

ÍNDICE

<i>Mis tag clouds</i> , José Antonio Millán	13
Introducción	15
1. Entre la tradición y la innovación: fundamentos y políticas editoriales	21
1.1. La edición en el marco de las industrias culturales	21
1.2. Un mercado de bienes singulares.	22
1.3. Los espacios autónomos de la creación y la autoría	25
1.4. Función editorial como articuladora del proceso de creación, producción y recepción	33
1.5. La polémica tecnológica	39
2. Dos décadas de cambios hacia un nuevo modelo editorial	45
2.1. El impacto de la digitalización en la edición	45
2.1.1. Sistemas operativos.	53
2.1.2. La gestión y la manipulación de contenidos	54
2.1.3. El <i>marketing</i> y la distribución.	55
2.1.4. El suministro de contenidos	57
2.2. El nuevo orden del libro: reordenación del campo editorial	63
2.3. Los factores de cambio en la edición electrónica de libros.	73
2.3.1. Hardware	74
2.3.2. Formatos	75
2.3.3. Protección de derechos y piratería	76
2.3.4. Mercado.	90
2.3.5. Formas de comercialización	91
2.3.6. Diseño, ergonomía, referencialidad.	97

2.3.7. Control bibliográfico, visibilidad y metadatos	100
2.3.8. Naturaleza del proceso de lectura	104
3. Los libros y los dispositivos de lectura electrónica	107
3.1. Pinceladas de la historia de los <i>e-books</i>	107
3.1.1. El Proyecto Gutenberg	107
3.1.2. Editoriales y periódicos en la Red.	109
3.1.3. Las primeras librerías	110
3.1.4. Internet y los libros electrónicos	111
3.2. Los dispositivos de lectura	112
3.2.1. Dispositivos de solo lectura	113
3.2.2. PDA, <i>tablets</i> , <i>netbooks</i> y otros dispositivos de lectura	115
3.3. Características físicas de los dispositivos de lectura electrónica.	120
3.3.1. Las pantallas	120
3.3.2. El papel y la tinta electrónica	123
3.3.3. Formatos y conversores de formatos.	126
3.4. DRM: los sistemas de protección de los derechos de autor del libro electrónico . .	130
3.4.1. Los derechos de autor.	132
3.4.2. El DRM	135
3.5. La evaluación de los dispositivos de lectura electrónica	139
3.5.1. Empresa que lo comercializa.	140
3.5.2. Fecha de aparición	140
3.5.3. Tamaño y peso	140
3.5.4. Tipo de pantalla	141
3.5.5. Acceso a la información	141
3.5.6. Formatos de lectura	142
3.5.7. Capacidad de almacenamiento	142
3.5.8. Conectividad	143
3.5.9. Batería	143
3.5.10. Sistema operativo.	144
3.5.11. Utilidades y <i>gadgets</i>	144
3.5.12. <i>Slot</i>	147
3.5.13. Diseño	147
3.6. Análisis de los dispositivos de lectura	147
3.6.1. Los <i>e-cunables</i> : el SoftBook y el Rocket eBook.	147
3.6.2. Los lectores de Amazon: los Kindle	149

3.6.3. Los dispositivos de Luarna	150
3.6.4. Los dispositivos de Booken: los Cybook	151
3.6.5. Los dispositivos de Barnes and Noble.	152
3.6.6. Papyre 6.1: el <i>e-reader</i> español	153
3.6.7. Las tabletas	153
3.6.8. ¿ <i>e-readers</i> o tabletas?	157
4. El mercado del libro electrónico	159
4.1. Introducción	159
4.2. El libro electrónico y los dispositivos de lectura en el contexto internacional . .	162
4.2.1. Alemania	164
4.2.2. Canadá.	165
4.2.3. Estados Unidos.	166
4.2.4. Francia	186
4.2.5. Japón	187
4.2.6. España	189
4.3. El precio de los libros electrónicos	199
4.3.1. Otros autores del libro y derechos embebidos.	203
4.4. La recepción	205
4.5. Nuevas prácticas de lectura, nuevos lectores.	223
5. Libros electrónicos en la biblioteca	233
5.1. Introducción	233
5.2. Modelos de adquisición de libros electrónicos	235
5.2.1. Modelo de suscripción de revistas electrónicas	236
5.2.2. Modelos de adquisición de <i>e-books</i>	238
5.2.3. Prácticas de adquisición	240
5.3. Gestión de la colección de libros electrónicos	242
5.4. Los libros electrónicos y el préstamo.	245
5.5. Colecciones propias	247
5.6. Localizadores	247
6. Los libros electrónicos en la Web 2.0	249
6.1. Introducción	249
6.2. Blogs.	250
6.3. Conversores y editores de formatos	252

6.4. Bibliotecas digitales	254
6.5. Lectores	259
6.5.1. Webs comerciales	259
6.5.2. Foros	259
6.5.3. Localizadores	259
6.6. Noticias y artículos científicos	260
6.7. Plataformas digitales	261
6.8. Redes sociales	264
6.9. Software	265
6.10. Universos Netvibes	266
6.11. Wikis	266
Epílogo	269
Bibliografía	271