

## La situación de las Revistas Culturales ante el reto de la Red.

Manuel Ortuño, presidente de ARCE<sup>i</sup> escribe en una reciente publicación "las revistas culturales surgieron al calor, en el cambio del XIX al XX, de nuevos paradigmas en los que el gusto de la burguesía se dejó conquistar por la necesidad de un cosmopolitismo que desbordase los estrechos y asfixiantes márgenes de los casticismos locales"<sup>ii</sup>

Probablemente ahora también y en concreto en el sector del libro y de los contenidos al que pertenecen con claridad las revistas culturales nos encontremos inmersos en un cambio de paradigma coincidente también con este cambio de siglo.

Curiosamente, este cambio parece poder apuntar hacia lo sustancial del área de trabajo de las Revistas Culturales que yo sitúo en el conocimiento y la cultura. Así, y en esta línea, Igor Kalzada, investigador del MIK<sup>iii</sup> afirma que: *El cambio de paradigma, de registro, apunta a que si los años 80 fueron los años de la reconversión industrial, con un gran esfuerzo presupuestario que aún perdura, y los 90 hicieron emerger, desde del apoyo público, nuevos ámbitos productivos con una apuesta tecnológica inequívoca, así como en telecomunicaciones, **la primera década del nuevo siglo va a ser la década del conocimiento y de la cultura, desde las materias primas de la información y la comunicación***<sup>iv</sup>.

Al mismo tiempo, después de haber leído unas recientes reflexiones de Juan Varela en su blog Periodistas 21<sup>v</sup> sobre el modelo de lectura aparentemente existente en

Internet a uno se le abre la duda de si realmente Internet es un medio adecuado para la difusión del pensamiento y la cultura a no ser que pensemos que la simple presencia de unos documentos en unos servidores sean motivo suficiente para la difusión, idea que, por otra parte sigue estando muy extendida: "Estoy en la red, luego todos pueden llegar a mí".

Casi podríamos decir que la afirmación del difunto Umbral parece acercarse a la realidad y ser, de alguna manera, premonitória de lo que nos espera: *'En cuanto a la cultura/cultura, es inamovible, está en los libros, y me parece vano eso de querer pasarla a la imagen, a Internet y a otras industrias de fabricar ignorancia'* (Francisco Umbral)<sup>vi</sup>

Pensemos en las revistas en vez de en los libros y pensemos más en la información, la comunicación y las redes que en Internet.

Desde este momento de cambio sin saber muy claro hacia dónde vamos a ir quiero centrar mi reflexión en tres aspectos:

- el soporte
- la situación actual en relación a Internet y la web 2.0 de las Revistas culturales, fundamentalmente las asociadas a ARCE
- una mirada a los lados para encontrar algunas pistas

Como es lógico muchos de los planteamientos y situaciones que viven las revistas van pegadas al propio sector del libro y, por lo tanto, muchas de las reflexiones que se realizan sobre el conjunto del sector tienen un reflejo y aplicación claro en las Revistas Culturales.

## 1. El soporte

Retrocedamos un poco en el tiempo para intentar contextualizar el discurso y la reflexión y ver cuál es la situación.

La Ley de la lectura, del libro ya las bibliotecas<sup>vii</sup> aprobada el año pasado no habla específicamente de Revista, sino de publicación periódica en su artículo 3.j donde afirma: Publicación periódica: toda publicación que aparece o se comunica de forma continuada con una periodicidad establecida, de carácter cultural o científico y en el 3.b donde se habla de publicaciones seriadas y se dice: Publicación seriada: toda obra científica, literaria o de cualquier índole que aparece o se comunica de forma continuada, editada en una sucesión de fascículos o partes separadas, que lleva normalmente una numeración y que no tiene una duración predeterminada.

Es curioso que en la definición de publicación no aparece la referencia explícita que sí se realiza en la de libro cuando se dice, en el mismo artículo: Se entienden incluidos en la definición de libro, a los efectos de esta Ley, los libros electrónicos y los libros que se publiquen o se difundan por Internet o en otro soporte que pueda aparecer en el futuro, los materiales complementarios de carácter impreso, visual, audiovisual o sonoro que sean editados conjuntamente con el libro y que participen del carácter unitario del mismo, así como cualquier otra manifestación editorial.

Deberíamos entender que estos atributos son válidos también para las publicaciones ya que tanto el libro como la publicación periódica o seriada tienen el carácter de obra.

La propia Ley también asimila en más de una ocasión en su análisis al libro con las publicaciones afines<sup>viii</sup>

El sector del libro, como tantas otras parcelas de nuestra vida cotidiana, se encuentra, actualmente, inmerso en un constante proceso de cambio que, con base en una transformación tecnológica sin precedentes, implica modificaciones de naturaleza estructural para el sector. Como consecuencia de la introducción de las nuevas tecnologías y ante la desmembración de los instrumentos tradicionales del conocimiento, la cultura y el ocio<sup>ix</sup>, surgen nuevas formas de vivir, de relacionarse, nuevos hábitos y costumbres, un nuevo concepto espacio temporal, de transmisión cultural... Todo ello comienza a incidir, entre otros, en el sector, retándolo a evolucionar, a adaptarse, a transformarse, a posicionarse ante los procesos de globalización, los consorcios internacionales y la concentración entre otros<sup>x</sup>... De esta manera, los agentes implicados en el sector entran también en procesos de cambio, en un entorno de incierto porvenir y las revistas también.

En este escenario de forzoso vaivén, uno de los retos más importantes a que se enfrenta el sector en la actualidad es, probablemente, su pérdida hegemónica como medio de transmisión de texto<sup>xi</sup>. Ha sido éste un valor, hasta ahora en exclusividad, fruto de la migración de un sistema de transmisión oral a otro más "moderno" de lectura, en silencio y en soledad<sup>xii</sup>, que llegó a masificarse gracias a la imprenta. A partir de ese momento y durante siglos de evolución tecnológica, el sector ha ido adquiriendo una impronta industrial que contrasta con la artesanía de sus orígenes<sup>xiii</sup>. Así, no le han sido ajenos los cambios

requeridos ante nuevas realidades tipográficas, de edición, composición...

La evolución del sector se ha visto, por tanto, condicionada a la de la tecnología específica de su momento y a la demanda de su entorno. Un entorno que en la actualidad aprecia cada vez más lo visual, las pequeñas dosis, lo instantáneo... y requiere de otros canales para la recepción del texto diferentes al tradicional<sup>xiv</sup>. Se trata de un cambio que modifica la esencia misma del sector, al diversificarse la demanda de nuevas alternativas para la transmisión de contenidos.

Honestamente, creo que las bases aquí planteadas siguen estando presentes y siendo vigentes a día de hoy. Quizás en estos años y más por motivos industriales y económicos que culturales, creativos, literarios y de conocimiento el 'ruido' en torno a lo digital y lo que ello conlleva ha ido aumentando poco a poco hasta alcanzar casi a finales del 2007 la forma de 'voz única' donde parece que todo se va a ver obligado a converger a un único formato, el digital, un único soporte, el e-book y un único proveedor, Amazon o Google.

Ante este panorama unidireccional en lo económico y en los intentos de algunos grandes grupos quizás sea de interés intentar hacer ver que este no es el único futuro y que, incluso, la incidencia de lo digital provoca algunos movimientos que hacen que otros soportes para determinados contenidos vuelven a ocupar un espacio importante.

Igualmente creo que es interesante resaltar cómo en la mayoría de las ocasiones la incidencia ha ido muy unida casi en exclusividad a la reflexión sobre el soporte, pero

lo digital tiene una clara incidencia en todo el sector. Es más: cualquier transición hacia lo digital, hacia los 'territorios 2.0' sin un cambio de paradigma empresarial y sectorial será, quizás, un viaje en balde. Veremos, específicamente, la incidencia que esto tiene a fecha de hoy en las Revistas Culturales españolas.

La significación dual designada por el concepto libro, nos vale en este caso también para las revistas ya que parece que en el marco legal lo único que diferencia a uno u otro es la periodicidad del contenido remite a una aproximación tan dispar como complementaria del mismo, que va desde el estudio del libro como texto<sup>xv</sup> al estudio del libro como medio<sup>xvi</sup><sup>xvii</sup>. Y es precisamente esta última acepción del libro y los cambios de valores que se le han venido asociando a través de los tiempos la que ayuda a entender la evolución histórica del ser humano, sus relaciones sociales, aproximación a su entorno y forma de entender la cultura.

Es en esta relación y en la capacidad de adaptación del medio libro a los cambios en su entorno, donde reside su fuerza y rasgo distintivo.

No debemos pensar en ello como un fenómeno nuevo. Así, Alberto Manguel recoge que, ya en el siglo XIII, un copista anónimo había escrito en los márgenes de una crónica monástica: "*Deberás convertir en hábito, cuando leas libros, fijarte más en el sentido que en las palabras, concéntrate más en el fruto que en la hojarasca*".

En términos generales, la evolución del libro ha estado asociada a intereses que, de una manera u otra, obedecían a los dictados de las diferentes épocas, a diferentes

jerarquías de "valores comunicativos" que reflejaban determinadas "preferencias mediáticas"<sup>xviii</sup>.

Así, la evolución del libro en el siglo actual ha dependido y depende de su rentabilidad económica y de su grado de adaptación a la innovación tecnológica.

La aventura de creer que lo nuevo, aunque desconocido, es mejor y más perdurable ha demostrado en el caso de los augurios de venta por Internet que un medio puede ser una increíble alternativa siempre y cuando el mercado esté preparado para recibirlo<sup>xix</sup>.

Es curioso el hecho de que las publicaciones editadas en el año 2000 hablaran de la edición electrónica como el destino irrevocable al que nos remitía una sociedad que velaba por los usuarios, por su comodidad... una sociedad en la que la tecnología puesta al servicio del internauta trastocaría todos los esquemas establecidos de transmisión de información, distribución, compra... Pero... ¿y el usuario final o los canales existentes, la infraestructura, podían ellos sostener tanta ilusión? La respuesta ha sido un claro y rotundo no.

Y es que, lo virtual no es todavía una realidad cotidiana. La "obsesionante presencia"<sup>xx</sup>, en palabras de Chartier, R., de las nuevas tecnologías, de nuevos soportes a la literatura, nuevos formatos para la edición... en el lenguaje del día a día, no se corresponde con la realidad de las prácticas de la lectura, que utilizan el soporte papel en la mayoría de los casos y que raramente explotan las posibilidades ofrecidas por lo digital.

No obstante, la ilusión creada por Internet respecto al libro electrónico y al soporte o contenido digital no es una idea nueva pues ya en el siglo XVIII, una vez que el conocimiento se consideró derivado de la experiencia y a su vez autoexpandible, la idea de textos abiertos, que circularan libremente entre los ciudadanos cobró sentido por sí misma. Se trataba, aunque no con base en la tecnología actual, de divulgar el conocimiento. Esta nueva forma de divulgación trae, no obstante, en el presente, unas consecuencias directas derivadas de un sistema que borra la distancia física y temporal entre el autor y el lector. Se trata de un sistema nuevo de relaciones en el que el formato papel como "uno" de los soportes del contenido, ante la evidencia de los hechos no peligra, pero al ser "uno" más pierde su rol hegemónico lo cual lleva a un nuevo planteamiento del complejo sistema literario que acompaña a un libro, sus mediadores, bibliotecas... que sí tienden a experimentar un gran cambio.

En cualquiera de los casos se ha de tener la capacidad de situar el "texto" por encima del "contexto" y afirmar con Francisco Ayala que 'Yo creo que lo que importa del libro es lo que el libro dice. El soporte puede desaparecer sin que necesariamente se acabe la literatura' (Francisco Ayala).

Si ahora buscamos un aterrizaje en relación al soporte y específicamente a las revistas culturales nos encontramos, según los datos de un reciente estudio<sup>xxi</sup> con la siguiente constatación:

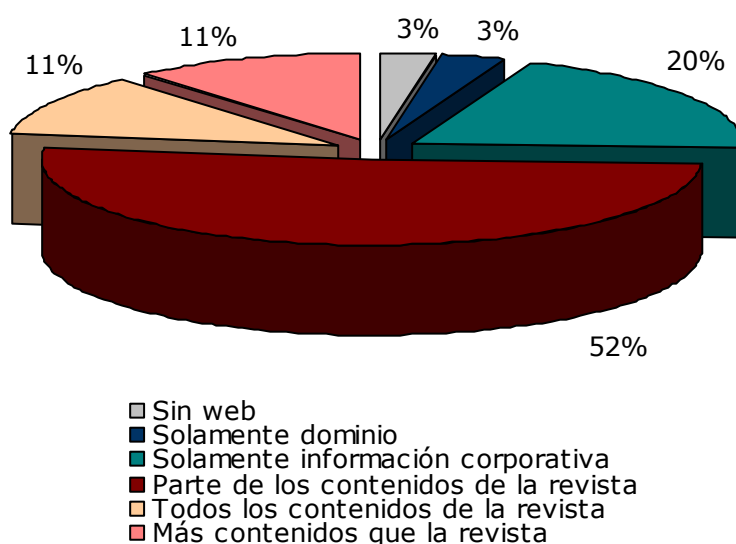
**El papel tiende a desaparecer de las Bibliotecas Universitarias<sup>xxii</sup>, pero subsiste y subsistirá todavía en las Bibliotecas Públicas.**

## 2. La web 2.0

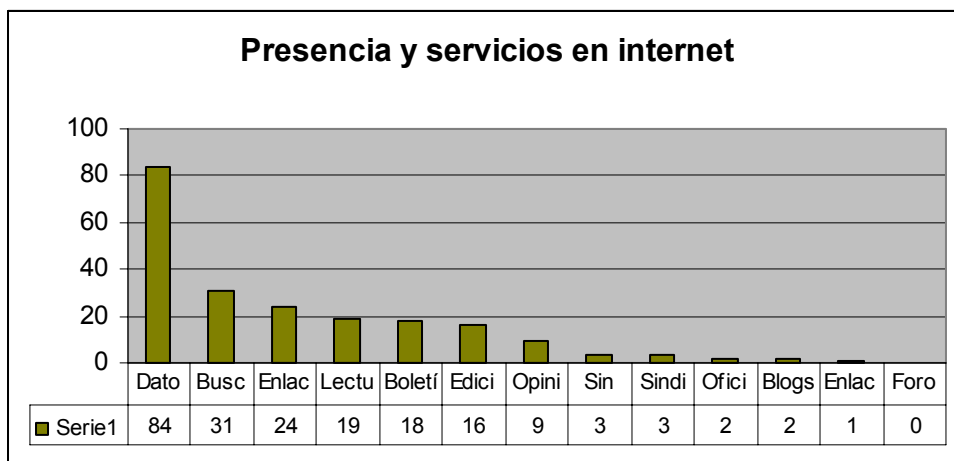
Al igual que en el año 2005 constatábamos que se había dado un cambio radical en la presencia en Internet a fecha de hoy y como veremos a continuación tenemos que afirmar que, en general la presencia de las revistas Culturales se encuentra estancada lo cual, objetivamente, supone un retroceso en función de la propia evolución que se ha producido en Internet en los últimos años, sobre todo en lo que hace referencia a las posibilidades de interacción y de oferta de individualización de contenidos hacia los usuarios a través de la sindicación de los mismos.

Así, ante una situación que en el 2005 nos mostraba la siguiente presencia en Internet

**Presencia en Internet**



A fecha de hoy y habiendo procedido a un análisis más detallado nos encontramos con la siguiente realidad



Datos de contacto	84
Buscador interno	31
Enlaces a autores u otros recursos	24
Lectura de artículos en abierto	19
Boletín de novedades	18
Edición digital	16
Opinión de lectores	9
Sin web	3
Sindicación de contenidos	3
Oficina de prensa	2
Blogs	2
Enlace a crítica	1
Foros	0

Partimos de la constatación de que un 97% de las revistas disponen de página web y que un 84 por ciento de las mismas facilitan un contacto claro referido directamente a la revista ya que hay algunas páginas bien pertenecientes a empresas o instituciones donde el posible contacto con la revista queda difuminado o no es claro.

Ello supone ya que con un 16% de las revistas no se puede contactar directamente a través de Internet y no se puede, por lo tanto acercarse a ellas a través de la red.

Si pasamos ahora a analizar los siguientes aspectos que suponen ya una cierta oferta de servicios y de posibilidades de interacción vemos que los resultados a fecha de hoy son poco esperanzadores.

Así,

- Sólo un 31% de las revistas ofrece un buscador interno que nos permita encontrar alguna posible información de interés (un artículo, artículos de un autor, palabras claves de algún artículo publicado) sobre lo publicado.
- Sólo un 24% intenta crear red enlazando, bien con información sobre autores que han escrito en la revista o sobre recursos relacionados con la temática o materia de la revista.
- Sólo un 19% ofrece la posibilidad de lectura de algún contenido en abierto, posibilidad que permite un conocimiento más detallado de la revista. Es curioso, de hecho, que son más las revistas que facilitan artículos en abierto para que sean visualizados a través de la página [www.revistasculturales.com](http://www.revistasculturales.com) que en su propia web.
- Sólo un 18% posibilitan la suscripción a boletines de novedades o informativos que permiten a la editorial disponer de una base de datos de personas interesadas en recibir información sobre las posibles novedades de la publicación.
- Sólo un 3% dispone de espacios que permiten a los lectores o internautas hacer llegar su opinión o sugerencias con claridad.
- Igualmente sólo un 3% ofrece la posibilidad de syndicar contenidos. *La sindicación es un método para poder visualizar noticias de sitios, portales, páginas web... de forma rápida, cómoda y*

centralizada. Mediante este método, se puede acceder directamente a la información que nos interesa. Para ello se utiliza el formato RSS (Rich Site Summary) que es un formato de transmisión de información basado en el estándar XML, y que debe cumplir ciertas normas<sup>xxiii</sup>. Nos resulta interesante resaltar tres características de esta posibilidad de "sindicar":

- o La suscripción a medida. Entre todo lo que se puede syndicar, no todo es sindicable en Internet, el lector o internauta escoge lo que le interesa.
- o La posibilidad de seleccionar fuentes. No tengo la obligación de syndicar todo. Puedo escoger lo que me resulta más interesante e incluso dentro de algunas páginas webs, portales o blogs puedo escoger, exclusivamente, algunas partes de los mismos. Así, por ejemplo, podemos ver esta posibilidad en medios de comunicación
- o Individualizada. No tiene por qué haber dos syndicaciones iguales. Se puede afirmar que cada persona genera su propio modelo de "suscripciones" individualizado.
- Sólo un 2% disponen de blogs o de "oficina de prensa", un 1% de enlaces a críticas y nadie dispone de foros.

Esta situación es de cierta importancia y se debe tener en cuenta a la hora de posteriores proyectos a desarrollar.

A la hora de plantear proyectos futuros de presencia en la red la situación de partida es muy importante ya que la misma puede suponer una auténtica barrera de entrada a la hora de tener claro tanto las posibilidades de explotación como la posible capacidad de uso y manejo.

A fecha de hoy podemos afirmar que, en general, las revistas están muy alejadas por su uso y probablemente por su filosofía de lo que se denomina la web 2.0 y que cualquier abordaje colectivo de proyectos que posibiliten el volcado y la sindicación de los contenidos deberán realizar con anterioridad una tarea educativa y explicativa de la importancia que a futuro puede tener un posicionamiento de ese calado.

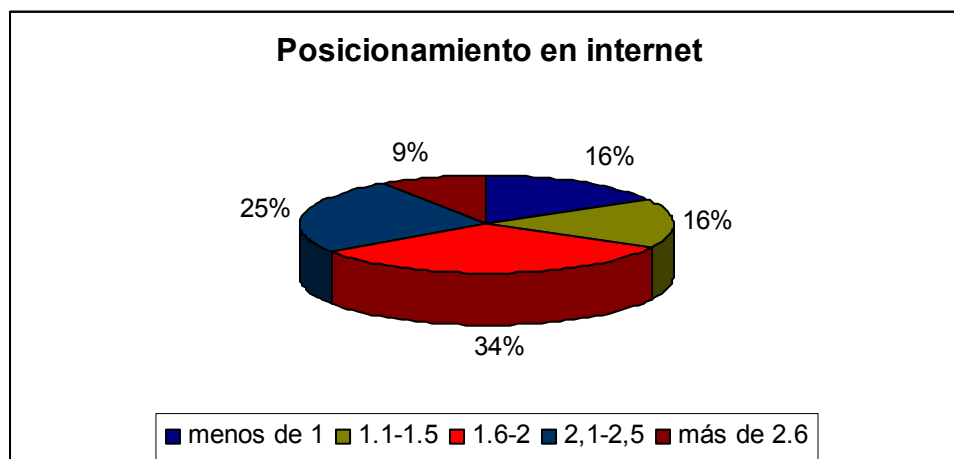
Para analizar el posicionamiento en Internet hemos utilizado el mismo medidor<sup>xxiv</sup> para todas las páginas y que, al mismo tiempo, nos permitía en caso de interés realizar algunos comparativos con otras páginas.

La herramienta básicamente analiza los siguientes parámetros:

- El Pagerank de Google que es es uno de los factores que utiliza Google (y muchas otras webs) como medidor y factor de popularidad.
- Los enlaces que aparecen en Google.
- Autoridad en Technorati que es es una base de datos de blogs donde puedes saber casi instantáneamente quién ha hecho referencia a tu página web recientemente.
- Enlaces en Ask que es un buscador de la red IAC Search & Media<sup>xxv</sup>. Suele ofrecer pocos resultados, pero la aparición en su ranking indica que se es una página web consolidada en Internet.

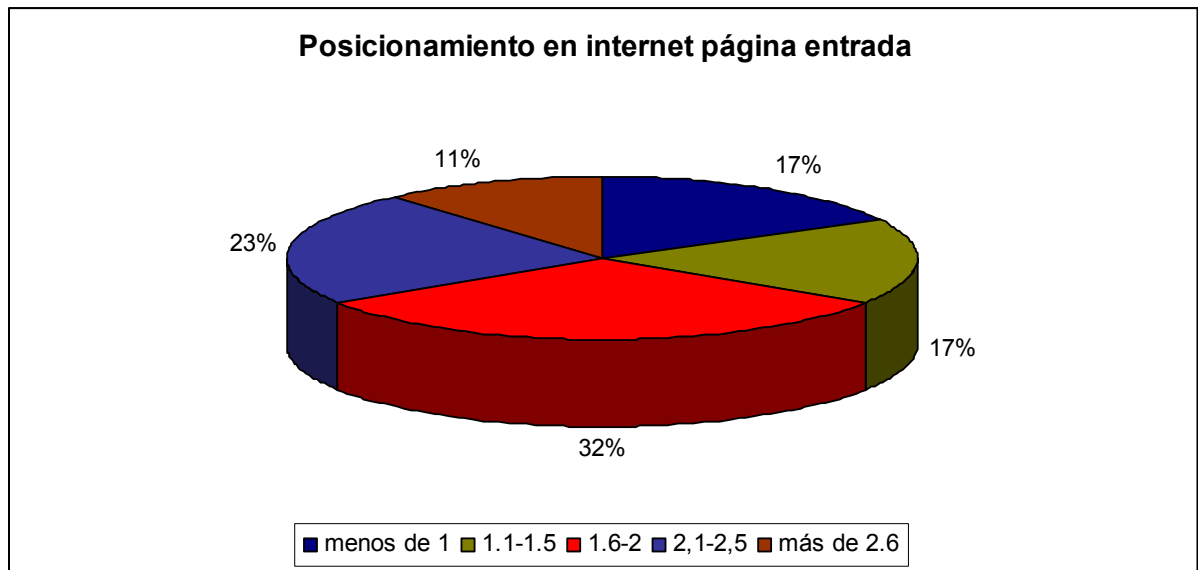
- Páginas indexadas en Live que es el buscador de Microsoft.
- Los enlaces que aparecen en Yahoo.
- Quancast y Alexa dos de los rankings más habituales en Internet.
- HTML. Medición del nivel de errores de programación.
- CSS. Nivel de errores en las hojas de estilo.

Los resultados conseguidos entre aquellas webs que ofrecen enlace directo a la revista es el siguiente:



Si tenemos en cuenta que la nota máxima es 10 la primera conclusión es evidente: el actual posicionamiento en Internet de las webs de las Revistas es totalmente insuficiente.

Si analizamos los resultados de aquellas revistas que no disponen de entrada directa a su página, sino a través de un portal o una primera web perteneciente a una institución los resultados, prácticamente, se repiten.



Algunas nuevas realidades sólo digitales como podría ser el caso de las Revistas Culturales asociadas en ARDE no indican por ahora con excesiva claridad nuevos planteamientos. Así, la propia página de la asociación es no sindicable y existe un amplio paralelismo con lo que podríamos denominar los formatos tradicionales sin haberse producido, por ejemplo, un cambio claro de lo textual a lo hipertextual y del soporte al contenido como dos de las tendencias claras en los nuevos soportes.

### **Mirando a los lados. Lo que otros ven que va a pasar**

En la pregunta de un reciente estudio sobre edición independiente planteábamos entre las preguntas contestadas por 180 profesionales del sector algunas de las posibles tendencias a futuro.

Aquí tienen algunas de las respuestas relacionadas con futuro, tics y sector y que hemos agrupado en: Comercialización, edición, soporte y comunicación de cara a una mayor claridad.

<b>Comercialización</b>	<b>Editores</b>	<b>Expertos</b>
Nuevas formas de comercialización	Sí	Sí
Internet: no amenaza. Lugar de encuentro y experimentación que favorecerá a los libros menos comerciales	Sí	
Internet no amenaza. Herramienta para llegar hasta el último rincón		Sí
Presencia en la fase de producción	Sí	
Presencia en la fase de distribución	Sí	
De la web al lector	Sí	
Descarga mediante pago		Sí

<b>Edición</b>	<b>Editores</b>	<b>Expertos</b>
Edición bajo demanda	Sí	Sí
Edición digital	Sí	Sí
Autoedición	Sí	
Pequeñas tiradas	Sí	
Edición rápida	Sí	

<b>Soporte y contenido</b>	<b>Editores</b>	<b>Expertos</b>
Diversidad de soportes	Sí	
Diversidad de formatos		Sí
Apuesta por formatos digitales para determinados género (poesía, ensayo...)		Sí
Auge del multimedia		Sí

<b>Comunicación</b>	<b>Editores</b>	<b>Expertos</b>
Mayor utilización de herramientas de comunicación para crear marca y diferenciarse		Sí
Interrelación de medios		Sí

Los procesos para las revistas no serán sustancialmente distintos

## A modo de conclusión

Quizás, una aclaración que debería haber hecho al principio la hago ahora al final. Las Nuevas Tecnologías, la digitalización y la sociedad en red para el sector del libro y de las revistas culturales son novísimas en la mayoría de los casos. No tanto por lo que suponen en sí, sino por lo que supone de cambio de paradigma, de forma de ver y de forma de hacer las cosas.

Me parece más interesante focalizar la atención hacia el cambio de paradigma que supone no las Nuevas Tecnologías, sino la Sociedad de la Información y del Conocimiento que hablar de algunas recetas que, descontextualizadas sirven de poco. Soy así relativamente escéptico a los planteamientos que se centran, por ejemplo, en las posibilidades de comunicación que ofrece la denominada web 2.0 a los editores o los nuevos soportes y plataformas si realmente no existe una visión nueva profunda y de conjunto.

Aún con todo quiero terminar señalando algunas pistas de sentido que quizás aporten alguna luz. De ellas dependerá también que el español sea una 'lengua con valor'

1. Las Revistas Culturales son un sector de contenidos de valor, no de soporte. Valemos en lo que valen nuestros contenidos y en su adecuada adaptación al mejor soporte para su transmisión.
2. En esa especie de escala progresiva, datos - información - conocimiento y sabiduría, que se suele trazar en la Gestión del conocimiento nos debemos situar en los dos últimos peldaños: los contenidos y

la sabiduría, dejando para otros los datos y la información. El trabajo de este sector es consolidar y no dispersar.

3. No hagamos asco a los soportes. En la medida en que sigamos viéndolos o bien como el enemigo o sólo como un canal de venta, nos seguiremos poniendo la venda delante de los ojos.
4. Nada haremos sino normalizamos nuestras relaciones. Apostemos por la cadena de valor virtual. La eficiencia dará consistencia a nuestro sentido.
5. Apostemos por el trabajo en red, ágil y flexible. Posiblemente las realidades empresariales y culturales desde las que nacieron muchas de las Revistas han dejado de tener sentido cara a un futuro.
6. La publicación periódica que desee tener futuro en el ámbito universitario debe apostar por el soporte electrónico. Ello debe llevar a ARCE a incidir con más fuerza en sus apuestas por los nuevos soportes y estudiar las posibilidades de colaboración, compatibilidad de formatos y de propuestas conjuntas con las Universidades
7. Abrámonos a la cultura 2.0 que quizás necesite nuevos canales de reflexión, comunicación y expresión<sup>xxvi</sup>.
8. Sorpresa, profundidad y agenda propia es lo que parece exigir<sup>xxvii</sup> el nuevo lector y las Revistas culturales se lo pueden dar.

---

<sup>i</sup> <http://www.revistas culturales de España.com>

<sup>ii</sup> Varios; *El papel de la diferencia. Revistas culturales de España*; ARCE, Madrid 2006, pag. 9

<sup>iii</sup> Cfr. [www.mik.es](http://www.mik.es) ; El MIK es un centro de Investigación avanzada en gestión y management de las Cooperativas de Mondragón.

<sup>iv</sup> Igor Calzada; <http://www.euskonews.com/0308zbnk/gaia30802es.html>

<sup>v</sup> <http://periodistas21.blogspot.com>

<sup>vi</sup> El Mundo 30/11/00

<sup>vii</sup> Cfr. [http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L8/CONG/BOCG/A/A\\_112-16.PDF](http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/BOCG/A/A_112-16.PDF)

<sup>viii</sup> Así en el anexo se dice: La regulación sobre la comercialización del libro y publicaciones afines parte de la convicción de que se ofrece un producto que es más que una mera mercancía...y un poco más adelante se vuelve a afirmar: El sector del libro y publicaciones afines en España actualmente presenta rasgos claros de madurez y salud, pero a la vez se enfrenta a los retos que le plantean las nuevas tecnologías y los cambios producidos por éstas y por otros factores, tanto en la dinámica propia del sector como en la del mercado...

<sup>ix</sup> *La imagen de calidad de la librería*; Martínez Alés, R.; XVII Congreso Nacional de Libreros, Oviedo 2000.

<sup>\*</sup> Información que puede ser ampliada en *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, Bustamante, E. (coordinador), Gedisa Editorial, Barcelona, 2002.

<sup>xi</sup> "En nuestra cultura, la palabra libro puede designar tres entidades muy distintas: el objeto en sí, el texto y la manifestación de una tecnología dada" en *El texto impreso en la nueva cultura digital*, Terceiro, J.B. Revista de Occidente 1998 nº 206.

<sup>xii</sup> Chartier, Roger, *Cuatro siglos de lecturas populares.*, en *La lectura en España. Informe 2002*, Millán, José Antonio (coordinador), Federación de Gremios de libreros, Madrid, 2002.

<sup>xiii</sup> Para ampliar información referente a la evolución de los factores técnicos, económicos, políticos y culturales en el mundo del libro puede consultarse: Villar, Jorge, *Las edades del libro. Una crónica de la edición mundial*. Debate, Madrid, 2002.

<sup>xiv</sup> En Birkerts, S., *Elegía a Gutenberg. El futuro de la lectura en la era electrónica*, Alianza, Madrid, 1999, se incluye una interesante reflexión sobre el tema de la posmodernidad en términos de pérdidas y ganancias ante nuevas formas de transmisión del texto.

<sup>xv</sup> Los libros existen para ser leídos, y no para ser adorados...Lo que cuenta en ellos es lo que ellos cuentan en su texto (Antonio Caballero Bonald; Babelia 02/07/05)

---

<sup>xvi</sup> '\...En los libros se trata de comunicar ideas, no de imprimir palabras...' (Vila-Sanjuan, Sergio; Pasando página, Destino, Barcelona 2003, pag. 518)

<sup>xvii</sup> No en todos los casos esta separación es clara por parte de todos los autores y es claro que existe una interacción entre ambas. De hecho el propio concepto libro aglutina en el mismo soportes distintos por tamaño, calidad... Hay una ilusión que debe ser disipada, la ilusión de que un texto es el mismo texto aunque cambie de forma....La forma contribuye al sentido (Chartier, Roger, Cultura escrita: literatura e historia, FCE, México 2000 pag. 208-209)

<sup>xviii</sup> Yo he pensado alguna vez escribir una historia del libro no desde el punto de vista físico. No me interesan los libros físicamente (sobre todo los libros de los bibliófilos, que suelen ser desmesurados), sino las diversas valoraciones que el libro ha recibido... (Chartier, Roger, Cultura escrita: literatura e historia, FCE, México 2000 pag. 204)

<sup>xix</sup> El comercio electrónico en Estados Unidos, país líder en este campo sólo representa a fecha de hoy el 2,4% del total, cuando en 1995 se proponía que esta porción en el 2005 sería del 10%. (Cfr. Cornella, Alfons, 10 años de realidad digital; Revista If n° 30 Enero 2006)

<sup>xx</sup> ¿Muerte o transfiguración del lector?; Chartier, Roger.; XXIV Congreso Unión Internacional de editores, Buenos Aires Mayo 2000.

<sup>xxi</sup> Cfr., Opinión con Valor S.L.; Revistas Culturales y Bibliotecas; ARCE, Madrid 2008, 85 pag.

<sup>xxii</sup> Cfr. también <http://bdig.blogspot.com/2008/06/quins-llibres-e-compren-les.html>

<sup>xxiii</sup> Cfr. <http://www.shellsec.net/sindicacion.php>

<sup>xxiv</sup> <http://rank.emezeta.com>

<sup>xxv</sup> [http://sp.ask.com/en/docs/about/company\\_overview.shtml](http://sp.ask.com/en/docs/about/company_overview.shtml)

<sup>xxvi</sup> Cfr. <http://www.documentalistaenredado.net/679/las-publicaciones-cientificas-y-el-reto-20>

<sup>xxvii</sup> Cfr. [http://www.lanacion.com.ar/cultura/nota.asp?nota\\_id=1018871&origen=premium](http://www.lanacion.com.ar/cultura/nota.asp?nota_id=1018871&origen=premium)