de la edición electrónica.....	164
7.4.1.	La imagen del lector.....	164
7.4.2.	Modos frecuentes de argumentación.....	167
7.4.3.	Los tópicos del libro.....	169
7.5.	Los nuevos canales y formatos de la promoción editorial electrónica. el booktrailer.....	174
7.6.	Conclusiones.....	178
	Bibliografía.....	188

PARTE SEGUNDA
El libro electrónico y la lectura

8. La formación en competencias informacionales para el ejercicio de la lectura digital (María Pinto)	183
8.1. Introducción.....	183

8.2. Competencias y lectura digital.....	183	11.2. Las competencias del siglo XXI.....	240
8.2.1. Sobre la lectura digital.....	184	11.3. El lugar de los libros electrónicos.....	246
8.2.2. Competencias informacionales e informáticas.....	185	11.4. Conclusiones.....	248
8.2.3. Variables.....	187	Bibliografía.....	249
8.2.4. Taxonomía.....	187		
8.3. La formación en competencias informacionales en el marco universitario.....	189	12. Dispositivos de lectura de libros electrónicos (Ángel F. Zazo Rodríguez).....	251
8.3.1. La importancia de la autoevaluación.....	189	12.1. Introducción.....	251
8.3.2. Instrumentos para la evaluación de competencias.....	190	12.2. Evolución.....	252
8.4. Propuestas formativas para la docencia y el aprendizaje.....	192	12.3. Papel electrónico.....	255
8.4.1. Diseño.....	192	12.4. Tinta electrónica en color.....	258
8.4.2. Relevancia para la docencia y el aprendizaje.....	193	12.5. Características de los lectores de libros electrónicos.....	259
8.5. Conclusiones.....	195	12.5.1. Tamaño y peso.....	259
Bibliografía.....	196	12.5.2. Pantalla.....	260
		12.5.3. Memoria de almacenamiento.....	261
9. La evolución de la lectura en la era digital (Olivia Jarvio Fernández).....	199	12.5.4. Sistema operativo, memoria y procesador.....	262
9.1. Introducción.....	199	12.5.5. Batería.....	263
9.2. Desarrollo tecnológico.....	199	12.5.6. Funcionalidades.....	263
9.3. Evolución de los nuevos soportes digitales.....	202	12.6. Modelos.....	266
9.4. Evolución de la lectura.....	207	Bibliografía.....	268
9.4.1. La lectura hoy.....	208		
9.4.2. Nueva generación.....	213	13. Formatos, estándares y conversión de libros electrónicos (José Luis Alonso Berrocal).....	269
9.4.3. Educación.....	215	13.1. Introducción.....	269
9.5. A modo de conclusión.....	217	13.2. Formatos propietarios frente a formatos abiertos.....	270
Bibliografía.....	217	13.2.1. Principales formatos.....	270
		13.2.2. Formatos abiertos.....	272
10. Lectura de prensa en dispositivos móviles (Javier Guallar y Pere Masip).....	219	13.3. Las tablets.....	278
10.1. Introducción.....	219	13.4. El estándar EPUB.....	280
10.2. La lectura de prensa de la era <i>pre</i> PC a la era <i>pos</i> PC.....	219	13.4.1. Estructura de los documentos EPUB.....	280
10.2.1. Lectura de prensa en la era <i>pre</i> PC.....	219	13.5. Herramientas de trabajo con EPUB y de conversión.....	283
10.2.2. Lectura de prensa en la era del PC.....	220	13.6. El nuevo estándar EPUB 3.....	287
10.2.3. Lectura de prensa en la era <i>pos</i> PC.....	221	Bibliografía.....	289
10.3. Dispositivos móviles y consumo mediático.....	222		
10.4. Hacia un modelo de negocio.....	225	14. La evaluación de las aplicaciones de lectura (Raquel Gómez Díaz).....	291
10.4.1. Publicidad y móviles.....	226	14.1. Introducción.....	291
10.4.2. Quioscos digitales.....	227	14.2. Criterios para la evaluación de las aplicaciones de lectura.....	292
10.5. Contenidos y servicios.....	227	14.2.1. Dispositivos.....	292
10.5.1. Diarios.....	228	14.2.2. Sistema operativo.....	294
10.5.2. Quioscos digitales.....	229	14.2.3. Formatos.....	294
10.5.3. Agregadores para dispositivos móviles.....	231	14.2.4. Contenidos.....	294
Bibliografía.....	236	14.2.5. Acceso mediante voz.....	296
		14.2.6. Formateo del texto.....	297
11. Las competencias del siglo XXI y el lugar de los libros electrónicos (Joaquín Rodríguez).....	237	14.2.7. Guardar configuraciones.....	297
11.1. Introducción. Poner las cosas en su sitio.....	237	14.2.8. Navegación por el libro.....	297

14.2.9.	Anotaciones.....	297
14.2.10.	Conexión a contenidos	298
14.2.11.	Organización de la colección	298
14.2.12.	Almacenamiento.....	298
14.2.13.	Redes sociales	299
14.3.	<i>Check list</i> para evaluar las aplicaciones de lectura	299
14.4.	Ejemplos de aplicaciones en función del contenido	299
14.4.1.	Para la lectura de libros	299
14.4.2.	Para la lectura de artículos	302
14.4.3.	Para la lectura de periódicos.....	303
14.4.4.	Para la lectura de revistas	303
14.4.5.	Para la lectura de cómics	303
14.4.6.	Para la lectura de contenidos sindicados	303
14.5.	A modo de conclusión	304
	Bibliografía	304
15.	A prueba de futuro: la investigación de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez sobre la lectura digital (<i>Luis González Martín y Javier Valbuena Rodríguez</i>).....	305
15.1.	Motivos y objetivos de la investigación	305
15.2.	La investigación paso a paso	308
15.2.1.	La metodología de investigación	311
15.2.2.	Las estrategias de dinamización	311
15.3.	La dinamización enfocada a la comprensión.....	312
15.3.1.	Los escenarios de divulgación	315
15.3.2.	Impacto de Territorio e-Book.....	315
15.4.	Primeras reflexiones.....	317
15.4.1.	Los dispositivos: artefactos en construcción.....	317
15.4.2.	Las dinamizaciones: bibliotecarios e investigadores, las lecturas y los autores.....	319
15.4.3.	El compromiso de los lectores	319
15.5.	Algunas conclusiones	320
15.6.	Nuevos retos: probar el futuro.....	321
	Bibliografía	322
16.	El libro electrónico en la cultura de la web social: el libro y la lectura social (<i>Nieves González Fernández-Villavicencio</i>).....	325
16.1.	Introducción	325
16.1.1.	La web social	326
16.2.	El libro electrónico en la web social.....	328
16.2.1.	Creación y publicación	328
16.2.2.	Distribución y venta	330
16.2.3.	Marketing y difusión	331
16.2.4.	Acceso	335
16.2.5.	Comunicación y conversación	335
16.3.	La web social en el libro electrónico	336

16.3.1.	Creación y producción.....	336
16.3.2.	Distribución y venta	340
16.3.3.	Acceso	340
16.3.4.	Difusión y marketing.....	343
16.3.5.	Comunicación y conversación	343
16.4.	Conclusiones.....	347
	Bibliografía	348

PARTE TERCERA

El libro electrónico en la biblioteca

17.	La integración de los libros electrónicos en la biblioteca (<i>Helena Martín Roderó y Julio Alonso Arévalo</i>)	353
17.1.	Introducción	353
17.2.	Integración de los libros electrónicos en las bibliotecas.....	353
17.2.1.	Ventajas, inconvenientes y oportunidades.....	355
17.3.	Selección y adquisición	355
17.4.	El préstamo del libro electrónico	355
17.4.1.	Préstamo del dispositivo	356
17.4.2.	Préstamo del libro electrónico.....	356
17.4.3.	Bibliotecas públicas	356
17.4.4.	Bibliotecas científicas.....	364
17.4.5.	Préstamo interbibliotecario.....	369
17.4.6.	Localizadores.....	369
17.5.	Gestión de la colección de libros electrónicos.....	369
17.5.1.	Selección y adquisición	370
17.6.	Modelos de negocio.....	372
17.6.1.	Modo de adquisición: compra frente a suscripción	372
17.6.2.	Tipo de uso: único o colectivo	372
17.7.	Modo de selección: <i>Pick and choose</i> versus «Colección»	373
17.8.	Tipo de proveedor: agregador o editor	373
17.9.	Acceso	373
17.10.	Promoción	374
17.11.	Preservación.....	374
17.12.	Estadísticas de uso y evaluación	374
17.13.	Recepción en los usuarios.....	375
17.14.	Escenarios futuros del libro electrónico en bibliotecas.....	376
17.15.	Formatos y conversores	377
17.15.1.	Conversores de formatos.....	379
17.15.2.	Editores de formatos EPUB	380
	Bibliografía	380
18.	Alfabetización y libros electrónicos en las biblioteca públicas (<i>Felicidad Campal García</i>).....	385
18.1.	Introducción	385
18.2.	Lectura, alfabetización y ALFIN: lo que importa es el contenido	385

18.3.	El libro electrónico y las bibliotecas: ¿las dinamitará o las dinamizará?....	391
18.4.	Alfabetizar en-con-sobre y para el libro electrónico a los usuarios internos (bibliotecarios) y a los externos (usuarios): ¿dónde estamos y dónde queremos llegar?... Hacia un realismo posibilista.....	399
18.5.	¿De qué hablamos cuando hablamos de...?	405
18.6.	Algunos sitios para la compra y descarga legal de libros electrónicos y lectura social.....	408
	Bibliografía	410
19.	Gestión de la colección de libros electrónicos: selección, adquisición y evaluación (Lourdes Gutiérrez Palacios)	413
19.1.	Introducción	413
19.2.	¿Qué es/se entiende por gestión de la colección?.....	413
19.3.	Selección de libros electrónicos.....	415
19.4.	Adquisición de libros electrónicos	418
19.4.1.	Las licencias	419
19.4.2.	Modelos de precios.....	421
19.4.3.	DRM (<i>Digital Rights Management</i>)	422
19.4.4.	Integración de los libros electrónicos en las colecciones bibliotecarias	423
19.5.	Evaluación del uso.....	423
19.6.	Conclusiones.....	424
	Bibliografía	425
20.	Libros electrónicos en acceso abierto (Tránsito Ferreras Fernández).....	427
20.1.	Introducción	427
20.2.	Acceso abierto: desde sus orígenes hasta nuestros días.....	427
20.2.1.	Definición y significado del acceso abierto.....	427
20.2.2.	Materialización del acceso abierto.....	429
20.2.3.	Los actores del acceso abierto y su implicación en el movimiento Open.....	429
20.2.4.	Políticas actuales en acceso abierto	431
20.3.	Libros electrónicos en acceso abierto.....	432
20.3.1.	Repositorios	434
20.4.	Licencias para la difusión en acceso abierto.....	435
20.5.	Libros en acceso abierto a través de los repositorios. El caso de Gredos....	437
20.5.1.	Colección de tesis doctorales en el repositorio Gredos.....	440
20.5.2.	Normativa sobre el depósito de tesis en Gredos.....	440
20.5.3.	Depósito de tesis en repositorios institucionales: seguidores y detractores.....	441
20.5.4.	Colección patrimonial de la Biblioteca Histórica en Gredos.....	442
20.6.	Libros en acceso abierto a través de las bibliotecas digitales	443
20.7.	Libros en acceso abierto a través de los recolectores de repositorios y de bibliotecas digitales.....	444
20.7.1.	Recolectores especializados de tesis doctorales.....	445
20.7.2.	Recolectores de repositorios y de bibliotecas digitales.....	446

20.8.	Otros contenidos en acceso gratuito. Libros de dominio público en grandes plataformas editoriales	447
20.9.	Iniciativas sobre libros en acceso abierto y libros gratis.....	448
20.10.	Conclusiones.....	450
	Bibliografía	451

PARTE CUARTA

Libros electrónicos y derechos

21.	Aspectos jurídicos básicos del libro electrónico y las publicaciones digitales (Fernando Carbaño Cascón)	455
21.1.	Propiedad intelectual y nuevas tecnologías	455
21.1.1.	El impacto de la tecnología digital en la creación, producción y difusión de contenidos.....	455
21.1.2.	La adaptación del derecho de propiedad intelectual a la sociedad de la información.....	457
21.2.	Nuevas realidades editoriales: en particular, el libro electrónico.....	459
21.3.	Hacia una renovación de conceptos clásicos: publicaciones electrónicas y edición digital	461
21.3.1.	Conceptos clásicos de publicación, edición y distribución en la legislación de propiedad intelectual	463
21.3.2.	La falta de adaptación de la legislación a las nuevas realidades editoriales: publicaciones electrónicas y edición digital	467
21.3.3.	Reinterpretación y renovación de los conceptos de publicación y edición	474
	Bibliografía	477
22.	Transmisión de derechos para la edición y distribución digitales de libros y publicaciones electrónicas (Fernando Carbaño Cascón)	479
22.1.	Consideraciones generales sobre el alcance de la cesión de derechos para la edición y distribución digitales.....	479
22.2.	Contratos de transmisión de derechos para la edición digital.....	484
22.2.1.	¿Contrato de edición digital o transmisión de derechos para la edición digital?.....	484
22.2.2.	Contenido del contrato de transmisión de derechos para la edición digital.....	485
22.2.3.	La edición digital de obras previamente editadas en formato analógico	492
22.3.	Contratos de distribución digital de libros y otras publicaciones electrónicas.....	498
22.4.	La problemática del precio fijo para la distribución digital de libros electrónicos.....	500
22.5.	El necesario reconocimiento de beneficios fiscales para libros y publicaciones electrónicas	502
	Bibliografía	503

23. Acceso abierto y piratería de libros electrónicos en Internet (Fernando Carbajo Cascón)	505
23.1. Introducción: propiedad intelectual y acceso a la información en la sociedad del conocimiento	505
23.2. El conocimiento libre: concepto, orígenes, caracteres básicos y reconocimiento normativo	507
23.2.1. Descripción general	507
23.2.2. La Fundación de Software Libre y el movimiento <i>creative commons</i> . La difusión de contenidos mediante licencias públicas generales	508
23.2.3. Análisis jurídico de las licencias públicas generales	511
23.2.4. El reconocimiento normativo del conocimiento libre	512
23.3. La piratería de libros en Internet	514
23.3.1. Descripción general	514
23.3.2. Servicios ilícitos de distribución en línea de contenidos	517
23.3.3. El intercambio de archivos con contenidos protegidos a través de programas y redes <i>peer to peer</i>	518
23.3.4. Sitios de almacenamiento masivo, webs de enlaces y motores de búsqueda	523
23.3.5. La Disposición Final Cuadragésima Tercera de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible (Ley Sínde)	532
Bibliografía	536
 24. La propiedad intelectual en bibliotecas y archivos: su actividad más allá de los límites previstos en el artículo 37 TRLPI (M.^a Mercedes Curto Polo)	 537
24.1. Introducción	537
24.2. Los límites a los derechos de propiedad intelectual aplicables a las bibliotecas y archivos en el artículo 37 TRLPI	540
24.2.1. Adaptación de los límites a la propiedad intelectual aplicables a las bibliotecas y archivos en el entorno digital	540
24.2.2. Regulación vigente en España	541
24.3. La actividad de las bibliotecas, museos y archivos más allá de los límites establecidos en el artículo 37.1 TRLPI	547
24.3.1. Planteamiento	547
24.3.2. Digitalización y accesibilidad en línea de materiales culturales	548
24.3.3. La actividad de las bibliotecas en relación con el acceso abierto. Los repertorios institucionales	554
24.3.4. El «préstamo virtual». La negociación de licencias multiusuario	557
24.4. Conclusiones	558
Bibliografía	559