

Retos en la investigación de la producción editorial en el medio digital

GEORGINA ARACELI TORRES VARGAS
*Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas
y de la Información, UNAM*

INTRODUCCIÓN

Desde su aparición el campo editorial se basó en un entramado de relaciones entre diferentes actores como el editor, el autor y el librero, que hizo posible la generación de publicaciones.

A través de estas relaciones se definió el rol de cada participante y es así como se delineó la figura del autor. Si bien hay un momento del siglo XVIII en el que aparece la función de autor, es hasta la aparición de la industria editorial cuando se formaliza su estatus, a partir de que se hace pública su obra.¹

Esta situación llevó casi de inmediato a la aparición del derecho de autor como medio para regular la relación mercantil que se requería entre autor, editor y librero. Fue precisamente a solicitud de los libreros que se le reconoció al autor la propiedad literaria, aunque se la limitó en cuanto a su duración mediante el concepto de dominio público.

En este contexto tanto los actores de la cadena de producción editorial como sus funciones y relaciones se mostraron con cierta estabilidad y por ende, como el modelo de producción editorial.

En tiempos más recientes, tras la aparición de las publicaciones digitales (sean libros, revistas u otro tipo de publicaciones) se co-

1 José Córdón García (2011), *Gutenberg 2.0: la revolución de los libros electrónicos*, Gijón, TREA, p. 26.

menzó a hacer mención de un cambio sustancial en la producción editorial. Sin embargo a la fecha se observan muy pocos estudios que muestren cuáles son esos cambios, en qué medida se dan y de qué forma nos afectan. En principio se tuvo mayor preocupación por analizar si desaparecería el libro impreso y si se sustituiría éste por el libro electrónico, discusión que en la actualidad considero que no tiene gran relevancia, puesto que de forma casi generalizada se tiene la convicción de que tanto el libro impreso como el electrónico tienen su sitio.

En el ámbito de la bibliotecología y de los estudios de la información se han realizado muy pocos estudios sobre el fenómeno que se vive en este medio de producción editorial. Sobre todo nos hemos avocado a la descripción de los nuevos medios y productos que aparecen en el análisis de la adquisición de documentos digitales para el desarrollo de colecciones, en el estudio de la publicación a través de propuestas como el *Open Access* (acceso abierto) y en el análisis de los problemas en materia de derechos de autor.

Dada esta carencia se planteó la necesidad de llevar a cabo una investigación sobre el tema. Dicha investigación se relaciona con el estudio de la biblioteca digital; es decir, la publicación digital se analiza como uno de los componentes básicos para la construcción de bibliotecas digitales.

Todo esto se dice en el supuesto de que si no se conoce qué ocurre con la publicación digital, difícilmente podremos planear y diseñar bibliotecas que contengan colecciones digitales.

Si bien este texto no muestra los resultados de la investigación que hace poco dio inicio, sí hace un primer acercamiento a las siguientes cuestiones:

- a) la generación de publicaciones digitales a nivel mundial, y
- b) la producción editorial en el medio digital.

LA GENERACIÓN DE PUBLICACIONES DIGITALES A NIVEL MUNDIAL

El interés por analizar el desarrollo del libro electrónico y sus consecuencias aparecieron a finales de la década de 1980. Antes, en

1984, Efrem Sigel² analizaba el futuro que le esperaba a la biblioteca tras el desarrollo creciente de la publicación electrónica y aseveraba lo siguiente:

En los años recientes se ha dicho mucho sobre la llegada de la “sociedad sin papel” y el reemplazo de publicaciones impresas por las ediciones periódicas o libros “electrónicos”. Los bibliotecarios tienen mucho entusiasmo en cuanto a desarrollos de tecnología que producirá la publicación electrónica de todo el texto de algunos materiales, así como de fuentes secundarias. Sin embargo, en el presente, es relativamente poco el material completo disponible[...].³

Este interés por la publicación electrónica se hizo más evidente en la década de 1990 como producto del contexto tecnológico en donde se popularizó el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación, que por entonces se empezaron a llamar “nuevas tecnologías”. A mediados de esta misma década se realizó una reunión en Bolonia, en donde especialistas de diferentes áreas debatieron sobre el futuro del libro.

Entre los temas cruciales de la época se mencionó a la “desintermediación”, en donde el autor de forma directa podría autoeditar y autopublicar sus obras. Los editores se preocuparon por ver qué posición podrían ocupar en ese escenario, en donde imperaría la generación de contenidos en línea sin la intervención de los actores tradicionales.⁴

Pero como algunos autores lo señalan, hacia el año 2000 las grandes expectativas del decenio anterior sobre el futuro de la edición se comenzaron a desdibujar y aparecieron dudas sobre la concreción de los cambios vaticinados, ya que entre otras situaciones se dio el cierre de divisiones de libros electrónicos de diversas editoriales, dada la escasa compra de estos documentos.

2 Cfr. Efrem Sigel (1984), *Libros, bibliotecas y electrónica: el futuro de la comunicación impresa*, México, EDAMEX.

3 *Ibid.*, p.105.

4 José Córdón García (2010), “Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital”, pp. 53-80, en *Anales de Documentación*, vol. 13, p. 54.

Si bien ya existen diversas publicaciones en línea, desde el sector editorial todavía se observa un ingreso lento de esta industria en el medio digital en comparación con otras industrias como la discográfica, que completó su ingreso en diez años transformando sustancialmente su modelo de negocio. Para algunos analistas, es probable que el e-book no exceda más del 30% del mercado total en la próxima década,⁵ con diferencias entre sectores sociales, subsectores (infantil, juvenil, universitario) y géneros (ficción, novela, etcétera).

En el Primer Simposio Internacional del Libro Electrónico que se celebró hace unos días en México se mencionó que un 93 % de los libros que se publican en Iberoamérica son aún en papel, y el 7 % restante se lo reparten las ediciones electrónicas y los audiolibros.

En lo que corresponde a México cabe mencionar que este año por primera vez la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem) abrió la convocatoria para premiar en la categoría de libro digital y que sólo se presentó uno a la convocatoria. El premio quedó desierto.

La industria del libro digital en México está todavía en ciernes y representa un reto para el sector editorial, el cual manifiesta interés pero también mucho temor ante la incertidumbre de aspectos como la protección legal de los contenidos. El vicepresidente de la Caniem asevera que hoy en día la publicación de obras en formato digital no es rentable para las casas editoriales mexicanas y que aunque está presente la demanda –ya que la piratería de libros en formato digital sumó 88 millones de descargas ilegales– no se ha encontrado la fórmula para ofrecer más contenidos de forma legal. Es una realidad que la industria del libro digital en México está atrasada.⁶

Como productor de libros México ocupa el noveno lugar mundial, frente al cuarto de España y el quinto de Brasil. Se afirma que

5 Roberto Igarza (2010), *Ebooks: hacia una estrategia digital del sector editorial. Análisis preliminar para el desarrollo de una plataforma de distribución de contenidos digitales*, Argentina, Cámara Argentina del Libro, p. 17.

6 Alejandro Flores, “Medirán el impacto del e-book”, en *El Economista*, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2011/09/18/mediran-impacto-e-book>.

son tres los factores que han impedido el despegue de la actividad editorial: el rezago educativo, la falta de hábito de lectura y la pérdida de capacidad de compra.⁷

En este contexto considero que la gran implosión del libro digital de la que tanto se habla se refiere más al uso de los dispositivos para la lectura de libros que a los contenidos, situación que se relaciona de forma directa con la producción editorial de publicaciones digitales.

LA PRODUCCIÓN EDITORIAL EN EL MEDIO DIGITAL

Comencemos por señalar que el proceso de producción editorial tradicionalmente se compone de tres grandes etapas:

1. Coordinación editorial. Corresponde al director o al consejo editorial.
2. Labor editorial. Comprende la traducción, revisión, corrección de estilo, etcétera.
3. Artes gráficas.⁸

En el modelo de producción editorial de obras impresas la editorial se agrupa en departamentos que tienen funciones particulares, pero por lo general se compone de los siguientes:

- a) Editorial
- b) Diseño y producción
- c) Mercadotecnia
- d) Contabilidad

Los tres primeros comprenden la selección del manuscrito, la edición y fijación de precios, el establecimiento de especificaciones de diagramación y la elaboración de artes finales, entre otras cues-

7 Miguel Ángel Guzmán (2010), "Producción editorial o cómo resolvemos las cosas", pp. 131-148, en *Quehacer editorial*, núm. 7, disponible en: <http://www.quehacereditorial.com/sitio/antiores/qe07.html>, p. 145.

8 *Op. cit.*, p. 139.

tiones. El establecimiento de mecanismos de distribución y ventas corresponde al departamento de mercadotecnia.

Esta cadena de producción editorial prevalece en el medio de los impresos. Si bien a partir de la década de 1980 se dan nuevas técnicas para la reproducción de documentos y las publicaciones se especializan, no se puede hablar de una transformación de fondo en el proceso de producción editorial.

En años más recientes, tras la aparición de herramientas de lectura de documentos electrónicos, se vuelven a tener grandes expectativas sobre la popularización de la publicación digital.

Lo cierto es que con el paso del tiempo y tras el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación, así como de las técnicas para la reproducción y circulación de los documentos, se ha establecido una infraestructura orientada a la creación y desarrollo de un mercado de servicios de información, en cuyo centro se encuentra el documento digital. Esto ha traído como consecuencia la modificación de nuevas formas de publicación, transferencia, difusión y uso de los documentos.

A la fecha se considera que la industria editorial está compuesta por los establecimientos que se dedican al diseño, la edición y la venta, actividades necesarias para la producción y distribución de libros.⁹ Esos establecimientos pueden publicar libros en forma impresa, electrónica o como audio. Sin embargo la aparición de otras alternativas y de alianzas entre industrias de diferente naturaleza para la publicación de documentos digitales hizo surgir la industria de contenidos, que abarca a toda la producción digital, pensada por las nuevas tecnologías de información y comunicación, para la convergencia digital. Es decir, esta industria abarca nuevos modelos de negocios, nuevas estructuras tecnológicas, nuevos lenguajes para esos medios digitales, nuevas maneras de relacionarse con los diferentes públicos, nuevos profesionales capacitados para nuevas demandas que pueden ser planteadas y desarrolladas independientemente del tiempo, el espacio o la localización geográfica, pues

9 Barners Report (2011), *Book publishing industry*, USA, Barners.

incluyen la interactividad y la movilidad posibilitada por celulares y computadoras de mano.¹⁰

Es así como el mercado de la publicación digital experimenta transformaciones significativas que afectan a toda la cadena de producción editorial, lo que determina cambios de funciones en las tareas tradicionales de autoría, intermediación y distribución. En el ámbito del impreso la exigencia de la publicación implica necesariamente a un autor, un editor, un impresor y un distribuidor. Mientras que en el modelo tradicional la publicación transita por la figura del editor que es quien le concede crédito y visibilidad a una obra, en el digital esta relación no necesariamente se establece, puesto que se amplía el número de autores y se transforman las funciones. De esta forma un autor puede decidir conservar la relación con su editor o dirigirse directamente a un distribuidor digital. O puede autoeditar a través de un sitio web personal o convertirse en su propio distribuidor buscando el apoyo de librerías digitales.

La edición digital le ha abierto sus puertas a miles de autores que han visto en las editoriales y distribuidoras digitales una alternativa para publicar sus obras. Se trata de grandes emporios como *Amazon* que ha creado la *Kindle Digital Text Platform* (Plataforma Digital de Textos Kindle) donde el autor puede subir sus obras a la red y venderlas, o recurrir a *Apple* que a través de *iBookstore* desarrolla el mismo servicio. *Barnes and Noble* hace también lo propio y la tendencia es la misma en otras empresas. Estas iniciativas hacen tambalear la posición del editor tradicional y su poder de selección, producción y distribución del libro, pero también elimina una función esencial del circuito editorial, como es la del arbitraje que permite articular controles de calidad entre todo aquello que se pretende publicar.¹¹

La visibilidad de un producto está en estrecha relación con el grado de receptividad que sea capaz de despertar en el usuario,

10 Cosette Castro (2008), *Industrias de contenidos en Latinoamérica*, Argentina, CEPAL, disponible en: http://www.eclac.org/socinfo/noticias/noticias/2/32222/GdT_eLAC_meta_13.pdf.

11 Manuel Gil (2010), *El nuevo paradigma del sector del libro*, Madrid, Trama.

pero también con factores derivados como son la presencia continuada en puntos de venta, por ejemplo, la librería, o los espacios publicitarios de los medios de comunicación. Lo que el modelo digital permite es la multiplicación de los espacios de intervención para el editor.

Pero hay aquí algo realmente novedoso y es la aparición de empresas que no responden exactamente a los modelos anteriores, como los agregadores, que difieren considerablemente del papel de los distribuidores tradicionales. El cometido de estos agregadores es la creación y el mantenimiento de colecciones de libros electrónicos y otros materiales, de tal manera que éstos puedan ser consultados y leídos por los usuarios finales mediante suscripción o compra. La creación y mantenimiento de estas colecciones representa la participación de un número variable de instituciones intermediarias. Entre éstas están aquéllas que adquieren los derechos de los editores para transformar o distribuir los contenidos en forma digital, y las bibliotecas que compran los derechos de acceso para los miembros de las instituciones a las que pertenecen en determinadas condiciones. Las bibliotecas generalmente no son propietarias de los contenidos, sólo tienen acceso a ellos a través de la compra de licencias para su consulta, licencias que les venden los editores.

Algunos distribuidores tradicionales también han entrado en el terreno de la venta de contenidos digitales, reuniendo a grupos de editores que comienzan a constituir consorcios para ofrecer sus contenidos digitalizados a clientes de diversos tipos.

Todos estos procesos están provocando el reforzamiento económico de las posiciones intermediarias. La multiplicación de los usos y de los sistemas de acceso determina esta fragmentación potencial de los contenidos en línea siguiendo los flujos financieros y comerciales generados por una oferta cada vez más amplia. La actividad de intermediación se reviste de un carácter que es cada vez más complejo.

Los nuevos intermediarios, como los agregadores, o los consorcios de editores constituidos en distribuidores digitales, se enfrentan a un doble reto: por una parte adaptarse a la fragmentación cre-

ciente de un mercado que exige una adecuación a los diferentes perfiles de demanda, y por otra encontrar el modelo de negocio que mejor se adapte a una oferta y una demanda en permanente transformación.

Muchos de los problemas existentes con los libros que son documentos digitales se relacionan con la naturaleza misma del producto en la que confluyen canales de diferente filiación y naturaleza comercial. De esta manera la cadena de la publicación digital se caracteriza por una segmentación en varios niveles: tecnológico (multiplicidad de formatos), logístico (multiplicidad de plataformas de distribución), comercial (multiplicidad de tarifas), jurídico (multiplicidad de formas de protección) y de mercado (multiplicidad de ofertas fragmentadas, sin coordinación ni compatibilidad entre ellas).¹² Por otra parte la edición digital exige competencias diferentes a la edición analógica y determina la aparición de funciones y especialidades nuevas en la cadena de la publicación tales como: productores de metadatos, agregadores, productores de bases de datos, distribuidores de servicios digitales, gestores de información, servicios de digitalización, etcétera.

El editor por su parte tampoco necesita del distribuidor. Un editor puede distribuir a sus autores o asumir las funciones que en el modelo analógico estaban completamente diferenciadas.

Como puede verse estudiar la publicación de documentos digitales es imprescindible para entender la naturaleza de los fenómenos y problemas inherentes a la biblioteca digital en razón de sus contenidos; lo que nos dirige posteriormente a la creación de colecciones y servicios digitales. Sin contenidos no es posible construir bibliotecas digitales, o simplemente esto se convertirá en un cúmulo de enlaces a otras colecciones y a otros portales.

No obstante esta relación documento digital-biblioteca digital, es necesario distinguir y separar el estudio del documento, ya que al atarlo en su totalidad a la biblioteca se limita el alcance del análisis

12 Françoise Benhamou (2010), "Modèles économiques d'un marché naissant: le livre numérique", en *Prospective: économie de la culture et de la communication*, núm. 6, p. 6.

y se corre el riesgo de seguir en la tónica que hasta ahora se ha venido estudiando al documento digital, que consiste básicamente en describir las publicaciones digitales consideradas como objetos tecnológicos y en evaluar los sistemas proveedores de publicaciones y los vendedores de licencias de acceso a los contenidos.

En este sentido es necesario tomar cierta distancia de la biblioteca para poder analizar el modelo de producción editorial digital lo más objetivamente posible. Una vez analizado será posible establecer una crítica del acceso que se permite a estos documentos, pero desde una óptica más amplia de los medios de información que no se circunscriba exclusivamente a la biblioteca, sino que se abra a otras alternativas que se dan a partir del uso de las TIC, como lo puede ser el repositorio institucional o los servicios web.

Una forma de acercarse al estudio de la producción y uso de los documentos digitales puede ser a través del diseño de modelos. El desarrollo de modelos de producción y el uso de documentos digitales estarían dirigidos a innovar la presencia social de la biblioteca como institución, al generar alternativas que integren la idea de biblioteca al entorno de los sistemas de información. Vista así, la biblioteca tendrá más posibilidades para ofrecer servicios y complementarlos a través de diversas vías de información. Después de todo, la biblioteca es un actor potencialmente fuerte en la cadena de producción editorial y es momento de reposicionarla como tal en el medio digital.

CONCLUSIONES

El interés por analizar el desarrollo del libro electrónico y sus consecuencias apareció desde finales de la década de 1980, pero hasta la fecha se ha avanzado muy poco en el ingreso de la industria editorial en el medio digital, en comparación con industrias como la discográfica. La producción de libros electrónicos es todavía muy baja y representa apenas el 30% de la producción editorial total.

En México no se observa una producción aceptable de libros electrónicos, entre otras razones porque todavía no es rentable este

tipo de publicación, pese a que la demanda se ve reflejada en el gran número de descargas de libros de forma ilegal, que se dan a diario a nivel mundial.

Puesto que hay estadísticas que constatan que el desarrollo de la industria editorial digital está muy poco desarrollada, se puede afirmar que el gran crecimiento del que tanto se habla en la literatura sobre el tema se refiere más a la proliferación de lectores de libros, que al de contenidos digitales.

Para fortalecer la producción editorial en el medio digital se requiere analizar las transformaciones que se están dando en la cadena de producción editorial, a fin de poder intervenir positivamente en esta nueva forma de crear, publicar, difundir y comercializar las publicaciones digitales, en un entorno donde los diferentes actores tengan más clara su nueva función.

En esta cadena editorial la biblioteca digital debe posicionarse como un eslabón que logre articular estos nuevos procesos con otras formas de crear y administrar colecciones digitales. La biblioteca y las publicaciones digitales deberán coordinarse en un nuevo escenario, con las nuevas reglas del juego.