

10 10

10 10

Razones para considerar a los textos digitales interactivos como uno más de los productos editoriales

Why interactive digital text must know as another editorial product

Mtra. Isabel Salinas Gutiérrez* Comunicóloga por formación en la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), concibe la necesidad de crear profesionistas interdisciplinarios, por lo que define su interés en la investigación formal del diseño gráfico. Maestra en Comunicación y Diseño Gráfico en la Universidad Iberoamericana (UIA). Doctorante en Diseño y Visualización de la Información en la Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco. Autora del libro *La Profesión del Diseño Gráfico en Tijuana*. Ha presentado ponencias y publicado artículos arbitrados sobre exposiciones sustentables, estética de las culturas nativas de Baja California y la gráfica de la frontera norte. Como docente ha sido asesora y sinodal de tesis de licenciatura y maestría, es profesora-investigadora en el Centro de Ingeniería y Tecnología de la UABC, adscrita al programa educativo en Diseño Gráfico y líder del cuerpo académico Diseño y Comunicación.

Resumen

Con base en los planteamientos que presentan las investigaciones sobre los textos digitales y en conjunto con las observaciones de las prácticas en el aula, este artículo expone las razones para considerar que los textos digitales interactivos (TDI), son un producto editorial con características estructurales propias, por lo que al tratar de producirlos con metodología del diseño editorial impreso o con los criterios de las páginas web resultan productos que aportan poco al desarrollo de esta forma narrativa.

Palabras clave: diseño editorial digital, interactivo, textos digitales

Abstract

Based on the research on digital texts and in conjunction with the observations in workshops, this article presents the reasons for considering that digital interactive texts (TDI) are an editorial product with its own structural characteristics; so trying to produce them with printed editorial design methodology or the criteria of the web page result in products that do not contribute to the development of this kind of narrative.

Key words: editorial design, interactive design, digital text

Esta investigación surge de la detección de ciertas prácticas entre los diseñadores quienes son lectores de textos digitales más que de impresos. La observación inicial, se sitúa entre los estudiantes de séptimo semestre del programa educativo en Diseño Gráfico de la Escuela de Ingeniería y Tecnología, perteneciente a la Universidad Autónoma de Baja California Campus Tijuana, quienes cursan diseño editorial y donde se detectaron los siguientes fenómenos:

1. La proyección de formatos, tamaños, márgenes, retícula y tipografía para libros y revistas impresos, se realiza con base en criterios útiles para dispositivos móviles. La razón de dicha elección obedece a la costumbre de leer textos desde un teléfono móvil.
2. Se desdibujan las referencias estructurales de los periódicos. Como consumidores de periódicos digitales desconocen la formación por secciones y la necesidad de contener la mayor cantidad de información en una plana, ya que, el periódico digital presenta cada nota en una página distinta de la web.
3. Dificultades para distinguir entre dos caras de una misma hoja, en los documentos de trabajo que están preparando para su versión impresa. Al trabajar con el programa InDesign para la formación de páginas, la arquitectura de la información se muestra en una tira vertical de páginas dobles (o *spreads*), el diseñador consumidor de textos digitales pierde la perspectiva del reverso y anverso que conforman las hojas del producto final impreso. En la experiencia digital no siempre hay que dar vuelta a la página.
4. Se desvanecen las referencias estructurales de los libros. Las páginas capitulares, página de cortesía, portada, portadilla, índices analíticos o de referencias, entre otros elementos de exteriores; los principios y los finales no son percibidos como parte de la obra, por lo que no se proyectan sus espacios como un elemento más del archivo de trabajo, y en todo caso, si se planean se desconoce su estructura convencional. Ésto debido a que en los textos digitales se hace uso de un botón tipo para dirigirse a una sección del mismo documento, por lo que se desconoce la ubicación secuencial de estos contenidos periféricos.

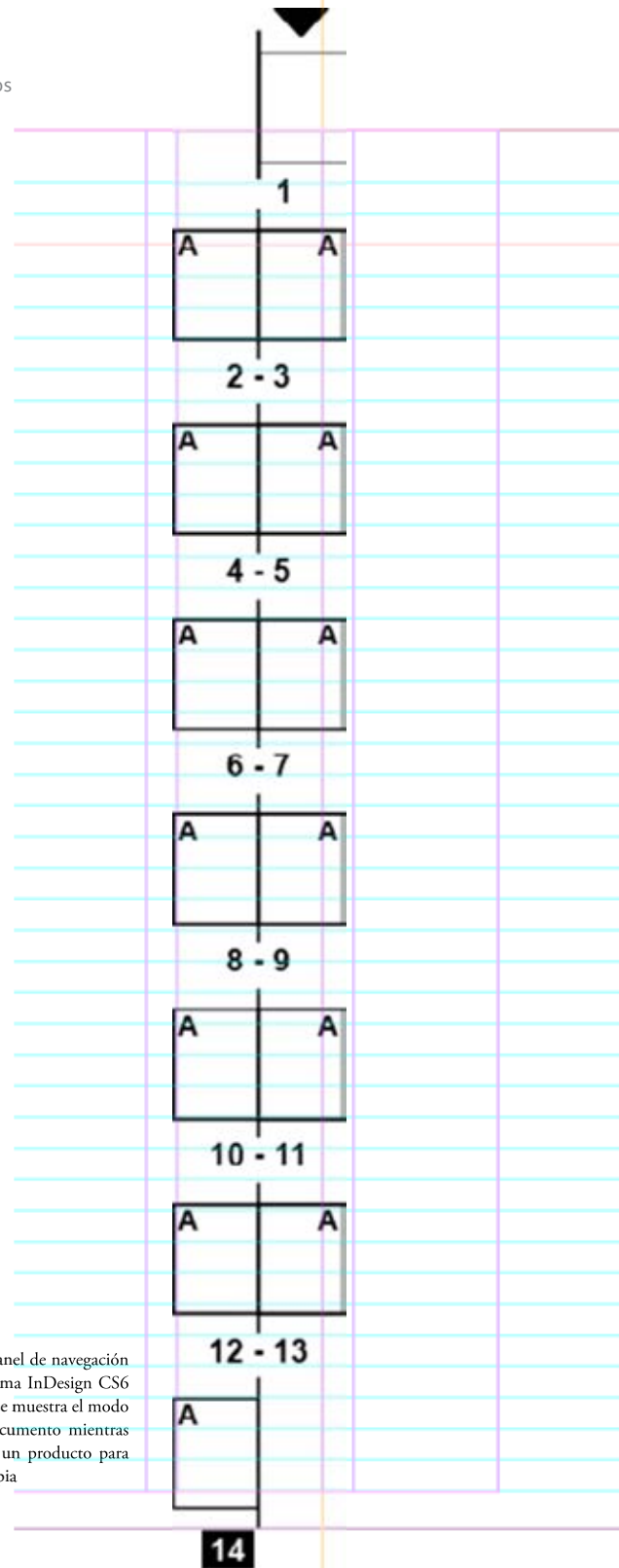


Figura 1. Impresión de pantalla, que muestra el panel de navegación de páginas dentro de un documento en el programa InDesign CS6 perteneciente a la compañía Adobe. En la imagen se muestra el modo en que el diseñador observa la estructura del documento mientras lo está elaborando, sin importar que se trate de un producto para impresión, un PDF, o un *E-book*. Elaboración propia

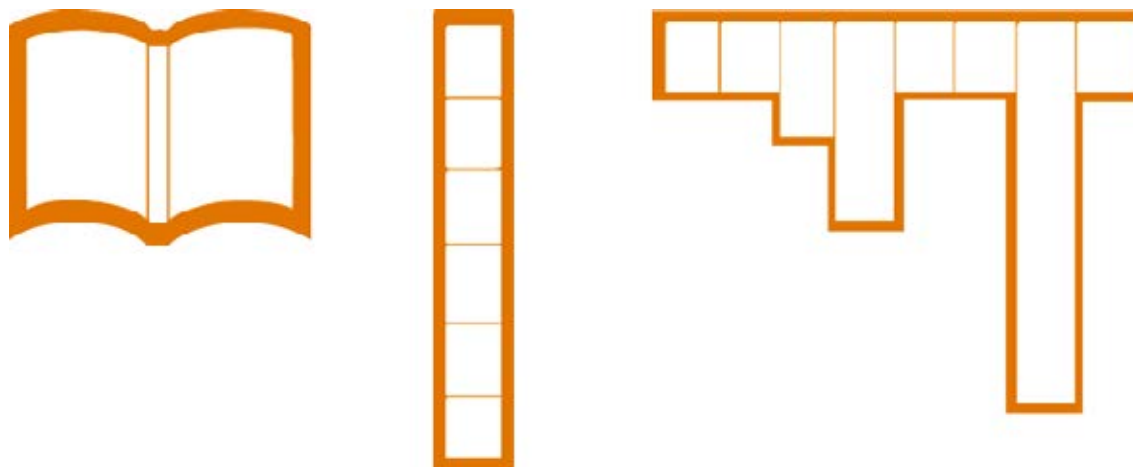


Figura 2. Abstracción de la estructura que el lector percibe durante la lectura un libro impreso (izquierda), de un PDF (centro) y de un E-pub (derecha). Elaboración propia

5. El documento de trabajo se organiza de manera distinta cuando se imprime en papel que cuando va a ser digital, al igual que sus *settings*, contenidos y requisitos de exportación.
6. Como resultado de estas observaciones se ha considerado que los productos editoriales con distintos soportes requieren un método de trabajo diferente.

Antecedentes

Desde hace décadas el mundo editorial, –al igual que algunas otras especialidades del diseño gráfico– ha experimentado una transición al mundo digital. Al principio, de forma lenta vimos pasar por el *scanner* las páginas de las obras más populares. Después las capacidades tanto de los dispositivos de lectura, como de la variedad de formatos de soporte y el software para su producción han ido trasformando el producto editorial digital en un artefacto comunicativo que Gutenberg nunca proyectó.

Sin embargo, algunos investigadores dirigen nuestra atención sobre las deficiencias de estos textos:

[...] aunque comparte muchas de las propiedades formales y sintácticas que otorgamos a la información, está peor adaptado para sustentar las propiedades semánticas que exige este modo informativo de lectura. Desde el punto de vista del diseño, en muchos casos todavía podemos hablar de ‘incunables digitales’ (Cordón, Alonso, Martín, 2010).

Según estos autores, los textos digitales desvanecen la referencialidad al no haber límites físicos entre documentos, obras completas, colecciones y sellos editoriales que permitan distinguir en la mente del lector digital las diferencias que sí se perciben en las versiones impresas.

Por su parte, el término “incunables digitales” se refiere al poco avance estructural que la digitalización de los textos ha aportado hasta hace poco, es decir, que el modo de concebirlos y transmitir mensajes sigue siendo el mismo en contraste con la avanzada tecnología involucrada en su producción, presentan pocas ventajas, al igual que aquellos primeros textos impresos llamados “incunables” mostraron escasas mejorías frente a sus antecesores manuscritos.

Aunque el texto electrónico tenga propiedades tales como la hipertextualidad, multimodalidad y virtualidad, entre otras, y cada lector elija un itinerario particular, seguimos procesando el discurso de manera lineal. (Cassany, 2012).

Para estos pensadores, el cambio aún no repercute sobre el lector y sus procesos para la lectura del mensaje, por lo que debe inferirse que la repercusión principal es sobre el diseñador de textos digitales quien ha ido adoptando las tecnologías y modificando el concepto del producto final al que llamamos libro, revista o periódico, así como las técnicas de producción. Otros dejan la puerta abierta:

En la actualidad la convergencia de tecnologías de la información y de la comunicación, además de la existencia de sofisticados programas de cómputo permite la producción y difusión de publicaciones electrónicas, pero ¿cuál es la concepción del libro en este contexto tecnológico y cuáles son las transformaciones que se dan tras la aparición del libro electrónico?

El modelo del libro impreso sirve como base para la estructura del electrónico, por lo que su distinción radica en su soporte físico y no en la estructura intelectual que presenta, aunque este aspecto no se ha descartado por completo. (Torres, 2003).

Hay que destacar que hasta aquí, hemos hablado de textos digitalizados y no de textos digitales interactivos (TDI) que son aquellos con propiedades interactivas, sin embargo, se propone continuar la discusión sobre conceptos necesarios para justificar la nomenclatura propuesta.

Una manera de iniciar el estudio es explorar cómo cambia la denominación junto con la realidad a la que se refiere: “Los primeros ‘Le’¹ surgen de la digitalización de libros impresos... Por supuesto existen algunas ediciones que se han creado totalmente electrónicas desde su origen” (Yáñez, 2004).

El interés de preservar y distribuir libros dio origen a la digitalización de textos que después se extendió a revistas, periódicos y otros productos editoriales.

El término *e-book* ha sido utilizado de muy diferentes maneras para describir dos realidades diferentes.

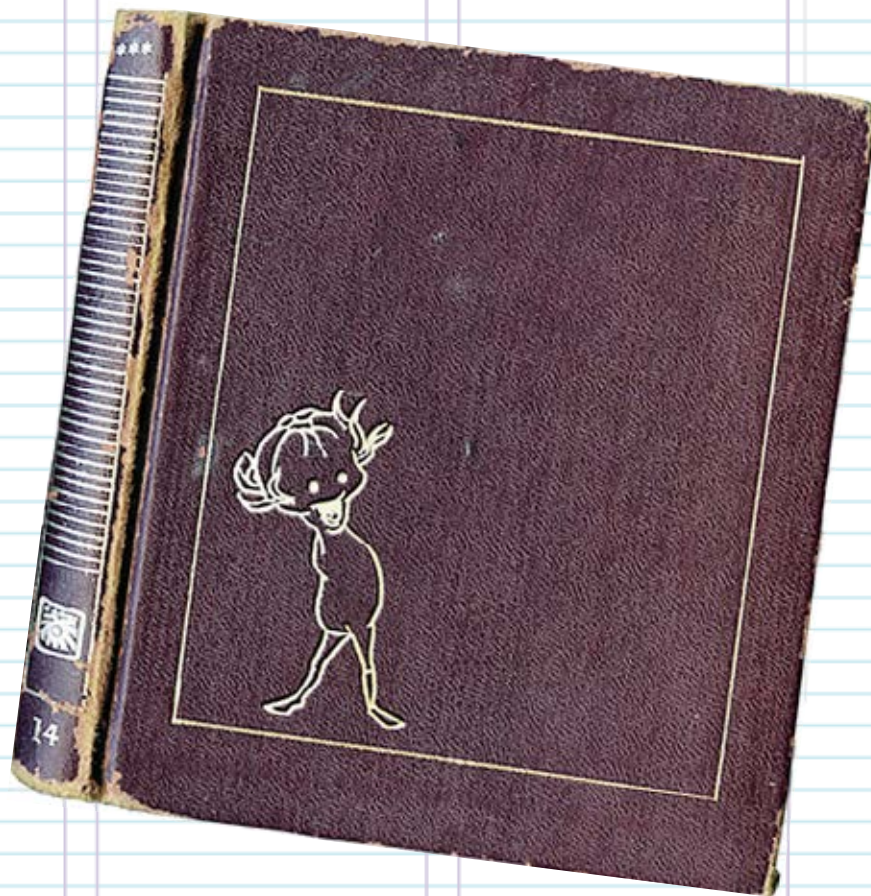


Figura 3. Impresión de pantalla que muestra la portada del texto digital interactivo *Duendes, magia y pixeles* elaborado por Isabel Salinas G. y Erika Meza J. (2011). El proyecto buscó preservar la estética de un libro impreso encuadernado, sin embargo, contiene las capacidades interactivas existentes al año de su creación

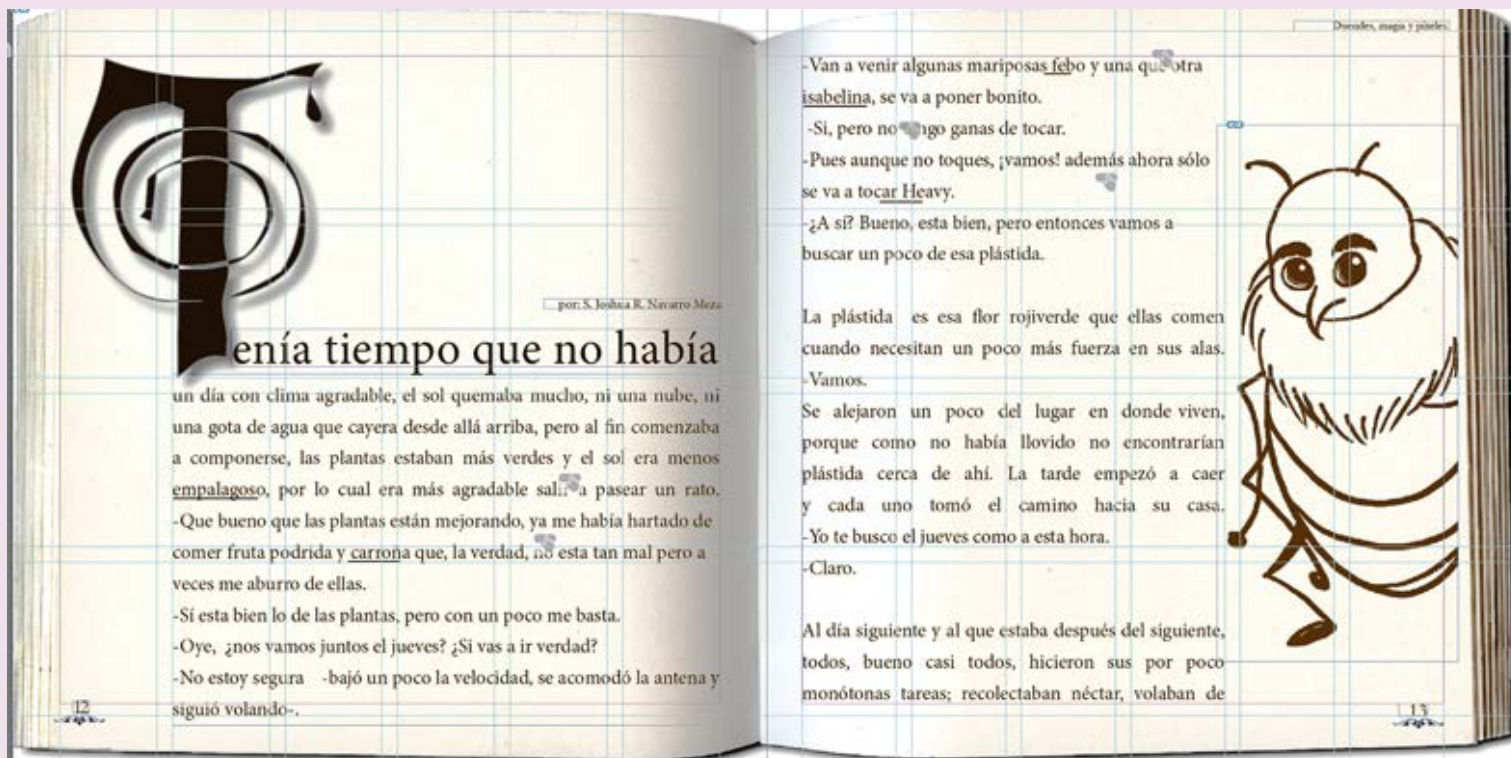


Figura 4. Impresión de pantalla del texto digital interactivo *Duendes, magia y pixeles* por Isabel Salinas G. y Erika Meza J. (2011). En las páginas de este proyecto se incluyen botones interactivos, hipervínculos y elementos animados, pero se preserva la estructura de libro impreso



Por una parte se refiere al dispositivo electrónico o hardware necesario para dar soporte al contenido y por otra al contenido textual, pero la definición se complica ya que también puede utilizarse para el texto electrónico que se lee desde el Internet mediante una PC convencional. (Cordon, Alonso, Martín, 2010).

Otros prefieren utilizar el término *E-book reader* para el "dispositivo capaz de almacenar y desplegar uno o varios libros" (Yáñez, 2004) y Le, libros electrónicos, *e-books*, e-libros, libros-e para referirse al contenido. Estas aproximaciones no implican ningún cambio en el tipo de lectura según Gamma y Reynel (Yáñez, 2004), se trata de "materiales que se enriquecen de algunos elementos multimedia, sin embargo, no resulta una limitante o distingo", de tal modo que los primeros textos aderezados de apoyos multimedia resultan ser los audiolibros o diccionarios de traducción a uno o más idiomas.

La terminología en el ámbito del libro electrónico ha evolucionado al mismo tiempo que los procesos de producción y recepción del mismo, incluyendo términos asociados a todos los espacios de la cadena editorial electrónica. (Gómez-Díaz, Cordón-García, Fernández, Arévalo, 2013).



Los mismos autores presentan la tabla siguiente (Tabla I), que se generó a partir de los datos arrojados al realizar búsquedas con diferentes términos, relativos al tema de los textos electrónicos en tres bases de datos distintas WOS, SCOPUS y LISTA², comparando las fechas de sus publicaciones.

Tabla I. Número de apariciones de los términos más frecuentes por años. Fuente: Gómez-Díaz, Córdón-García, Fernández, Arévalo, 2013

	80 - 84	84-89	90-94	95-99	00-04	05-06	10-11	TOTAL
<i>E-books</i>	0	0	0	16	322	682	232	1,252
<i>E-book</i>	0	0	3	20	267	448	262	1,000
<i>Electronic-books</i>	1	1	23	48	310	225	97	705
<i>Ebook</i>	0	0	0	16	133	189	84	422
<i>Ebooks</i>	0	0	0	5	98	201	81	385
<i>Electronic-book</i>	0	3	28	48	156	91	57	383
<i>Electronic publishing</i>	0	2	10	12	35	7	4	70
<i>Kindle</i>	0	0	0	0	0	32	36	68
<i>E-readers</i>	0	0	0	0	0	11	35	46
<i>E-book readers</i>	0	0	0	0	9	16	18	43
<i>E-reader</i>	0	0	0	0	0	8	33	41

Según O'Toole (2004), Ernst Posner señaló que la humanidad se ha comunicado por escrito usando como soporte algún tipo de ladrillo durante más de la mitad del tiempo y esta producción, si existiera aún, superaría en cantidad la de toda Europa durante la Edad Media. Es hasta 1999 cuando aparecieron los primeros dispositivos portátiles de lectura, en 2004 se inventó la tinta electrónica, en 2007 Amazon lanzó el Kindle, y en 2010 apareció el Ipad.

En la década de 1980 los términos *e-book* o *ebooks* no existían. A partir de la década siguiente, cuando la producción en los temas, objeto de estudio, sigue siendo baja, pero el análisis de los términos comienza a mostrar aspectos de interés, empiezan a surgir términos como *hyper-book*, *electronic book*, *electronic publishing*, y también los

primeros nombres de modelos como es el *Rocket* y *Sony electronic book*. En esta misma década encontramos los términos *ebooks*, *e-book* y *e-books*, aunque su frecuencia de aparición es baja (Gómez-Díaz, Córdón-García, Fernández, Arévalo, 2013).

De entre los textos digitales fueron las revistas científicas las que abrieron el camino, consolidándose como paradigmas irreversibles en el ámbito académico (Córdón-Alonso- Martín 2010); camino que fue seguido por los periódicos, libros y actualmente las revistas comerciales. Todos estos productos editoriales pueden valerse del medio digital para su divulgación y venta, pero no todos tienen la cualidad de la interactividad.

La terminología en el ámbito del libro electrónico ha ido evolucionando al tiempo que lo han ido haciendo los procesos de producción...

"Texto", el concepto que universaliza los géneros editoriales

Según el diccionario de la Real Academia Española (2017), se define como texto "todo lo que se dice en el cuerpo de la obra manuscrita o impresa, a diferencia de lo que en ella va por separado; como las portadas, las notas, los índices, etcétera."

En cambio "libro" proviene de *liber*, la palabra con que los romanos designaban la parte interior de la corteza de los árboles, que usaban como hojas para escribir. (Socca, 2015). El término se utilizaba mucho antes de que Gutenberg inventara la imprenta en 1454 y se aplicó durante siglos a los manuscritos elaborados sobre pergamino, piel de carnero, tablas de madera y hojas de seda, que en muchos casos tenían forma de rollo y no de cuaderno. El libro es pues, etimológicamente, la forma y no el contenido, de modo que podemos hablar de libros en blanco, pero no de textos en blanco.

La definición que se lee en el capítulo de Disposiciones Generales, artículo 1 de la Ley de Depósito Legal, aprobada en 2011 por la Comisión de Cultura del Congreso Español de Diputados (Gómez-Díaz, Cordon-García, Fernández, Arévalo, 2013), nos invita a replantear las ideas sobre lo que texto y libro significan en la era digital.

Libro: Obra científica, artística, literaria o de cualquier otra índole que constituye una publicación unitaria en uno o varios volúmenes y que puede aparecer impresa o en cualquier soporte susceptible de lectura. 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.

*El libro es pues,
etimológicamente,
la forma y no el contenido...*

No todos los textos digitales son interactivos

De lo interactivo se deduce la capacidad de participación por parte del receptor, con la consiguiente modificación del mensaje original, que es reconstruido según los intereses e interpretaciones del último decodificador (*sic*); algo que nos lleva a cuestionarnos la alteración de la idea de autoría. Nos referimos a un nuevo autor-creador que se caracteriza por su pluralidad (Caldevilla Domínguez, 2011).

Definir los TDI implica también describir sus características, sistemas y funciones. A continuación se describen las características que los hacen ser interactivos:

	índice interactivo	Texto-ajustable	Vínculos	Cornisas	Hipermedia	Animación	Botones*	Apariencia de papel	Formato ajustable
PDF	si	no	si	si	no	si	si	si	si
WEB	si	no	si	si	si	si	si	si	si
LIT	si	si							
AZW	si	si	si	no	no	si	si	si	si
BBeB	si	si	si	no	no	si	si	si	si
CBR/CBZ	no	no	no	no	no	no	no	no	no
MOBI	si	si	si	si	si	si	si	si	si
ePUB	si	si	si	si	si	si	si	si	si
.DOC	si	si	si	si	no	si	si	si	si
.TXT	no	si	no	no	no	no	no	no	no

Tabla II. En esta tabla de elaboración propia se muestran los distintos formatos de textos digitales y las características que lo hacen interactivo.
* Que accionan contenido de imágenes tablas y gráficos

Formato	Compañía	Dispositivo nativo	Otros dispositivos donde corre	Editorial	Tipo de producto
PDF	Acrobat	Kindle	Ipad, androidPC, iOS	N/A TODAS	Todo tipo de producto editorial
WEB	N/A	PC	Android, iOS	N/A	Todo tipo de producto editorial
LIT	Microsoft	PC	N/A	N/A	Libro
AZW	Amazon	Kindle	Ipad, androidPC	Amazon	Libro
BBeB	Sony	Sony reader	Ipad, iOS, androidmicrosoft mobile	Sony Reader store	Libro
CBR/CBZ	-	PC	Ipad,iOS, androidmicrosoft mobile	Comic Zeal, Comic View. Comic FlowComicrack, Komik. Perfect viewer, comic Time, Comic Book reader, CD, Marvel	Cómic
MOBI	Mobipocket			Barnes & noble	Libro
ePUB	IDPF	Ipad	iOS, android microsoft mobile	Ibook	Revista/ libro
.DOC	Microsoft	Office	N/A	N/A	Todo tipo de producto editorial
.TXT	Microsoft	Office	N/A	N/A	Todo tipo de producto editorial

Tabla III. En esta tabla de elaboración propia se muestran los distintos formatos de textos digitales, la compañía a la que pertenecen, los dispositivos para su lectura, editorial que los respalda y los productos editoriales que publican

Por otra parte, se encuentran los repositorios de textos donde los autores, creadores, o editores independientes de las grandes compañías pueden publicar por medio de la creación de una cuenta gratuita. Entre las plataformas de autopublicación y distribución para las grandes tiendas en la web figuran por ejemplo, Smashwords, Author Solutions para la publicación de *Ebooks* y Lulu Enterprises junto a CreateSpace que publica de modo mixto libros y *Ebooks* (Zitello, Zena 2013). Estos repositorios tienen resueltas las vías para eliminar intermediarios (como editores o diseñadores), pero no siempre ofrece capacidades interactivas en sus productos, (ver Tabla IV, sig. pág.).

Nombre del repositorio	Archivos que acepta	¿Qué tipo de texto genero?	Gratuito para autor	Gratuito para el lector	Con capacidad para comentarios/o valoración para los lectores	Pase de página interactiva si/no	Navegación interactiva	Multimedia	Acceso directo a hiperlinks	Soporta animación	Permite escribir notas o subrayados
Bebookness	.html,.docx	libro	si	no	si	no	no	no	no	no	no
Movellas	.html	libro	si	si	si	no	no	no	no	no	no
Bobuk	.Pdf	libro	si	no	si	no	no	no	no	no	si
Fanfiction	.html	libro	si	si	si	no	no	no	si	no	no
Ediciones-milebee	.docx	libro	si	no	si	no	no	no	si	no	no
Lulu	.docx, .html.	libro	si	no	si	no	no	no	no	no	no
Wattpad	.html	libro	si	si	si	no	no	si	no	no	no
Wattpad para celular	.html	libro	si	si	si	si	si	no	no	si	no
Megusta escribir	.html	libro	si	si	si	no	no	no	no	no	no
Falsaria	.html	libro	si	si	si	no	no	no	no	no	no
Leanpub	.txt,	libro	si	no	si	no	no	no	no	no	no
Createmybook	.Pdf	libro	si	no	no	no	no	no	no	no	no
Casa del libro	.html, .pdf	libro	si	no	si	no	no	no	no	no	no
Kdp.Amazon	.thml	libro	si	no	si	no	no	no	no	no	no
Lightwitch	.pdf, .txt	libro	si	no	si	no	no	no	no	no	no
Figment	.html	libro	si	si	si	si	no	no	no	no	no
Sweek	.html	libro	si	si	si	si	no	no	no	no	no
linkspired	.html	libro	si	si	si	si	no	no	no	no	no
Amazon-write-on	.html	libro	si	si	si	no	no	no	no	no	no
Issuu	.pdf	revista, periódico	si/ premium	si	si	si	si	no	no	no	no
Autor solutions		libro	si/ premium/ support	no	si/ sólo autores	si	si	no	no	no	no

Tabla IV. En esta tabla de elaboración propia se muestran los repositorios existentes para textos digitales de creadores independientes y sus características

En 2017 Adobe System Incorporated, la compañía líder en desarrollo de software para diseño gráfico, agregó a su producto InDesign CC2017, que es el estándar profesional para la creación de textos, la capacidad de hospedar textos digitales interactivos a través de su *Publish Online Dashboard* incluido en la cuenta de cada usuario. Este repositorio permite, a cada desarrollador, conservar absolutamente todas las características interactivas (señaladas en la Tabla II), tanto para dispositivos móviles como para los fijos, y permite publicarlos por medio de redes sociales, correo electrónico, o generar un código para incrustar en cualquier página web, es decir, sin necesitar de un hospedaje de terceros, y sin necesidad de exportar archivos locales, renderizar o adjuntar recursos multimedia ni tipografía. Representa la simplificación más destacada para la publicación de TDI desde la perspectiva de los diseñadores quienes que ya no dependen de una *web master* o de un repositorio externo, pudiendo ser gestores y editores de sus productos.

“Recordemos cómo hemos escuchado música en los últimos años y cómo el soporte físico ha influido en el contenido”

Distintos soportes, requieren diferentes métodos

Daniel Cassany explica cómo el soporte físico ha influido en el producto. “Recordemos cómo hemos escuchado música en los últimos años y cómo el soporte físico ha influido en el contenido” y en los autores que compusieron obras pensando en las unidades de consumo y tiempos de reproducción del concepto “álbum musical”.

Tabla V. Comparativo sobre cómo el medio de reproducción y venta ha influido sobre la composición musical. Elaboración propia

Soporte	Unidad de consumo	Tiempo	Lugar de adquisición
Vinilo	<i>long play</i>	45 min.	tiendas
CD	compendios de antología	80 min.	tiendas físicas y <i>online</i>
iTunes	canción suelta	indefinido	<i>online /streaming</i>

En ese sentido, explica Cassany: [...] resulta curioso recordar el pleito que Pink Floyd ganó a la discográfica EMI en 2010 porque comercializaba canciones sueltas en internet del álbum *The dark side of the moon*, publicado primero en vinilo. El grupo inglés consideraba que al tratarse de una obra unitaria no se podían vender las canciones por separado. Haciendo una analogía entre la música y las obras escritas, el autor se pregunta si seguiremos leyendo novelas de más de 200 páginas, o si el cuento o el poema continuarán usando sólo palabras cuando es tan fácil integrarle fotos, video o audio. (Cassany, 2012). Leer y escribir

son tareas bastante diferentes si se desarrollan en línea. Los escritos se diversifican y sofistican en la red. Seguimos usando los mismos verbos (leer y escribir) para referirnos a tareas distintas, más complejas y poderosas. (Cassany, 2012) Si el TDI contiene todas estas características, entonces transmite el mensaje de una forma diferente. Según Carrillo (2004) las culturas orales basan su comunicación en la conservación de patrones y las culturas alfabéticas lo hacen en el análisis y fragmentación de los mensajes, es decir, eliminar de la conciencia el acto de lectura es cualidad de la sociedad que se comunica por medio de la tecnología

multimedática al transmitir experiencias multisensoriales, en donde el conocimiento y la información son experimentados, más que razonados o repetidos.

En una sociedad ágrafa —la que no escribe— se utilizan recursos como refranes, proverbios, aforismos para memorizar. En nuestra situación alfabética literata es necesario conocer el código para abstraer el mensaje, lo cual implica más un razonamiento que un conocimiento. En la época eléctrica se agrega el estímulo sensorial luz, color, sonido, donde lo que pensamos proviene de lo que vemos y sentimos no de lo que razonamos. (Carrillo, 2004).

En consecuencia, la propuesta de estas páginas es que los TDI son cualquier producto del diseño editorial (libros, revistas, periódicos) que no haya sido editado para su impresión en papel sino específicamente para su lectura en una pantalla, y que contenga además apoyos multimedia con los que sea posible interactuar a través de elementos visuales, ya que esta cualidad de lectura no lineal es la que abre la posibilidad de que la transmisión del mensaje sea intervenido por el diseñador.

*... las culturas orales basan su
comunicación en la conservación
de patrones...*

Conclusiones

Es conveniente para los diseñadores considerar a los textos digitales con capacidades interactivas como un nuevo producto editorial con características estructurales propias, a partir de lo cual es necesario estructurar un método propio para su elaboración; que si bien puede fundamentarse en la metodología del diseño editorial impreso y en los criterios del diseño para página web, deberá responder a problemáticas que no se han presentado en estos otros medios emparentados.

Se propone la acuñación del término TDI para denominar a este artefacto comunicativo, cuyo mensaje se transmite a través de la combinación de lenguaje escrito, animación, audio, video, *links*, *hyperlinks* y gráficos; todos ellos con la posibilidad de ser activados a voluntad del lector. Y que se decodifica no sólo a través de la lectura lineal del lenguaje escrito, sino a través de la vivencia o experimentación sensorial de sus mensajes.



Notas

1. "Le" al referirse a: libros electrónicos, *e-books*, e-libros, libros-e. (Yáñez, 2004, p.48).
2. Conocida como WOS y por su nombre extenso Web of Science, Scopus sin nombre extenso es la base de datos propiedad de Elsevier, lista es la Library Information Science And Technology Abstracts producida por Ebsco.

Bibliografía

- Carrillo Canán, A.J.L (2004). *La escritura y la estructura de la percepción*, revista Elementos 54, p.3-9.
- Cassany, D. (2012). *En línea. Leer y escribir en la red*. Barcelona., España: Anagrama, Colección Argumentos.
- Cordón-García, J.A., Alonso-Arévalo, J. y Martín-Rodero, H. (2010). *Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital*, en Anales de Documentación, 2010, 13, p. 53-80.
- Gómez-Díaz, R.; Cordón-García, J.A.; Jarvio-Fernández, A.O.; Alonso-Arévalo, J. (2013). *Análisis terminológico a través de la producción científica relativa a los libros electrónicos*. En revista Española de Documentación Científica, 36(1): en 002. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.3989/redc.2013.1.889>
- Caldevilla Domínguez, D. (2011). *La aparición del libro electrónico (e-book) y su repercusión en el libro tradicional*. En Revista Especializada en Periodismo y Comunicación. 1(30), 2011, p. s/n
- Torres Vargas, G. A. (2003). *El libro en la era electrónica*, en Biblioteca Universitaria. 6(1), enero-junio, 2003, 22-27.
- Real Academia Española (2017). *Diccionario*
- O'Toole, J. M. (2004). *Back to the Future: Ernst Posner's. Archives in the Ancient World*, en The American Archivist, (67), 2004, pp. 161-175.
- Yáñez, J. A. (2004). *El libro electrónico, nueva herramienta para el aprendizaje (estado actual y perspectiva)*, en Biblioteca Universitaria. 7 enero-junio, pp. 48-55
- Zitello, M y Zena M. (2013). *El impacto de un nuevo soporte y su efecto en los consumidores de bienes culturales. Una mirada a la industria editorial*, en Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, (38), 2013-2. Recuperado de: http://dx.doi.org/10.5209/rev_NOMA.2013.v38.42910