



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 3º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[Santiago 2000 - Jornadas de la Asociación Internacional
de Jóvenes Investigadores en Comunicación]

La edición electrónica en España: sueño cumplido o quimera para el nuevo milenio

Lic. Nati Ramajo Hernández ©

Profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y de Publicidad

Universidad Autónoma de Barcelona

Natividad.Ramajo@uab.es

Quimera: (del lat. chimaera, del gr. chímaira, monstruo fabuloso). Animal fantástico con cabeza de león, cuerpo de cabra y cola de dragón, que vomitaba llamas (1).

La mitología clásica siempre nos ha proporcionado toda suerte de monstruos y animales imposibles que, con el pasar de los siglos, hemos ido incluyendo en nuestro vocabulario, olvidando en muchos casos sus referentes. Este animal fantástico que es la quimera es una prueba de ello. Cuando nos referimos a ella difícilmente visualizamos una cabeza de león, un cuerpo de cabra y una cola de dragón vomitando llamas aludimos a esa ilusión, alucinación o visión que concebimos como real.

Traslademos la metáfora al caso que nos ocupa. La intención del presente trabajo es la de analizar el estado actual de la edición electrónica en España y ver cuál puede ser su evolución, en definitiva, saber si tendremos que convivir con una quimera inteligentemente disfrazada con atuendos de realidad o si, por el contrario, la ensoñación se habrá materializado.

La edición electrónica española en la década de los 90

Durante la década de los 90, en el ámbito mundial se viven unos momentos de expansión en el campo de la edición electrónica. Los factores para ello son múltiples: consolidación de formatos (esencialmente CD-ROM y más tarde DVD), masiva introducción de las nuevas tecnologías en los hogares (con el PC como abanderado), popularización de los videojuegos (a través de las videoconsolas y del ordenador) y generalización en el uso de Internet, entre otros.

Si echamos un vistazo a la década anterior comprobaremos que esta expansión es realmente púber. Tan sólo unos años antes, en 1985, aparecía el primer producto mundial en CD-ROM. Se trataba de *Bibliofile* de la empresa Library Corp. Era una aplicación totalmente bibliotecaria, consistente en registrar el catálogo MARC (Machine Readable Cataloguing) de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos. *Bibliofile* no tuvo nunca la intención de ser comercializado. La primera aplicación que sí se pensó realmente para el gran público fue la *Electronic Encyclopedia* de la Editorial Grolier. Este título apareció sólo un año después que *Bibliofile*, en 1986. La *Electronic Encyclopedia* contenía todos los textos de la *Academic American Encyclopedia* (20 volúmenes y más de 30.000 artículos). Por lo que respecta al caso español, el primer CD-ROM sale a la luz a finales de los 80. Es el *Diccionario de Medicina* de la Editorial Marín y es seguido poco después por el *Diccionario Multilingüe* de la Editorial Anaya.

Antes del uso masivo en CD-ROM se habían hecho intentos para trasladar los contenidos multimedia al formato analógico del videodisco. Pero, eso es prácticamente la prehistoria de la edición electrónica.

Como se observará, desde lo que podríamos denominar el nacimiento de la edición en formato digital hasta los momentos de expansión de fin de siglo, nos estamos refiriendo a un período de tiempo claramente reducido. En estos escasos diez años, desde la aparición del primer CD-ROM en 1985, en España se contabilizan ya 525 títulos en formato electrónico (2) y la cifra

sigue aumentando hasta los más de 1.500 de 1998. Huelga decir que, tal y como se observa en la tabla número 1, al referirnos a títulos en formato electrónico estamos englobando bajo ese epígrafe tanto al CD-ROM, DVD, CD-I, CD-Photo como al disquete tradicional.

A continuación analizaremos cuál es el peso específico de cada uno de estos soportes en el mercado, pero antes de seguir, en este punto es importante manifestar que los datos con los que vamos a trabajar a lo largo de todo el artículo corresponden a los registros del ISBN. En España no existe ningún organismo oficial específico al que dirigirse para inscribir una obra en formato electrónico. La única posibilidad es recurrir a la Agencia Española del ISBN (International Standard Book Number) y conseguir que asignen un número a la obra en cuestión. Debido a que ISBN es un registro pensado para libros, sólo se podrán inscribir en él las creaciones electrónicas que cumplan con la filosofía divulgativa, educativa, informativa y de entretenimiento que propugna la Agencia. Es decir, los videojuegos, por ejemplo, quedan excluidos de este censo.

Los diez años a los que hacíamos referencia anteriormente, los que van desde la aparición mundial del primer CD-ROM hasta mediados de los 90, realmente no pueden ser considerados como años fértiles desde el punto de vista de la producción en CD-ROM en nuestro país. En España no se tiene constancia censal en el ISBN de títulos en formato CD-ROM hasta 1994. Eso no quiere decir que antes no se hubiera producido nada en ese soporte, prueba de ello son las experiencias llevadas a cabo a raíz de los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Expo de Sevilla en 1992, donde se utilizaron los actos culturales y deportivos como plataforma de I+D, de experimentación tecnológica y creativa. También se ha de tener en cuenta que en el período comprendido entre 1985 y 1994 la edición electrónica en España se dirigía hacia soportes analógicos (videodisco) y disquetes de más fácil divulgación entre el público. Sea como sea, la producción en estos soportes era reducida, y en CD-ROM completamente residual por varios motivos, el más importante de ellos porque no existía una plataforma lo suficientemente desarrollada de lectores ópticos en manos del gran público, por lo que aventurarse por estos caminos era sinónimo de fracaso comercial.

Si nos centramos en la tabla número 1 veremos que, comparativamente, la evolución del CD-ROM desde 1994 frente a los demás formatos es más que notoria. Sólo en ese año, en 1994, la producción es superada por la de disquetes. A partir de ese momento, el CD-ROM es el rey de la edición electrónica en España. Como muestra, simplemente, observemos las últimas cifras computadas, las de 1998. Durante ese ejercicio se han editado diez veces más CD-ROMs que obras en cualquier otro soporte (un 85% del total).

El motivo es evidente: el parque de lectores ha crecido exponencialmente durante la segunda mitad de la década debido, en primera instancia, al abaratamiento del producto y a que el fabricante ya proporciona el lector integrado en el ordenador. A ello se suma la mejora en la calidad de los títulos y su reducción en el precio. Si todo esto lo complementamos con la familiarización que tiene el gran público con las nuevas tecnologías (Internet, fundamentalmente) y sus usos, es lógico pensar que en la segunda mitad de los 90 el CD-ROM sea el elemento preferido, tanto por el consumidor como por el productor. No hay otro formato que proporcione lo que él en esos momentos.

Tabla nº 1: Evolución del mercado electrónico en España en la segunda mitad de los 90 (3)

| | CD-ROM | DVD | CD-I, CD-Photo | Disquetes | Total |
|-------------|--------|-----|-------------------|-----------|-------|
| 1994 | 97 | -- | -- | 123 | 220 |
| 1995 | 300 | -- | 24 | 201 | 525 |
| 1996 | 598 | -- | 31 | 120 | 749 |
| 1997 | 657 | -- | 2 | 150 | 809 |
| 1998 | 1.290 | 101 | 2 | 120 | 1513 |

Fuente: Agencia Española del ISBN.

Aunque el CD-ROM es el formato elegido por los editores españoles durante la segunda mitad de los 90, existen otros soportes electrónicos que aparecen y paulatinamente van muriendo, se mantienen en un discreto segundo plano o bien nacen con grandes expectativas de consolidación durante la próxima década.

Referente al primer grupo, es innegable que el CD-I y el CD-Photo nunca han copado un segmento importante de la producción electrónica en nuestro país. Los desarrolladores del CD-I, Philips y Sony, a pesar de ser dos empresas internacionales potentes, no supieron en su momento llevar a cabo una buena política para su introducción en el mercado. El CD-I estaba pensado para el consumo del gran público, eliminando la barrera que podía suponer el ordenador gracias a su conexión directa al televisor y a su facilidad de manejo, identificándose claramente con el ocio familiar al trasladar su ubicación del lugar de trabajo (ordenador más CD-ROM) al salón de la casa. El más claro ejemplo de ello es que un porcentaje elevado de los títulos disponibles en CD-I corresponden a películas.

Por lo que respecta al CD-Photo, su vida aún ha sido más breve, si cabe. La pretensión inicial de la mano de Kodak era la de convertirlo en un sustituto del álbum de fotos, debido a la alta resolución de las imágenes que proporcionaba. Pero los intentos han quedado en eso, en meros intentos. Ambos formatos tuvieron su momento de gloria en 1996 con 31 títulos censados (un escasísimo 4% de la producción de aquel año), pero desde entonces el interés por ellos ha bajado en picado, limitándose a tan sólo dos registros.

El segundo grupo es el formado por un elemento de la edición electrónica, el disquete, que ha sabido encontrar un hueco en este sector. Su producción se ha mantenido estable durante estos años, siendo la segunda en importancia, aunque es cierto que en ningún momento el disquete puede poner en peligro la supremacía del CD-ROM, ya que por el simple hecho del almacenamiento se encuentran a enorme distancia. Pero, sí es verdad que el disquete es el vehículo idóneo para ciertas obras que no precisan de gran memoria ni de virtuosismos multimedia e interactivos. Son creaciones modestas que suelen ir acompañadas por textos impresos a los que complementan. De hecho, aunque aparezcan en los registros del ISBN, ya que están sustentadas por un soporte electrónico, no pueden situarse al mismo nivel que los otros formatos que describimos en la tabla número 1.

Finalmente, en 1998 entró en escena el que indudablemente ha de ser el continuador del CD-ROM. El DVD supera enormemente la capacidad de almacenamiento del primero. Como depósito de imágenes digitales en movimiento, capacidad multimedia e interactividad es el ingrediente idóneo que necesitábamos en nuestra receta digital para substituir al vídeo doméstico y al CD-ROM.

En un sólo año ha conseguido introducir 101 títulos en los registros del ISBN (un 6'5% del total) o, lo que es lo mismo, en el mercado. Este dato puede parecer espectacular (no por el porcentaje al que hace referencia, sino por la aparición repentina de más de cien obras), pero hay que matizarlo. Todos estos títulos son de una misma editorial, Planeta. La gran mayoría de ellos no son obras producidas en España, sino que corresponden a lo que se denomina adaptación-traducción. Es decir, la empresa española compra los derechos de autor para su adaptación al castellano a una firma extranjera. En este caso, las obras adquiridas son documentales de National Geographic y obras de referencia. El por qué Planeta decide introducir en el mercado una cantidad tan elevada de creaciones en un formato nuevo es bien sencillo: debido a su dinámica de negocio tan particular (el puerta a puerta, además de los tradicionales puntos de venta), posee una red de distribución eficaz, con credibilidad y extensible a todo el territorio nacional.

De todo lo explicado hasta este punto se deduce que la edición electrónica pasa en nuestro país por unos momentos de expansión. Decir que estos buenos vientos que soplan son preludio de un período de bonanza económica aún es arriesgado, porque las empresas editoras están sujetas a múltiples factores externos, el más importante de ellos el de la distribución. Lo que sí parece cierto es que la bonanza es de tipo creativa y éste es un primer paso para la mejora económica.

Además de lo antes expuesto, la edición electrónica convive con otros soportes que en determinados momentos pudieran interesar más a los productores como medio de difusión. En la tabla número 2 vemos cuáles son esos soportes. Hasta 1997 se observa un predominio de las microformas (el 55'5% del total), siendo mucho menor el papel desempeñado por lo que la Agencia Española del ISBN califica como videolibro, audilibro o las populares diapositivas de nuestra infancia. Estos sistemas no son interactivos ni tampoco multimedia, pero tradicionalmente han desempeñado un papel concreto, especialmente en el área de la educación. Sin embargo, en el último ejercicio computado, y siguiendo la línea ascendente del CD-ROM y el DVD, se aprecia el cambio de tornas. Al margen de la edición tradicional impresa (con la que ningún otro soporte es capaz de competir ni de acercarse mínimamente a sus cifras de producción y ventas) sólo los formatos electrónicos (con el 55'3%) están en disposición de crecer y llegar a ser piezas claves en el mundo editorial.

Tabla nº 2: Edición en otros soportes además del electrónico

| | 1997 | 1998 |
|----------------------------|-------|-------|
| Edición electrónica | 809 | 1.513 |
| Microformas | 1.348 | 992 |
| Videolibro | 130 | 126 |
| Audilibro | 133 | 92 |
| Diapositivas | 2 | 10 |

Fuente: Agencia Española del ISBN

Directamente relacionado con este apartado, hay que señalar el estudio llevado a cabo anualmente por el Gremi d'Editors Catalans (4) sobre la producción editorial en España (tabla número 3). Este trabajo viene a corroborar lo antes apuntado por los datos del ISBN. De las 624 editoriales encuestadas por el Gremi d'Editors en 1998, un 28% utilizaban, además del papel, otros

soportes (ya fuesen electrónicos o no) para la difusión de sus obras. Podía ocurrir que una misma empresa desarrollara títulos en más de un soporte alternativo a la impresión tradicional.

Como se puede comprobar en el siguiente cuadro, el método de edición alternativo preferido es el CD-ROM (54'8%), seguido de cerca por el vídeo (44'1%) y el cassette (43'6%). Con respecto al DVD, sólo el 2'8% de las empresas encuestadas lo utilizan habitualmente. Éste es un claro ejemplo de la juventud del producto en el mercado español.

Tabla nº 3: La edición en soportes no tradicionales, según el Gremi d'Editors Catalans

| | |
|-----------------------|-------|
| CD-ROM | 54'8% |
| CD-I | 13'4% |
| DVD | 2'8% |
| Disquete | 30'1% |
| En línea | 8'4% |
| Vídeo | 44'1% |
| Audio | 43'6% |
| Otros soportes | 9'1% |

Fuente: Comercio Interior del Libro en España, 1999

Avancemos un poco más en el análisis del sector de la edición electrónica en España. Hasta ahora hemos visto cuál ha sido la evolución de los formatos y cuál será, casi con seguridad, el sistema que se impondrá en los próximos años. Pero es interesante reflexionar unos segundos sobre quiénes están detrás de esas producciones. Al igual que ocurre en el sector editorial tradicional, el modelo tipo de editor electrónico está caracterizado por la atomización. Son múltiples las compañías que se dedican a este quehacer. En la tabla número 4 se aprecian tres universos diferenciados. Por un lado, el constituido por los organismos oficiales de la administración (ya sea central, autonómica o local); por otro el de las instituciones (un cajón de sastre en el que tienen cabida desde fundaciones, centros de enseñanza, universidades, asociaciones o bien entidades difíciles de enfardar); y finalmente, el de las editoriales y autores independientes.

Tabla nº 4: Modelo tipo de editor electrónico

| | 1997 | 1998 |
|---|-------------|-------------|
| Org. Of. Administración Central | 19 | 55 |
| Org. Of. Administración Autonómica | 21 | 85 |
| Org. Of. Administración Local | 8 | 10 |
| Instituciones públicas | 45 | 112 |
| Instituciones sin ánimo de lucro | 32 | 86 |
| Autor-Editor | 10 | 31 |
| Pequeñas Editoriales | 213 | 398 |
| Medianas Editoriales | 313 | 502 |
| Grandes Editoriales | 148 | 234 |

Fuente: Agencia Española del ISBN

El lugar destacado en cuanto a número de títulos publicados corre a cargo de los que están más habituados a las tareas de difusión: las editoriales (con 1.165 títulos aparecidos en 1998, correspondientes al 77% del total), seguidas muy de lejos por las instituciones (198 obras, un 13%) y organismos oficiales de la administración (150, que hacen referencia al 10%).

Es reseñable el papel que juegan las pequeñas y medianas editoriales en la dinamización del sector. Por definición, son sinónimo de PYMES. ISBN entiende por editoriales medianas aquellas que tienen una previsión de publicación de entre 1.000 y

100 títulos diferentes durante el año en vigor. Esto no quiere decir que todos esos títulos aparezcan en el mercado en formato electrónico. La gran mayoría lo harán impresos y sólo un porcentaje reducido lo hará en CD-ROM, DVD, etc. Las editoriales pequeñas tienen una previsión de publicación de menos de 100 títulos.

Introducirse en el mercado electrónico es complicado y lo es mucho más para estas empresas (PYMES) con plantillas reducidas y con capital social y de inversión también reducido. Según los datos de ISBN, este grupo, el formado por empresas modestas, configuran el 64'5% del total. No lanzan más de dos títulos por año, frente a los más de diez de media de los editores con mayor capacidad (el 12'5% restante de ese 77% antes apuntado). Las tres compañías que aparecen en los primeros puestos de productividad en 1998 son La Ley-Actualidad, Editorial Planeta y Editorial Aranzadi, todas ellas con más de cien títulos difundidos.

Para acabar con el apartado dedicado a los editores electrónicos es preciso hacer una mención especial a la función que adquieren los organismos oficiales de la administración en este cometido. Si las PYMES se convierten en dinamizadores, la administración se ha de perfilar como garante y protector de un mercado en expansión. Es normal que la edición electrónica resulte atractiva para los organismos públicos que por definición deben sumarse a aquellas tecnologías punteras en la difusión de conocimientos. Pero no sólo han de librar la función de editores. También desde la óptica de la promoción (a través de subvenciones) pueden ayudar al crecimiento del mercado. Esta es una de las líneas acometidas por la Unión Europea (aunque bastante modesta en comparación con otras actuaciones en el sector de las nuevas tecnologías), esencialmente desde el lanzamiento del Cuarto Programa Marco de Investigación y Desarrollo Tecnológico (1994-1998).

Sólo, a modo de ligeras pinceladas, vamos a señalar alguno de los proyectos emprendidos por la UE. El más importante de ellos ha sido Info 2000, un programa iniciado en 1996 y que acaba este año. Esta acción está encaminada única y exclusivamente a la promoción de los contenidos de información multimedia (ya sean en CD-ROM o a través de Internet) dentro de las fronteras europeas, incentivando la cooperación entre empresas de diferentes países. De los 80 proyectos aceptados, 17 han contado con presencia española (algo más del 21%). Un par de años antes, el programa Impact 2 lanzaba una convocatoria similar. De los 21 diseños llevados a cabo, en 5 había participación española (el 24%). Aunque ésta no es la mejor promoción que se puede esperar de los organismos públicos, es un primer paso que no podemos desdeñar.

Antes de terminar esta incursión por el sector de la edición electrónica en España nos vamos a detener en dos últimos aspectos: el de la distribución geográfica de los editores y el de la temática más usual de las obras publicadas.

Madrid es la comunidad autónoma más prolífica en esta actividad, llegando prácticamente a concentrar el 50% de la producción nacional (exactamente un 49'5%). A bastante distancia le sigue Cataluña (un 23'5%), a pesar de ser una de las comunidades más dinámicas en el terreno editorial. Ya en un tercer plano se encuentra Navarra (6'8%), Castilla y León (5'5%), Andalucía (5'2%) y el resto del territorio nacional (9'5%).

Tabla nº 5: Comunidades autónomas con más presencia en la edición electrónica

| | 1997 | 1998 |
|------------------------|------|------|
| Madrid | 445 | 748 |
| Cataluña | 136 | 358 |
| Navarra | 39 | 104 |
| Castilla y León | 35 | 80 |
| Andalucía | 40 | 79 |

Fuente: Agencia Española del ISBN

Por lo que respecta a los contenidos más comunes de las obras editadas en formato electrónico, el sector más atractivo es el de las ciencias sociales (64'5% del total), seguido a distancia por la ciencia y la tecnología (22%). El resto de áreas no superan el 5%.

Tabla nº 6: Temática de la edición electrónica

| | 1997 | 1998 |
|---------------------------|------|------|
| Infantil y juvenil | 19 | 49 |
| Textos escolares | 79 | 49 |
| Creación literaria | 9 | 11 |

| | | |
|-----------------------------|-----|-----|
| Ciencias Sociales | 485 | 979 |
| Ciencia y Tecnología | 170 | 335 |
| Tiempo Libre | 45 | 86 |
| Otros | 2 | 4 |

Fuente: Agencia Española del ISBN

Lo que parece evidente es que en el abanico de las ciencias sociales tienen cabida infinidad de posibles temas, de ahí que el porcentaje sea tan elevado. La nomenclatura utilizada por la Agencia de ISBN es más propia de los libros que de las obras electrónicas. Este es el motivo por el que bajo el epígrafe "tiempo libre" sólo se englobe un 5'5% de los títulos aparecidos en 1998, siendo ésta una de las esferas potencialmente más atractivas para todo lo referente a las nuevas tecnologías.

¿Qué sucederá con nuestro animal fantástico?

Todo hace prever que el futuro de la edición electrónica es halagüeño. Según datos proporcionados por la Agencia DBK (5), el mercado mundial de productos multimedia editados en CD-ROM en 1998 creció más del 24%, hasta un volumen de facturación de 33.500 millones de pesetas. Según este mismo estudio, la cifra del sector se ha multiplicado por más de cinco entre 1994 y 1998. Para el ejercicio que acaba de concluir, 1999, las previsiones apuntaban a unos 41.000 millones de pesetas de beneficio.

¿A qué se debe este clima tan favorable? Como apuntábamos al inicio del presente artículo, la respuesta hay que buscarla en factores de tipo tecnológico y social: estandarización de formatos y aceptación masiva de las nuevas tecnologías por el gran público, poco remiso a introducirse en las autopistas de la información y a experimentar con los productos que le ofrece la nueva sociedad.

La abanderada de este cambio, y también un tónico ideal para la buena salud de la edición electrónica, es Internet. Según las previsiones del Observatorio Europeo de Nuevas Tecnologías de la Información (EITO) (6), en España el uso de este sistema de comunicación pasará de un millón de internautas en 1997 a siete millones en el año 2003. En el ámbito europeo se prevé que se evolucione de los 63 millones de usuarios de 1997 a 136 millones a finales del año 2002, llegando Internet hasta el 50% de la población europea.

Como se puede ver, el mercado de las tecnologías de la información tiene prevista una evolución espectacular. Es normal creer que de este progreso se beneficiará la edición electrónica mundial y también nacional, aunque en España este avance lo percibiremos con retraso debido al desfase tecnológico y de aceptación social que tenemos con respecto a las potencias internacionales.

La cabeza de león, el cuerpo de cabra y la cola de dragón de la que hablábamos al inicio, esa quimera, está destinada a quedar recluida en los volúmenes clásicos de mitología, pero aún no estamos en disposición de cerrar el libro. La evolución de la edición electrónica en España desde 1998 ha sido buena; en 1999 la línea ascendente seguirá y con el nuevo milenio todo parece indicar que ésta aún sea mejor. Lo que sucede es que no podemos ni debemos relajarnos. Nos encontramos en un momento bueno, pero no óptimo al cien por cien. El sueño aún no se ha cumplido satisfactoriamente para todos. Las pequeñas y medianas empresas siguen luchando cada día por sobrevivir y por no desaparecer en este bazar en que se ha convertido la sociedad de la información, donde todo se puede poner a la venta, independientemente de la calidad de la mercancía.

Bibliografía

- Brauner, Josef y Bickmann, Roland (1996). La sociedad multimedia. Las futuras aplicaciones del audio-vídeo, la informática y las telecomunicaciones. Barcelona. Gedisa.
- Castells, Manuel (1997a). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1. Fin de milenio. Madrid. Alianza Editorial.
- Castells, Manuel (1997b). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 3. Fin de milenio. Madrid. Alianza Editorial.
- Cebrián, José Luis (1998). La red. Madrid. Santillana, S.A. Taurus.
- Comercio Interior del Libro en España (1999). Barcelona. Gremi d'Editors Catalans.
- Commission Européene (1996). Les programmes communautaires de recherche. Un guide pour les participants. Bruselas, Luxemburgo. CECA-CE-CEEA.

- Echevarría, Javier (1995). Cosmopolitas domésticos. Barcelona. Anagrama.
- María Moliner, Diccionario del uso del español (1998). Madrid. Editorial Gredos.
- Panorámica de la edición española de libros, 1998 (1999). Madrid. Ministerio de Educación y Cultura.
- Ramajo Hernández, Nati. (1996). Los productores de sistemas interactivos multimedia en Cataluña. Bellaterra. Universidad Autónoma de Barcelona.

Páginas electrónicas

- ASEDIE (Asociación Española de Distribuidores de Información Electrónica).

<http://www.asedie.es>

- Electronic Publishing (Unión Europea). <http://www2.echo.lu/ep>
- 'M Europe (Multimedia Information World, Unión Europea). <http://www2.echo.lu>
- Info 2000 (Unión Europea). <http://www2.echo.lu/info2000/infohome.html>
- Information Market Observatory (Unión Europea).

www2.echo.lu/info/en/infohome.html

- Multimedia Initiatives (Unión Europea)

<http://www.echo.lu/mminitiatives-es.html>

Notas

- María Moliner, Diccionario del uso del español (1998). Madrid. Editorial Gredos. Vol. II. pp. 837.
- Estos datos han sido proporcionados por la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Educación y Cultura. Corresponden a las obras en formato electrónico registradas en el ISBN.
- Es importante hacer constar que la Agencia Española del ISBN computa los datos anuales unos seis meses después de haber finalizado el período. Por este motivo, hasta mediados del año 2000 no dispondremos de los datos referidos a 1999.
- Comercio Interior del Libro en España (1999). Barcelona. Gremi d'Editors Catalans.
- El País, 30 de enero de 2000.
- El País, 18 de febrero de 2000.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Ramajo Hernández, Nati (2000): La edición electrónica en España: sueño cumplido o quimera para el nuevo milenio. Revista Latina de Comunicación Social, 34. Recuperado el x de xxxx de 200x de: 46s3nati.htm
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/s3nati.htm>