

## EL LIBRO EN LOS PROCESOS DE DIGITALIZACIÓN Y CONVERGENCIA. MUTACIONES DE LA INDUSTRIA EDITORIAL Y LOS SOPORTES CONSTITUTIVOS DE LAS OBRAS INTELECTUALES.

Dr©. Paola Elisabet Fernández  
Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina  
fernandezp28@gmail.com

Recibido el 7 de junio de 2015

Aceptado el 9 de diciembre de 2015

### Resumen

En el contexto digital, los procesos de producción de los bienes y obras intelectuales se caracterizan por cambios tecnológicos, económicos, sociales y culturales.

El libro impreso, aquel bien intelectual que ha (re)producido la cultura literaria desde el siglo XV, encuentra su mutación más significativa en el soporte de comercialización. Así, la obra intelectual en formatos electrónicos o digitales, nos impone reflexionar acerca de las mutaciones acaecidas, sobre todo a partir del siglo XXI, tanto desde su estructura económica como socio-cultural.

El artículo tiene como objeto el estudio de los bienes literarios (independientemente de su soporte de reproducción) a partir de los cambios propiciados en la cadena de valor y las rutinas de producción del mercado editorial.

A su vez, se proponen tres aspectos específicos de análisis, que nos permiten observar las mutaciones del libro en el escenario digital: el proceso globalizador que delinea la nueva estructura editorial (que perfila nuevos perfiles de autores y lectores); la relación entre las nuevas tecnologías- palabra escrita y; el nuevo rol por parte del Estado, en tanto garante de la disposición a la ciudadanía de los bienes y obras intelectuales y como agente que debe preservar un elemento constitutivo de las identidades nacionales.

El objetivo general es la descripción de un panorama íntegro de la situación actual del libro, con el foco puesto en articular una serie de consideraciones parciales que permitan a los interesados en la temática abordarlo en contextos nacionales e internacionales.

**Palabras clave:** Industria Editorial (IE), Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, Libro.

## THE BOOK IN THE PROCESS OF DIGITIZATION AND CONVERGENCE. MUTATIONS IN PUBLISHING AND MEDIA CONSTITUTE INTELLECTUAL WORKS.

### Abstract

In the digital context, the production processes of goods and intellectual works are characterized by technological, economic, social and cultural changes.

The printed book, that intellectual goodness to (re) produced literary culture since the XV century, finds its most significant mutation in marketing support. Thus, the intellectual work in electronic or digital formats, requires us to reflect on the mutations occurred, especially from the XXI century, both economic and social-cultural structure.

The paper will study the literary (regardless of playback support) from the changes brought in the value chain and production routines of publishing market goods.

In turn, three specific aspects of analysis, allowing us to observe the mutations of the book in the digital scenario is proposed: the globalization process that outlines the new publishing structure (which outlines new profiles of authors and readers); the relationship between the written word and new technologies; the new role for the State, as guarantor of the provision to the public of goods and intellectual works and as agent to preserve a constitutive element of national identity.

The overall objective is the description of a full overview of the current status of the book, with a focus on a series of partial articular considerations to enable those interested in the theme address it in national and international contexts.

**Keywords:** Publishing Industry (IE) New information and communications technology, book.

### Como citar este artículo:

Elisabet Fernández P. (2015). "El libro en los procesos de digitalización y convergencia. Mutaciones de la Industria Editorial y los soportes constitutivos de las obras intelectuales.", en *Perspectivas de la Comunicación*, Vol 8, n° 2. pp. 25-58.

## 1. Introducción

En los últimos años, mucho se ha indagado acerca de las transformaciones en los mercados que componen las Industrias Culturales (IC) (Becerra, 2003; Bustamante, 2002, De Moraes, 2010; Mastrini, Becerra, 2006) a partir de la irrupción en la cadena productiva de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Esta afirmación encuentra su correlato en las investigaciones académicas y bibliografía de referencia que dan cuenta de las modificaciones en las rutinas de producción que atraviesan las IC, conformadas por la industria del audiovisual, discográfica y editorial (Zallo, 1988).

En este marco, la Industria Editorial (IE) presenta, en las obras intelectuales digitalizadas, uno de sus cambios más visibles para la ciudadanía en general. Este aspecto se ve complementado por los cambios en las formas de distribución y venta que propician las tiendas virtuales y las plataformas electrónicas, que habilitan la compra y venta de libros a sólo un click de distancia.

No obstante, debemos comprender a la tecnología como un aspecto que atraviesa en su totalidad la historia del libro. Existen dos revoluciones anteriores a la tecnología de las comunicaciones: el pasaje de la oralidad a la tecnología de la escritura y del manuscrito a la imprenta. Este reconocimiento eleva a la categoría de una tercera dimensión el proceso actual, es decir, el pasaje de lo impreso a los medios digitales que combinan texto, gráfico y materiales orales (Finkelstein, McCleery, 2014).

Por otra parte, la noción que reconoce al libro como un medio obsoleto se origina en una fijación con el ritmo del cambio tecnológico y la concomitante y rápida introducción de nuevas formas de almacenamiento, información, recuperación y circulación de la información. En particular, la palabra impresa ha sido cuestionada por una sucesión de medios digitales, desde los discos láser para CD-ROM hasta los libros electrónicos (Ibídem).

En este contexto, al igual que con las revoluciones previas, el libro sobrevive gracias al trabajo de los eslabones que componen la cadena de producción del libro: los autores encuentran nuevas ventanas de distribución y circulación de sus obras, nuevas gestiones de derechos de autor<sup>1</sup>; los editores afrontan nuevas tareas, relativas al nuevo escenario digital (tal como la decisión de formatos de reproducción de las obras literarias); las librerías encuentran nuevos canales de venta en las plataformas digitales y el comercio electrónico y, finalmente, el lector, que manifiesta nuevos hábitos de lectura.

<sup>1</sup> Como es el caso de Creative Commons. Este sistema de licencias permite a cada licenciatario una alternativa a la normativa tradicional de DA y PI. Cada licencia ayuda a los creadores (llamados licenciantes si utilizan dichas herramientas) a mantener sus DA al mismo tiempo que permiten a otros copiar, distribuir, y hacer algunos usos de su obra, al menos de forma no comercial. Todas las licencias Creative Commons permiten también que los licenciantes obtengan el crédito que merecen por sus obras. Las licencias Creative Commons funcionan alrededor del mundo y duran tanto tiempo como sea aplicable el DA (pues se basan en él). Estas características en común sirven como la base a partir de la cual los licenciantes pueden optar por entregar más permisos cuando decidan cómo quieren que su obra sea utilizada. Cfr <https://creativecommons.org>

La propuesta de lectura del artículo se fundamenta en la organización de apartados que relatan los cambios en la IE. Se describirán las mutaciones más significativas en el mercado editorial, para lo cuál se diferencian las actividades y rutinas de producción que componen la cadena de valor. Este punto tiene como objetivo reflexionar sobre los nuevos perfiles que se establecen, en particular, entre autores y lectores y la adquisición de nuevas capacidades y funciones por parte de los integrantes del comercio editorial.

Al mismo tiempo, la indagación nos consiente a esbozar nuevas líneas de intervención que, se sostiene, debe detentar el Estado (nacional, internacional y/o supranacional) en el ámbito de la cultura literaria, atendiendo a su doble rol: como garante de la disposición y acceso de la ciudadanía a las obras y bienes intelectuales y como preservador de la misma; dado la transversalidad en la identidad nacional del elemento que, por años, hemos consensuado en denominar libro.

## 2. Marco teórico-metodológico

El marco de análisis del presente trabajo responde a los lineamientos propuestos por los estudios de la Economía Política de la Comunicación (Mastrini, Becerra, 2006; 2010; Mastrini; Bolaño, 1999, Mosco, 2009; Miége, 2006, 2008, 2010; Zallo, 1988, 2011). Este enfoque teórico interpreta que el desarrollo del modo capitalista se caracteriza por la mercantilización de las actividades culturales, que contiene a la creación, producción, distribución y circulación de todos los bienes y obras intelectuales en sus distintas formas: orales, escritas, audiovisuales (Zallo, 1988). Esta perspectiva emerge como eje reflexivo, ya que el propósito transversal del artículo es la indagación sobre la aplicación de las tecnologías al interior de la gestión cultural literaria, la vinculación entre los actores principales y los cambios propiciados por la aplicación de las TIC, concebidas como las redes e Internet, la microinformática y los contenidos digitales (Miége, 2010). Así, se asume que la digitalización modificó las condiciones de creación, reproducción y circulación de contenidos que atraviesan la gestión de la cultura (Bustamante, 2002; Castells, 1995, 2009; De Moraes, 2010; Miége, 2006, 2008; Zallo, 1998, 2011). Los cambios se materializan en abaratamiento de los costos de producción, mejora en la calidad de los productos, alta velocidad de producción, reducción y superposición de fases en la cadena de valor, descentralización de la producción, instantaneidad de acceso y aumento de la productividad (Zallo, 2011).

En cuanto al trabajo contenido en creación de la mercancía cultural, es comprendido como el resultado del valor intelectual agregado por cada trabajador. A modo de síntesis, se define el valor intelectual como el trabajo contenido en la producción cultural, un tipo de trabajo muy particular porque genera una producción simbólica que remite a los códigos culturales, históricos y presentes de una sociedad dada, contribuyendo a su reproducción ideológica y social (Zallo, 1988). Esta será una de las características que diferencia el trabajo

editorial de cualquier otra labor serializada. Se trata de una actividad donde predomina la aleatoriedad y el prototipo que generan tiene un carácter único (valor de uso), que lo diferencia de otros sectores económicos, como es la industria automotriz (donde el modelo creado se replica en forma exacta y en serie) pero que comparte modos de producción. El motivo es la (re) significación y la apropiación que cada individuo realiza del producto cultural.

En este sentido, la integración de las TIC en los procesos de producción, las actividades contenidas en la cadena de valor del libro y los nuevos actores que se identifican en el mercado del libro (se destacan la tienda virtual Amazon y la empresa Google.Inc) conforman aspectos complementarios de análisis.

### 3. La lógica editorial

Bajo la dimensión de la organización del trabajo en sí, la IE contiene ciertas diferencias que la distancian de otras actividades productivas, incluso dentro de la IC; las cuales es necesario sistematizar con el objetivo de adentrarse luego en el análisis en el escenario digital.

Ramón Zallo (1988) argumenta que las características de la IE son la edición discontinua (a diferencia de la prensa gráfica), que a su vez se encuentra atravesada por el grado de industrialización capitalista en cada una de las actividades, por el ciclo productivo que adopta (continuo o discontinuo), por el tipo sumisión del trabajo al capital y el modo en que éste lleva adelante los procesos de valorización y realización de las mercancías.

En este contexto, la lógica concebida como "editorial" (Bustamante, 2002) se aplica para definir la industria y su organización laboral, incluso a partir de los cambios impuestos por los procesos de digitalización, que afectan a la producción, distribución y consumo de los bienes y/o servicios culturales (Bustamante, 2002, De Moraes, 2010). La lógica en la producción editorial puede sintetizarse en los siguientes puntos:

- Durabilidad: permanencia en el tiempo. Depende en gran medida de la cantidad de ejemplares realizados para cada tirada, pero la entrega de ejemplares a bibliotecas públicas nacionales garantiza su permanencia extemporánea, así como la disponibilidad al público lector. En esta dimensión de análisis, las TIC habilitan nuevos modelos de almacenamiento (materiales e inmateriales), que extienden esta característica de la lógica editorial; manteniendo sus atributos originales.
- Reproducibilidad: Copias individuales en un soporte físico. Como se ha consensuado en líneas precedentes, el soporte de reproducción de la industria editorial ha sido por años el papel, que compone y hace al "libro". Sin embargo, la emergencia de nuevos soportes de reproducción, como los servidores (que presenta una función dual entre la durabilidad y la reproducibilidad), los formatos digitales y los nuevos dispositivos de lectura, conviven con el formato tradicional

de los bienes y obras intelectuales (diferentes en su concepción, como se verá en la aclaración metodológica), lo que también consecuencia la expansión de esta propiedad.

- Continuidad: Contenido discontinuo, marcado por ciclos de producción independientes.
- Tecnología: Disponibilidad del producto y su reproducción. En el caso del ciclo en sí, la tecnología ha alterado sobre todo las etapas de circulación y distribución; acompañado por cambios en los hábitos de lectura y redacción de los contenidos.
- Financiamiento: Directo por el pago del consumidor, vinculado también a políticas públicas implementadas por los estados nacionales para facilitar la producción editorial (exención del Impuesto al Valor Agregado (IVA); imposición de Precios Únicos, por mencionar ejemplo<sup>2</sup>). Sin cambios manifiestos por la conversión digital en la estructura impresa pero si en la digital, afectado por las prácticas colaborativas de difusión del conocimiento y la integración de actores transnacionales que utilizan el comercio electrónico para la comercialización de las obras intelectuales en formatos digitales.

Asimismo, se aclara en este punto, que el artículo no pretende engrosar las filas de aquellos defensores de los determinismos tecnológicos o sociales, sino comprender las dinámicas en curso con el objetivo de intervenir correctamente en la gestión de la cultura literaria en la era digital. En estos términos, no se desconoce la oportunidad de negocio y preservación de las obras intelectuales gracias a los procesos de automatización aplicados a la IE. No obstante, sí se considera transversal aplicar rigurosidad conceptual hacia las nuevas mercancías culturales y alertar sobre los peligros de concentración escondidos (y no tanto) que impone el ingreso de actores transnacionales al comercio editorial.

### **3.1. La producción editorial: diferencia entre bienes/obras intelectuales y enfoque económico**

Para comprender la estructura que converge en torno al libro debemos encuadrarla dentro de lo entendido como la cultura literaria. La misma contiene creación intelectual (ideas y expresiones humanas), razón por la que una obra intelectual siempre es sostenida en un soporte material. Se entiende por soporte a un bien de calidad material (físico/tangible) en cuya superficie o interior se expresan bienes de calidad intelectual, que alcanzan protección jurídica por ser obras del intelecto humano (Gillespie, 2007). Se concibe que la IE comprende desde la producción y reproducción de las expresiones humanas hasta las formas de circulación y comercialización de bienes y obras intelectuales.

---

<sup>2</sup> Por ejemplo, en Argentina, la exención del IVA se encuentra reglamentada por la Ley de Fomento del Libro y la Lectura (N° 25446), mientras que la Ley de Defensa a la actividad librera (N° 25442) establece la unidad en los precios de venta para todas las librerías nacionales, provinciales y municipales.

Lo descripto tiene su anclaje justificativo en el orden jurídico que imponen los soportes de reproducción de las obras intelectuales y que son los elementos constitutivos de la mercancía cultural literaria. Toda su extensión se encuentra atravesada por los Derechos de Autor (DA) y de copia y Propiedad Intelectual (PI). Regulan las relaciones sociales entre autores, bienes intelectuales, obras intelectuales (y sus formas de expresión en soportes), instituciones comunitarias y estatales (vinculadas a la gestión de estos derechos), empresas y corporaciones comerciales y el público. Así, la protección de los derechos de autor y copia llega hasta la expresión particular de los bienes intelectuales (la obra) pero nunca pasa a las ideas, los hechos descritos, las técnicas o a la explotación comercial que estas puedan comunicar. Estas formas de expresión concretas representan el momento único e irrepetible en el cual los autores se conectan con su cultura (Gillespie, 2007; Vercelli, 2009, 2010). Por ello, una obra intelectual siempre es expresada, fijada o exteriorizada en un soporte. Es decir, la traducción de los bienes intelectuales a obras intelectuales siempre está mediada por los autores y por sus formas particulares de expresión en soportes. Dicha perspectiva es de utilidad conceptual a la hora de describir y comprender los cambios manifiestos en el orden de la IE.

Por otra parte, desde un enfoque económico, los bienes intelectuales o mercancía cultural se encuentran sujetos a economías de escala y de enfoque (Arrese, 2004), característica que define a la IE. Entre otros aspectos relevantes, se destaca la estrecha relación con la estructura de costes habitual de muchos de ellos: altos costes fijos de producción de primeras copias y bajos costes variables (casi nulos) de reproducción (Zallo, 1988). El esquema de reproducción propicia que los costes marginales se reduzcan conforme se aumenta la cantidad de unidades consumidas y posibilita al mismo tiempo ahorros significativos en estrategias de comercialización, así como en actividades de reventa de un mismo producto en diferentes formatos (eje de las economías de enfoque).

En otras palabras, la IE se define por la explotación comercial de los bienes intelectuales (la cadena de valor del libro) y la protección jurídica de las obras intelectuales (derechos de autor y copia<sup>3</sup>). En este escenario, las transformaciones tecnológicas y la expansión de Internet alteran lo genéricamente denominado libro y obliga a (re) pensar los consumos culturales, sus formas de producción y reproducción, disposición y alcance jurídico-político. Así, la desvinculación de la obra intelectual del soporte papel permite la comercialización del libro electrónico o digital, cuyo soporte material son los servidores y formatos digitales. Este es un punto disruptivo para la industria y una de las principales consideraciones que debemos pensar como transversales a todas las dimensiones de análisis propuestas en el presente artículo.

---

<sup>3</sup> Cfr: Vercelli, A (2009). Repensando los bienes comunes intelectuales: análisis socio-técnico del proceso de co-construcción entre las regulaciones de derecho de autor y derecho de copia y las tecnologías digitales para su gestión [tesis]. Buenos Aires. Recuperado de <http://www.arielvecelli.org/rlbic.pdf>

### 3. El efecto globalizador (y totalizador): la mutación económica mundial aplicada a la IC

El modelo del libro estático, inalterable, físicamente reproducible, con costes marginales crecientes en función de su consumo, se tambalea ante el empuje de nuevas formas comunicativas por una parte y la desaparición de algunas de las barreras existentes para su consumo por otra, expandiendo su área de influencia hacia ámbitos estrictamente comerciales, como demuestra el incremento de la oferta de títulos y la ampliación de catálogos que los editores ofrecen a los usuarios (Cordón García, et al: 2010).

En un marco caracterizado por la conversión digital<sup>4</sup> y la convergencia tecnológica<sup>5</sup>, el sector editorial atraviesa transformaciones, entre los que se encuentran la popularización de Internet, la emergencia de plataformas de autopublicación, la desmaterialización del libro<sup>6</sup> y la eclosión de la versión digital del mismo, la irrupción de empresas tecnológicas que ganan terreno en lo editorial y modifican la cadena de valor de la producción del libro. El punto clave es la comercialización del formato digital del libro, producto previo a su par en papel.

Consonante al nuevo modelo de sociedad propuesta, donde la información es valuada como materia prima y producto, en 1975 la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) comienza a difundir la idea de constituir una Sociedad de la Información en la que la tecnología y su capacidad de almacenar, manipular y transmitir información constituyan la clave para resolver la crisis económica y simultáneamente un modo de generar mayor democratización en la sociedad (Charra, 2006). La base de este proceso se sostiene por el desarrollo de la industria informática. La complementación comunicacional de las TIC termina en delinear una zona de interdependencia que caracteriza al capitalismo contemporáneo (Monte Cató, 2001).

Simultáneamente, se produce otro fenómeno que refuerza el primero y está relacionado a lo que Marta Roldán (2007) denomina como una nueva división internacional-informacional del trabajo, en la que la producción con mayor valor

---

<sup>4</sup> Transferencia de datos digitales de un formato a otro. Esta conversión es posible gracias al proceso de digitalización que implica la decodificación en lenguaje binario (ceros y unos) de la información (Doueih, 2010).

<sup>5</sup> Unificación de las industrias del audiovisual, la informática y las telecomunicaciones, que posibilita la circulación de un mismo producto en múltiples formatos.

<sup>6</sup> Martín Becerra y Guillermo Mastrini (2010), sostienen que la digitalización supone el fin de los soportes materiales consensuados por la industria para contener a las producciones culturales y consecuentemente, clausura la escasez artificial en la que se anclaba el modelo productivo de las Industrias culturales. La escasez era "artificial", ya que los bienes simbólicos son bienes de uso común, compartidos por toda la sociedad. Referido entonces al modelo de acumulación consensuado hasta el momento para la mercantilización de los bienes culturales como el que se encuentra en etapa de transición, se asume que hay un desplazamiento en la materialidad de los bienes y obras intelectuales, que en la era digital pasan a ser "sostenidas" en servidores, formatos digitales y dispositivos de lectura; consecuente con lo desarrollado en la primer dimensión de análisis en tanto al libro como objeto.



agregado tiende a concentrarse en algunas regiones del mundo. Desde esta perspectiva, es necesario considerar los cambios en la organización social y económica mundial para poder describir las transformaciones en la organización del trabajo en la cadena de valor del libro. La separación del trabajo intelectual y manual se materializa en las máquinas mismas, operando una doble división del trabajo horizontal (parcelación de las tareas) y vertical (separación de la concepción y la ejecución) (Zallo, 1988). De este modo, se escinde la relación entre el trabajo intelectual (de concepción) y el trabajo manual (de ejecución). El primero, en general, queda en manos del capital o de aquel/aquellos que actúan en su representación, mientras que el segundo es realizado por los trabajadores, que ya no controlan el proceso de producción total. Bajo estas premisas, Roldán (2007) propone un análisis a partir de una triple relación entre el trabajo signado creativo, la lógica de la organización productiva/laboral y los desafíos que se presentan respecto a la información y el conocimiento en el capitalismo informacional contemporáneo.

En cuanto a la dimensión de la IE específica, una de las principales consecuencias del fenómeno es la reconversión de los actores de la cadena de valor del libro y de las tareas que realizan. De esta forma, los editores se encuentran obligados a adquirir nuevas competencias (en especial las relacionadas con el mundo digital), los autores pueden sortear las mediaciones editoriales (editores, correctores, imprenta, entre otros) y publicar su obra, mientras que los agentes literarios (mediadores entre los autores y los editores) deben resignificar su rol en la cadena de valor. El proceso de vida de un libro impreso (producción, transmisión y recepción) requiere de las figuras del autor, editor, impresor, librero, crítico y lector. Todos estos componen el micro universo conocido como "*la economía de la escritura*". Estos roles han sufrido mutaciones a partir de la revolución electrónica. A diferencia de lo que ocurre en el mundo de papel, donde las funciones están claramente establecidas y donde se tiende a la especialización, en el mundo electrónico cada vez son menos definidas las fronteras entre roles y se tiende a la generalización, pues cada vez son más las funciones que pueden ser ejecutadas por una sola persona (Finkelstein, McCleery, 2013).

#### **4. La recomposición de la cadena de valor del libro**

A continuación, se profundiza en los cambios específicos a partir de las actividades puntuales que habilitan la creación del libro (sea en formato papel o digital), entre los que se destacan la (re)significación del rol de los autores y lectores en el proceso editorial.

##### **4.1. El autor**

El autor representa el primer eslabón de la cadena de valor del libro. Él es quien, a partir de su creación intelectual, da vida a la idea que luego se manifestará en

formato libro. En el plano estrictamente metodológico, el inicio de la cadena de valor se origina cuando el autor entrega su obra a una editorial. Dicha acción, a partir de la emergencia de las computadoras, se realiza con el bien intelectual en formato digital (antes era la entrega de un manuscrito al agente editorial o editor).

Como punto comparativo, podemos afirmar que el autor sobrevivió por siglos sin la presencia de los editores y la era digital marca la misma tendencia. Antes del siglo XIX, la producción de libros se reducía a la tarea del autor (que corregía y editaba sus textos) y del impresor de taller (quien les daba "vida" en papel). La figura del editor surgió alrededor de 1830, como un oficio de naturaleza intelectual y comercial, dedicado a localizar textos valiosos, presentarlos a las editoriales y acompañar todo el proceso desde su producción hasta su difusión. En la era digital, los roles de autor y editor tienden a convergir. El mismo productor de la obra tiene la capacidad de corregirla, darle formato y disponerla para su difusión, sin necesidad de un intermediario editorial (Finkelstein, McCleery, 2013).

En el modelo tradicional de la IE, son las compañías editoriales quienes dominan la publicación de títulos y ventas, que asumen la responsabilidad de que autores merecen ser publicados y quiénes no. Empero, esta dinámica se ve interpelada por la posibilidad que brinda el contexto digital a autor, que puede subir su obra a plataformas digitales sin existir mediación editorial. Ello es posible gracias a que en el modelo de negocio digital se minimiza los riesgos que asume el autor a publicar una obra, ya que su edición no conlleva una tirada de un mínimo de ejemplares que necesita vender para cubrir los gastos de la inversión inicial.

¿Cuáles son las mutaciones a partir de la difusión de los bienes informacionales cómo medios de producción? Como se desprende de lo descrito, es posible definir que uno de los principales cambios en la organización del trabajo al interior de la industria editorial se encuentra desde el primer eslabón que compone la cadena. El hecho de que cualquier persona en cualquier computadora pueda acceder a publicar su obra es un salto diferencial en la cadena de valor del libro, que a su vez representa un salto en tanto márgenes de beneficio que percibe el autor, en contraste con los escritores que publican en casas editoriales. En la mayoría de los casos, los autores de libros impresos cobran honorarios de un 5% del precio de cada unidad vendida, mientras que en los sistemas de autopublicación pueden percibir márgenes de hasta un 70% (Igarza, 2010; Eguaras, 2013a).

Sin embargo, es necesario comprender que la edición en formato digital, siempre en el marco de la industria y las editoriales, también tiene un proceso y costos de edición, distribución y comercialización. Es decir, que en tanto el autor no decida autopublicar su obra, la cadena de valor que compone la mercancía cultural denominada "libro" es prácticamente la misma. Se verá en líneas precedentes la justificación a esta afirmación.

#### 4.1.1.- El autor desde la resignificación de la autoría

Por otra parte, el análisis amerita detenernos en la resignificación de la figura del autor. El desarrollo de métodos críticos para la discusión de los textos, sobre todo en los contextos posindustriales, fue a la par del desarrollo de la autoría como profesión. Durante muchos años, las personas que trabajan en el ámbito académico literario trataron de explicar los textos a través del análisis hermenéutico de las estructuras y los sentidos internos, con poco recurso a los contextos externos en los que las obras fueron producidas. A lo largo de la primera mitad del siglo XX, un aspecto clave en las observaciones académicas de la producción textual fue la tendencia humanística a atribuir autoridad creativa al autor, que era visto como la expresión, la intención, la creación y el control de todos los significados legibles en el texto. Este argumento se sustenta en la idea de verdad atribuida a las palabras generadas por los autores. El resultado ha sido una verdadera industria centrada en la creación de ediciones que tratan de reproducir con la mayor fidelidad posible los textos autorales (Finkelstein, McCleery, 2010), anclado en el reconocimiento del autor; llegando incluso el caso de que el nombre del autor sea una mercancía en si misma.

Es interesante detenernos en por un momento en este apartado. En el siglo XXIII, el acto de escribir libros podía dividirse en cuatro categorías, jerarquizando la figura del autor:

Una persona escribe material compuesto por otra gente, sin agregar ni cambiar nada y se dice que es meramente el que escribe (*scriptor*). Otro escribe materiales compuestos por otros, uniéndolos pero sin agregar nada propio y se dice que esta persona es el compilador (*compiler*). Otro escribe materiales tanto compuestos por los demás como los suyos, pero los materiales compuestos por otros son los materiales más importantes, mientras que los suyos se añaden con el fin de aclararlos y se dice que esta persona es el comentarista (*commentator*), no autor. Otro escribe tanto sus propios materiales como los compuestos por otros, pero los suyos son los materiales más importantes y los de otros se incluyen para confirmar los propios, esta persona debe ser llamada autor (*autor*) (Wogan-Browne et al, 1999:3).

Dicha caracterización define a los estribas como los individuos que trabajan principalmente con textos particulares en conjunción con otros y la división se centraba en la reproducción mecánica de pensamiento y las ideas (Finkelstein, McCleery, 2013). A su vez, esta cita permite identificar quienes estaban autorizados a copiar y reproducir obras (los estribas o copistas). Estas consideraciones cambiarían a partir del siglo XV con la irrupción de la imprenta; que habilita el pasaje de un pequeño número de manuscritos transcritos a la reproducción impresa en grandes cantidades (Ibídem). No es intención de estas líneas extender demasiado este punto, pero si en aquello que consideramos de

mayor relevancia: el autor válida la palabra escrita, la posiciona en la esfera pública en un espacio de interés. Es imposible no citar a Michel Foucault (1969):

En una palabra, el nombre de autor funciona para caracterizar un cierto modo de ser del discurso: para un discurso, el hecho de tener un nombre de autor, el hecho de poder decir "esto fue escrito por Fulano de Tal", "Fulano de Tal es el autor de esto", indica que dicho discurso no es una palabra cotidiana, indiferente, una palabra que se va, que flota y pasa, una palabra que puede consumirse inmediatamente, sino que se trata de una palabra que debe recibirse de cierto modo y que debe recibir, en una cultura dada, un cierto estatuto (p:75)

En efecto, los cambios descriptos impactan de manera significativa en el rol del autor. Si antaño era la palabra autorizada, aquel que garantizaba la veracidad o la calidad de una obra, ¿cómo impactan entonces los procesos de industrialización de las obras y, más aún, los procesos de digitalización y convergencia? El artículo "*La muerte del autor*", de Roland Barthes (1977) nos ofrece una respuesta a este punto. Barthes sostuvo que el autor dejaba de existir una vez que su obra pasara al dominio público. Al destruirlo, se abrió espacio para nuevos significados y se liberó del texto. No obstante, el semiólogo y ensayista francés argumentó el alejamiento del autor como un desplazamiento hacia la figura del lector; ya que resignifica la obra sin necesidad de pensar la secuencia Dios/Autor (Finkelstein, McCleery, 2013). En este sentido, el lector crea sus propios significados sin la ayuda del concepto de autor, ya que la unidad del texto no está en su origen, sino en su destino (Barthes, 1977). En definitiva, Roland Barthes criticaba la noción del autor como garante de sentido. Pero, como introdujera Michel Foucault, anunciar la muerte del autor era ignorar el hecho de que nos encontramos atravesados por una economía de la cultura y las fuerzas del mercado. Los autores y sus libros son mercancías.

En la actualidad, la proliferación de textos y de obras intelectuales, producto de las plataformas de autopublicación, genera un debate de índole, si se quiere, filosófico en cuanto a la autoridad conferida en la autoría. Los autores de renombre (Gabriel García Márquez, Eduardo Galeano, Stephen King, por mencionar solo algunos ejemplos), generan ventas editoriales por sí mismos, ya que se encuentran enraizados en los gustos del consumo popular. Pero la venta de obras autopublicadas no es efectiva para todos: primero por las capacidades alfabetizacionales que deben adoptar si o si los autores en el proceso (tanto para el uso de las plataformas como para la decisión referida al formato de reproducción), afrontar las tareas de edición y corrección del manuscrito, conocimiento sobre la gestión de derechos y formas de mercantilización. Este es por lo general un trabajo solitario que no todos los autores conocen o bien, estén decididos a afrontar. Y segundo, por que no todo lector asume la tarea de leer libros de autores desconocidos. En este sentido, es la IE la que legitima la autoría como profesión y le confiere el estatus de autor a un escritor de libros. Y el

mercado digital y de autopublicación no se encuentra todavía maduro para generar esta legitimación.

Como se ha descrito, nada nuevo podemos sostener que no hayan adelantado Foucault o Barthes. Incluso, la noción de copia es algo que antecede al siglo XV. No obstante, lo que sí es posible asegurar que, mediante los procesos de autopublicación, (re)apropiación y (re)significación de las obras intelectuales por parte de la ciudadanía lectora (usuarios de las TIC en general), la autoría en el escenario digital está en proceso de transformación. Tal como lo ha solicitado en las pasadas revoluciones del manuscrito y la imprenta, estamos ante la imposición cultural de revalorizar la figura del autor, en un marco en el que conviven los bienes y obras intelectuales en múltiples formatos y nuevos canales de distribución de la mercancía cultural. Sin mencionar la necesidad de modificar la normativa jurídica que se adecue a los usos colaborativos de los lectores.

#### 4.2. El agente literario

En el caso particular de los agentes literarios, estos han tenido que asumir como propias algunas tareas que antes estaban en manos de las editoriales como la recepción de manuscritos o la publicación de títulos, o labores tradicionales del librero, como el contacto con los lectores (Gil, Rodríguez, 2012). La función asignada a este actor particular radica en mediar entre el autor y el editor; función que puede integrar o no el proceso de producción. Es decir, el autor puede tener vínculo directo con el editor sin la necesidad de contratar a un agente literario, razón por la cual no se lo incluye estrictamente en la cadena de valor del producto libro.

En la actualidad, las editoriales no aceptan la recepción de manuscritos y sólo llegan a ver aquellos originales que solicitan expresamente, los que reciben a través de un agente o los sugeridos por algún autor que ya publican. De esta forma, se ha producido una traslación de tareas entre los actores de la cadena y, en el caso de los agentes literarios, ahora son quienes reciben y evalúan la calidad de un manuscrito, las correcciones que hay que efectuar, la edición que necesita, la unificación de criterios, entre otros aspectos; es decir, realizan una actividad que hasta no hace mucho tiempo era exclusiva del editor (Gil, Rodríguez, 2012; Igarza, 2010, 2011).

A modo de síntesis, aunque el trabajo principal del agente es ser el representante del autor, se ha visto obligado a adaptar sus funciones al nuevo entorno de la edición. Los agentes ya no tienen como cliente único a las editoriales sino que en la actualidad también deben negociar con plataformas de distribución y otras empresas interesadas en los contenidos de sus escritores, que se enfrentan a nuevos modos de explotación de los derechos de sus representados y que por las circunstancias actuales de la edición han tenido que acercarse más al lector (Gil, Rodríguez, 2012).

### 4.3. Editor

Como segundo eslabón que compone la cadena de producción en sí, se encuentra el editor. Su función es decidir qué obra es publicable y cuál no. Además, es el canal comunicante entre el autor, la imprenta y el distribuidor. En consecuencia directa, es posible definirlo como el primer intermediario en la cadena de producción que desaparece con la irrupción de las plataformas de autopublicación.

Durante los primeros siglos de la imprenta, impresores y libreros eran mediadores en el proceso editorial. Los libreros compraban los manuscritos directamente de los autores (que cedían sus derechos de distribución a ese librero en particular), se asociaban con un impresor y creaban pequeñas empresas de producción y comercialización; por lo que podemos deducir que la figura del editor es propia de la consolidación de la IE en el siglo XVII y XVIII. Durante los siglos XIX y XX, las funciones se dividieron y especializaron. En la actualidad, la revolución electrónica condiciona las figuras mencionadas, pues la producción física de la obra desaparece del proceso y la necesidad de comercializarla por canales establecidos disminuye considerablemente. La producción y comercialización electrónicas hacen innecesaria la intervención de impresores y libreros y, en el caso de la autopublicación, los editores<sup>7</sup> (Roncaglia, 2012; Finkelstein, McCleery, 2013).

En el proceso tradicional de edición, el editor debe cubrir los costes de corrección de la obra, diseño de la portada; traducción (si el original es en otro idioma), maquetación, revisiones, impresión, promoción y prensa del libro (marketing). En este sentido, el editor también debe hacerse cargo de los ejemplares devueltos por el distribuidor y el punto de venta, acarreado los costes de almacenamiento, los costes relativos a una eventual "segunda vida" del libro y los de incineración si se destruye la edición.

En cuanto a los aportes de la función del editor en particular y la editorial en general, se encarga de corregir el estilo y la ortografía del manuscrito original, seleccionar el formato del libro y los materiales con los que se hará (que tipo de formato en el caso de las obras digitales o e-Books), diseñar los elementos exteriores del libro (en el libro impreso corresponde a la portada, la contraportada, el lomo y las solapas, en el libro digital sería solamente la portada), diseñar el interior del libro y maquetarlo, preparar los archivos para enviar a imprenta o prepararlo para comercializarlo digitalmente, elaborar la estrategia de difusión de la obra y establecer las acciones de marketing online y offline a desarrollar, considerando también si es necesario producir material extra para la promoción (puntos de libro, portadas animadas, entre otros) (Igarza, 2012;

---

<sup>7</sup> Excepcionalmente, se menciona BajaLibros.com (<http://www.bajalibros.com>), que ofrecen un servicio pago de edición para aquellos que quieran publicar sus obras, aunque es discutible si el proceso continúa siendo de autoedición, ya que este término conlleva la eliminación de intermediarios entre autores-lectores.

Eguaras, 2013b). Las tareas descritas constituyen un gran valor añadido en la edición de contenidos editoriales.

Por otro lado, los editores de obras digitales mantienen precios que son aproximadamente comparables con los libros impresos. En cierto punto porque tienen todavía un carácter experimental y otro, porque existe un desconocimiento de cómo funciona el mercado en este ámbito. (Cordón García, et al, 2010). De hecho, en tanto hablemos de IE, la obra digital conlleva, antes de llegar al eslabón de impresión, los mismos costes que el libro impreso (de hecho, es precedente); lo cuál no implica que deba detentar los mismos costos finales, ya que no incentiva la compra por parte de los lectores.

Desde esta perspectiva, en las plataformas de autoedición, como propone Amazon (entre las de mayor envergadura a nivel mundial), el aspecto de la edición se desvanece; con los consecuentes riesgos que conlleva el producto final; tales como faltas gramaticales y de ortografía, errores de diseño; ausencia de tapas, contratapas y, prólogos, entre otros. En definitiva, herramientas que constituyen el valor agregado del libro.

#### 4.4. Impresión

En este eslabón se ven representados los primeros cambios tecnológicos que transforman a la cultura literaria. Y es que desde su irrupción en el siglo XV, la imprenta significó un salto tecnológico y habilitó la emergencia de la primera industria cultural como tal: la editorial.

Así, la invención de la tipografía es un ejemplo de la aplicación del conocimiento de los oficios tradicionales a un problema visual especial. Más que ningún otro logro, marcó la línea divisoria entre la tecnología medieval y moderna. La mecanización del arte de los estribas fue la primer reducción de un oficio cualquiera a términos mecánicos. El lector mueve una serie de letras impresas que tiene delante a una velocidad adecuada para la aprehensión de los movimientos de la mente del autor. Del mismo modo que lo impreso fue lo primero que se produjo en masa, fue también el primer "producto" uniformemente repetible. La línea tipográfica de tipos móviles posibilitó un producto uniforme y tan repetible como un experimento científico (Mcluhan, 1964).

Esta etapa es demostrativa, ya que se consensúa el soporte de distribución y mercantilización de la obra intelectual y le otorga el valor cultural atribuido al libro: el soporte transfiere el contenido literario a un formato legible, que es imputado a los nuevos hábitos de lectura y al simbolismo que encierra antaño la figura (anónima o no) del autor (Cabral, 1998).

De tal manera, la imprenta transformó el diálogo como discurso compartido en información empaquetada o artículo transportable. Dicho de otra forma, creo el sistema de precios. Porque el precio de un artículo, hasta que es uniforme y repetible, está sujeto a regateo u ajuste. La uniformidad y repetibilidad del libro

creó los mercados modernos y el sistema de precios, inseparable de la alfabetización y la industria. (Mcluhan, 1964).

A partir del siglo XXI y la aplicación de las TIC en los procesos de producción, la Impresión Bajo Demanda (IBD) representa uno de los cambios más significativos en la cadena de valor de la industria editorial, ya que supone una desintermediación casi total en la cadena de producción y en el vínculo entre autor/creador y lector. En este tipo de impresión, una máquina es destinataria de un texto, condicionado a determinadas pautas de edición, que llega directamente desde la computadora. La IBD permite obtener un libro en formato papel en el momento mismo que se realiza el pedido. Dicha acción presupone un fondo de libros digitalizados y una máquina especial para efectuar la edición. De garantizarse su expansión, el sistema abarata costos significativos de producción; al reducir los costos de almacenaje, devolución y sobreimpresión de ejemplares. No obstante, son muchas las reservas que subsisten con relación a su difusión, pues el costo de las máquinas que permiten esta "impresión a la orden" todavía es considerablemente elevado (Laguardia Martínez, 2012).

Pese a las reticencias, la impresión digital, que incluye cualquier método de impresión (desde impresoras láser de sobremesa hasta prensas Offset digitales), son cada vez más utilizadas. Las facilidades que ofrecen constituyen la base de nuevos modelos de gestión, como la edición, impresión y encuadernación a demanda. Así, las TIC habilitaron un mayor dinamismo y organización en el proceso de impresión, ausente en el caso del libro digital; este tipo de avances permite al usuario imprimir sus lecturas en la cantidad y calidad que lo desee.

#### 4.5. Distribución y venta

En la edición tradicional, la distribución de las publicaciones está condicionada por límites geográficos, debido a que los costos de entrega determinan que el número de lectores disminuya en la medida que aumenta la distancia, consecuencia de la cantidad de intermediarios que convergen entre el libro y el lector (empresas editoriales, librerías, entre otros).

En el libro clásico, continente y contenido están estrechamente relacionados y dotados de significado como objetos, de tal manera que las formas son productoras de sentido. Así, en contra de una definición estrictamente semántica del texto, hay que insistir en que las formas producen sentido y en que un texto, estable en si misma, puede verse investido de un significado y de una tipología inéditos cuando cambian las estructuras o las intermediaciones que lo proponen a la lectura o la escucha (Chartier, 1991).

En el entorno digital, la distribución encarna uno de los principales cambios en la cadena de valor. Bajo esta perspectiva, es preciso distinguir los servicios que la plataforma de distribución (como BajaLibros.com, Libranda, Publidisa, Casa del



Libro, Google, entre otros) ofrece a los editores como también en qué territorio se realiza la descarga del archivo (caso Amazon).

Por su parte, las distribuidoras digitales ofrecen el servicio de acceso a su plataforma para cargar contenidos (archivos, metadatos, imagen de portada de libro y material de promoción) y gestionar el envío de esta información a los medios de comunicación, al autor, al agente y a las librerías online, además del almacenamiento y custodia de los archivos. Por otro lado, la distribuidora cuenta con una red de librerías online asociadas, a disposición del editor para comercializar sus libros (Eguaras, 2013b).

A su vez, un dato que marca el futuro del libro es el reconocimiento desde 2002 de los e-Books como sujetos de ISBN por la Agencia Internacional del ISBN (Número Internacional Normalizado para Identificación de Libros, en todos sus formatos y soportes, en el ámbito internacional). Sin embargo, todavía se perciben algunas inexactitudes en la asignación de los mismos a este tipo de soportes y, debido al desfase de casi todas las legislaciones de depósito legal existentes en el mundo, elaboradas en su mayoría en un contexto tecnológico pre-electrónico, no son recogidas de manera sistemática todas las documentaciones existentes, con la dificultad de búsqueda efectiva que ello conlleva (Cordón, 1997).

Empero, la constante evolución del escenario digital y la apropiación por parte del público lector cambia constantemente las disposiciones culturales y sociales. Los mecanismos de distribución, comercialización y difusión son testeados de acuerdo a los consumos por parte de la ciudadanía y de acuerdo a la estrategia adoptada por cada casa editorial.

#### 4.6. Lector

Los hábitos en los consumos de lectura tienen estrecha relación con las modificaciones en las prácticas de lecto-escritura, por lo cual se abordan ambas dimensiones de análisis.

Para comprender los cambios en el sujeto lector, es necesario advertir que la lectura ya no puede interpretarse solo como la decodificación del sistema alfabético, ya que no es el único sistema de signos que es susceptible de ser leído. Desde la tradición semiótica, la idea de la lectura se flexibilizó para poder abarcar un conjunto de usos e intercambios de códigos diversos, que incluye desde la imagen hasta los espacios y desde la gramática cifrada de los códigos de máquinas hasta las codificaciones magnéticas, legibles únicamente para los artefactos ópticos (Ambrojo, 2008). El término flexibilidad se extiende hacia un universo mediático de sistemas simbólicos que va más allá de lo escrito y que comprende nuevas formas de narrar y leer historias.

La diferencia sustancial con los desarrollos tecnológicos de los últimos años es que los medios van con nosotros a donde sea que vayamos. Así, los nuevos

dispositivos inalámbricos de conexión cambian la concepción social de tiempo y espacio y habilitan nuevas formas de consumo, relacionada a los cambios en las relaciones intra-personales que emergen a partir de las redes sociales e Internet (Castells, 2009).

En este sentido, la unicidad del soporte consensuado como libro, necesario para su comercialización a partir de la creación de la imprenta, ya no es necesario. Se considera que el libro digital puede leerse en un aparato diseñado para tal fin, pero también en otros dispositivos no concebidos para su lectura, como el ordenador personal, la agenda personal, tablets e incluso teléfonos móviles. Esto altera de facto la concepción espacio-tiempo y el vínculo con la lectura, posible ahora en cualquier momento y territorio. No es que antaño el libro en papel no pudiera ser trasladado (las ediciones de bolsillo fueron creadas para tal fin); la diferencia radica en la actualidad en la cantidad de unidades que es posible almacenar y llevar en un mismo dispositivo.

## **5. Cadena de valor: las TIC y los ¿cambios? en el proceso del producto libro**

Según lo descrito hasta el momento, la recomposición en la cadena de valor de la IE responde a las transformaciones en la reconversión capitalista a escala mundial, que afecta el proceso productivo, el modo en que se gestiona la fuerza de trabajo y las relaciones laborales en vista de la necesidad de aumentar los márgenes de rentabilidad de las empresas. Estas mutaciones se vieron favorecidas gracias a un proceso de convergencia entre las telecomunicaciones, la informática y la tecnología audiovisual que permitió aumentar los flujos a una velocidad y complejidad nunca vistos. Así, la cadena de producción del libro tal y como la conocemos tiende a la mutación. La estructura clásica del negocio editorial que se pretende replicar en la edición digital es insostenible. Los motivos oscilan entre la cuestión de la desmaterialización del producto y su posible transformación en servicio hasta la necesidad de desintermediación y la asunción de que el entorno digital tiene mecanismos y reglas propios que no se ajustan a los utilizados por el sector editorial hasta ahora. Por otra parte, es posible inferir que la expansión de los sistemas digitales de impresión, comercialización y difusión abarate los costos de producción al reducir los costos de almacenaje, devolución y sobreimpresión de ejemplares. No obstante, son muchas las reservas que subsisten con relación a su difusión, puesto que el tipo de tecnología empleada para tales fines es elevado (Laguardia Martínez, 2012).

A pesar de las múltiples ventajas que el determinismo tecnológico y los medios de comunicación celebran, asociadas a la presencia mayor de las TIC en el mundo editorial, son varias las cuestiones a resolver en el sector. Sobresalen los que atañen a la normativa de derechos de autor, equilibrar las demandas de editores y creadores y de que modo proteger la fragilidad y vulnerabilidad de los contenidos digitales.

Como se ha definido en una primera aproximación, la edición de un libro impreso y digital se compone por varios procesos específicos y diferenciados.

En cuanto a los procesos puntuales, podrían sintetizarse en:

- La creación intelectual: cuando el autor genera el contenido y una vez finalizada su obra la presenta en una editorial o a un agente literario.
- La producción editorial: el editor encabeza el proceso, que evaluará si lo escrito por el autor es susceptible de ser publicado. Aquí, es posible que se solicite la figura de un traductor (si la obra original es en otro idioma); un corrector; un diseñador y/o maquetador y un revisor. Este es el momento en que la obra intelectual se constituye como tal.
- Impresión y la encuadernación. Culmina el proceso de producción propiamente dicho y el libro está listo para salir al mercado.
- Almacenaje (stock, dependiente de la cantidad de ejemplares impresos), distribución y la comercialización del producto. Incluye la implantación de éste en el punto de venta, sea una librería física o una digital, o una biblioteca.
- Difusión y promoción del producto en medios online y offline: marketing.

A partir de esta categorización en las fases que componen el proceso de producción, para publicar un libro en digital los procesos son los mismos, a excepción de la impresión en papel y la encuadernación, que se suprimen. Es más, el libro en digital podría ser definido como el producto primario, ya que está disponible desde la segunda etapa de la cadena. Para ser entregado a la imprenta, la obra debe encontrarse en formato digital, con todas las especificidades definidas por los actores que componen la línea de edición y maquetación. Es decir, en esta fase ya se encuentra diseñada la tapa, la contratapa, el diseño interno y todas las correcciones aplicadas.

Podría especularse que con la eliminación de los procesos de impresión y distribución, el costo de generar un e-Book descendería notablemente. Sin embargo, la impresión constituye un porcentaje en contraste bajo del Precio de Venta al Público (PVP): un 10% (aproximadamente) (Igarza, 2010, 2012), según la cantidad de ejemplares o el tipo de edición.

Si bien en la edición en digital se suprime la impresión, hay que considerar nuevas acciones o procesos que se suman a los ya mencionados, y que son propios de las nuevas tecnologías y de la mecánica del libro digital, como la creación de ficheros XMLs y la estructuración de formatos integrando los metadatos.

Por otra parte, el mercado editorial digital exige nuevas competencias y saberes, como el funcionamiento de las librerías online y el comercio electrónico, la gestión de derechos digitales, la forma de comercialización y distribución de ediciones digitales, los nuevos modelos de negocio (a raíz de la digitalización de contenidos), entre otros. Por tanto, es correcto afirmar que a partir de la edición digital, se ahorra el proceso de impresión pero es pertinente considerar que se

suman otros que, a su vez, añaden nuevos actores y profesionales a la producción del contenido. Este punto es clave el rol que juegan los nuevos mediadores o mediatizadores (Igarza, 2012).

En otras palabras, el punto disruptivo en este orden de análisis es el tercer eslabón: la de distribución y comercialización. La tendencia indica que tiende a la autonomización y pasaría a ser manejado por pocos actores, todos jugadores globales, que venderían tanto libros como música, contenidos audiovisuales y demás productos, sin relación particular con el mundo editorial (Díaz, Ostroviesky, 2014:53). De hecho, en los modelos impuestos por empresas como Google, Amazon y Apple, entre otras, las librerías quedan excluidas del negocio e-Books ya que su modelo de negocio se basa en la venta de dispositivos de lectura. Consecuentemente, las plataformas de distribución, almacenaje y comercialización en digital continúan llevándose un alto porcentaje del PVP del libro; es decir, reproducen de forma más o menos similar lo que sucede con el papel.

Se da una situación diferente cuando se publica un mismo libro en papel y en digital. El contenido ha sido revisado, corregido y traducido para un soporte, razón por la cuál las tareas no deben repetirse para publicar el contenido en digital. Así, el precio de producir un e-Book desciende y las ganancias por ventas aumentan.

A modo de síntesis, la realización de un libro, sin diferenciar por formatos, implica costos de producción; sean de mayor o menor envergadura. Hay trabajadores que intervienen en su escritura, revisión, maquetación, inclusión de datos, subirlo en Internet, entre otras actividades. En consecuencia, no debe confundirse el costo elevado de ciertos formatos digitales con la gratitud de los mismos. Como se ha mencionado, el formato digital se encuentra disponible en la segunda etapa de la cadena productiva y tiene sus costos de realización. Encontrar un equilibrio entre los costos de elaboración y de venta, que sea sostenible para la editorial y accesible y aceptable para el lector, es todavía una tarea pendiente.

### **5.1. La palabra escrita y las TIC: un antes y un después en los dispositivos de gestión**

El soporte papel ha definido históricamente al bien que reconocemos como libro, porque hay una convención social que certifica su unicidad y una representación única o similar que garantiza su reconocimiento universal como tal.

Por primera vez en la historia de la transmisión del conocimiento, experimentamos la sustitución de un sistema desintermediado a uno intermediado, con todo lo que ello implica. Durante miles de años, los cambios que advertimos en los soportes de lectura, de la piedra a la madera, el papiro al papel, del rollo al códice, entre otros<sup>8</sup>; han sido transformaciones exclusivamente ergonómicas en

---

<sup>8</sup> Chartier, R. (2010). Las revoluciones de la cultura escrita, Barcelona: Gedisa.

respuesta a una necesidad de lectura más rápida y cómoda y a la ley de economía interna de la información, esto es, la prevalencia de una forma sobre otra si la nueva representa un ahorro de espacio o de tiempo manteniendo o incrementando la información disponible. Pero la única condición de lectura era saber leer<sup>9</sup>. El lector, además, ha contado con la garantía de un soporte longevo, cuya conservación garantizaban las legislaciones de depósito legal de cada país. Un soporte, por otra parte, escasamente expuesto a ningún tipo de amenaza externa, fuera de los vandalismos y bibliofobias propios de las ideologías totalitarias, que recurrentemente aparecen en la historia mundial (Cordón García, at el, 2013); propio del simbolismo que encierra el libro como elemento constitutivo de los acervos e identidades nacionales.

En el escenario digital, al no existir un único formato o dispositivo de reproducción de la obra intelectual, su reconocimiento se torna confuso. La ausencia en la unicidad conceptual hace que sea difícil consolidar la IE de obras intelectuales electrónicas, sobre todo por el desacuerdo de los actores que integran la cadena de producción sobre el producto final que colaboran en lanzar al mercado. Al momento de relevar bibliografía y de escribir estas líneas, un par de preguntas ayudaron como guías: ¿Para ser un libro, el “libro” digital o e-Book (como el término que mayores adeptos ha ganado) debe tener su par impreso? ¿Se definen por oposición o son complementarios? ¿Cuáles son entonces los elementos que constituyen al libro y cuáles al electrónico?

Adelantando un poco las reflexiones de este apartado, podemos inferir que, si la definición del libro esta constituida y consolidada históricamente por el soporte (papel), por el orden del texto (linealidad) y los atributos que conforman su valor agregado (tapa, contratapa y prólogo, entre los más significativos); entonces es posible afirmar que la definición de libro electrónico o e-Book debería ser una obra intelectual que integre en su cuerpo los atributos mencionados; así como un soporte de reproducción adecuado. Caso contrario, estaríamos ante un texto cuya mercantilización es a través de plataformas de comercio electrónico y comparte algunas características de originalidad (como la idea) con el libro. Dicho argumento no implica que un archivo de estas características no tenga detrás un autor, sino que no comparte los elementos constitutivos de aquello que hemos consensuado como libro (y que lo distancian de cualquier otro texto y/o género). En este sentido, el libro en papel también representa una convergencia entre soporte (hojas, tapas) y la escritura. Entonces, ¿Por qué desarticular el libro electrónico en soporte-dispositivo y formato digital (espacio de almacenamiento de la palabra)? Aquí encontramos una de las diferencias representativas a la hora de aclarar el escenario: existen en la actualidad dispositivos específicos de lectura (el Kindle de Amazon<sup>10</sup>, el Nook de Apple, entre los de mayor penetración en el

<sup>9</sup> Cfr McCleery, A; Finkelstein, D. (2013). Una introducción a la historia del libro, España: Paidós.

<sup>10</sup> Soporta solo los siguientes formatos de contenidos: Kindle Format 8, Kindle, TXT, PDF, MOBY no protegido, PRC nativo; HTML, DOC, DOCX, JPEG, GIF, PNG, BMP a través de su conversión. En oposición, el resto de los lectores como Nook, Kobo y Sony Readers soportan el formato ePub. En el caso del iPad, el formato ePub debe ser convertido al formato del propietario de Apple iTunes.

mercado) y múltiples formatos de reproducción<sup>11</sup>. Pero estos últimos, pese a las imposiciones tecnológicas de las empresas que crean los dispositivos<sup>12</sup>, pueden ser leídos en otros dispositivos (no importa por ahora si son de la misma empresa o no) como tablets, computadoras, teléfonos inteligentes (smarthphones). Entonces, atraviesa este aspecto la multifuncionalidad del soporte de reproducción de la obra intelectual. El libro impreso tiene una única función social que es la de satisfacer la lectura (independiente de su objetivo, sea recreativo, académico, laboral, entre otros) de una obra única, singular, particular. En la era digital, el mismo soporte de reproducción, además de acercarnos a la obra intelectual, nos conecta a más de 500 obras intelectuales en un solo click<sup>13</sup>; a la vez que nos conecta a Internet, habilitando nuevas ventanas de acción.

Por lo tanto, ¿las obras intelectuales que reconocemos (algunos a la fuerza) cómo libros electrónicos, son libros? Ya hemos visto la diferencia desde el plano jurídico normativo y hasta socio-cultural. ¿Cómo avanzamos?

Al hablar de libro electrónico se encuentran análogos problemas de polisemia. La expresión "libro electrónico" y sus equivalentes ingleses "electronic Book" o "e-Book", pueden de este modo designar tanto el dispositivo físico utilizado para leer un texto electrónico, como el texto electrónico (extraído o menos de un libro precedentemente publicado de manera impresa), o el "producto comercial" vendido o distribuido e la red y asociado a una específica licencia de uso. La ambigüedad fundamental y la principal oscilación de significado esta ligada a la diferencia entre e-Books como objeto textual y como instrumento físico de lectura. En este sentido, las diferentes definiciones<sup>14</sup> oscilan entre la importancia del contenido digital, la convergencia entre los contenidos digitales e instrumentos de hardware de lectura<sup>15</sup>, en otros casos aún sobre el dispositivo de

---

<sup>11</sup> Los formatos digitales son los soportes materiales que permiten la reproducción, distribución, circulación y copia de las obras intelectuales en la era digital. Son formatos de archivo que habilitan la impresión y distribución, cuyos condicionamientos intrínsecos al diseño predeterminan qué se puede hacer o no con ellos. Por ejemplo, Microsoft ha desarrollado un nuevo formato de archivo llamado XPS (XML Paper Sepecification) que solo puede ser reproducido con el sistema operativo Windows Vista y en su nueva suite ofimática Office 2007. En la actualidad, coexisten en el mercado más de 25 formatos de archivo para publicación y lectura de un libro electrónico, incluidos los formatos de imágenes (JPEG, GIF, PNG o BMP) o de texto plano como el formato TXT (Laguardia Martínez, 2012).

<sup>12</sup> Como los sistemas operativos desarrollados por Apple y Microsoft, que limitan el uso de su tecnología a los formatos, programas y aplicaciones por ellos diseñados o el caso de Amazon con el Kindle, cuyas obras son legibles mediante la compatibilidad impuesta por la imposición de sus programas.

<sup>13</sup> Por ejemplo, el Kindle Fire, la cuarta generación de dispositivos de lectura de Kindle, cuenta con 8 GB de almacenamiento, pero sólo 6 GB está disponible para su uso. Esta cuarta generación de Kindle puede almacenar alrededor de 6.000 libros, que asume que el usuario tiene un máximo de 80 aplicaciones u otros medios instalados.

<sup>14</sup> Para sistematizar y contrastar las diferentes posturas academicistas y profesionales en tanto a la conceptualización del libro electrónico, cfr Gino Roncaglia (2012). ¿Qué es un libro electrónico? En la cuarta revolución. Seis lecciones sobre el futuro del libro, Eduvim, Villa María: Argentina, pp:63.75.

<sup>15</sup> El término refiere a la maquinaria utilizada en las actividades de entrada, procesamiento, almacenamiento y salida de un sistema de información; es decir, la parte física (tecnológica) de cualquier dispositivo. Se complementa con el software, que integra los programas de computación que controlan las operaciones del hardware de computación.

lectura. En algunos casos, subraya la importancia de una organización “monográfica” del texto y de la presencia de metadatos descriptivos, mientras que en otros, el hincapié hace referencia a cualquier tipo de textualidad electrónica. En algunos casos, la idea de libro electrónico parece presuponer la preventiva disponibilidad del texto también en soporte papel (Roncaglia, 2012).

Bajo estas consideraciones, no es menor que al calor de estas argumentaciones, Michael Hart (2001), fundador del proyecto Gutenberg<sup>16</sup> considere la idea de un libro electrónico como un oximorón, ya que las producciones digitales son, en principio, no comparables con el objeto libro, destacando las diferencias entre “ensamblaje digital” de contenidos multimediales y la realización de una obra (libro) destinada a la impresión. Los instrumentos utilizados son tan diferentes en ambos casos que la aplicación directa del modelo “libro” en el mundo de los nuevos medios digitales resulta no sólo difícil sino incluso equivocada (en Roncaglia, 2012).

Desde estas consideraciones, estamos en condiciones de afirmar que, tanto el libro impreso como electrónico son obras intelectuales; no obstante, ambos exigen diferentes capacidades cognitivas: mientras que en el primero solo hace falta estar alfabetizado (letrado) para poder decodificar el lenguaje del texto; el segundo exige nuevas competencias relativas a la alfabetización informacional (para hacer usos de los dispositivos y formatos) que, en la actualidad, no todos la poseen<sup>17</sup>. Por otro lado, esta la cuestión indisoluble del soporte: a partir de la irrupción de la imprenta en el siglo XV, se presentó la necesidad de consensuar un soporte que permitiera la reproducción en serie, así como la comercialización de las obras intelectuales. De esta manera, se constituye y legitima la IE como tal, que gira en torno al objeto libro. En la era digital, la ausencia de una unificación en los formatos digitales de materialización, que tiene su estrecha justificación en las imposiciones tecnológicas de las empresas proveedoras de insumos y contenidos informáticos, tornan imposible el despegue de la industria editorial de la obra en digital. En primer lugar, el problema es de hardware. Por el lado de los dispositivos de lectura, el problema está relacionado con las condiciones de uso del dispositivo y los conocimientos necesarios para el desarrollo de sus rutinas (Cordón García, et al, 2013). Por el lado de los formatos, su bien todas las tecnologías reconocen los textos PDF<sup>18</sup>, este formato no admite la opción de

<sup>16</sup> Primer proyecto de digitalización de obras y bienes intelectuales, todavía existente, creado en 1971 con el objetivo de crear una biblioteca de libros electrónicos de acceso público a partir de libros precedidos en formato físico. Ver <https://www.gutenberg.org/>

<sup>17</sup> Puede consultarse el último informe de Global Information Technology, referente mundial en el uso de las TIC por parte de los estados, que releva datos de penetración de Internet y uso de dispositivos en 2014. La situación de América Latina arroja datos significativos: la distancia entre los cascos urbanos y rurales es amplia, así como también los niveles de penetración de Internet y eficacia en las conexiones fijas y móviles dista mucho de la europea o norteamericana. El informe puede consultarse en [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalInformationTechnology\\_Report\\_2014.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalInformationTechnology_Report_2014.pdf) . Última consulta: 23 de mayo de 2015.

<sup>18</sup> Portable Document Format, de Adobe System. Es un formato de archivo utilizado para presentar e intercambiar documentos de forma fiable, independiente del software, el hardware o el sistema operativo. Ver <https://acrobat.adobe.com/la/es/products/about-adobe-pdf.html>

repaginación, esto es, la acomodación del tamaño de la letra a las necesidades del usuario, por lo que se recurre a programas como Calibre para convertir los libros en pdf a Mobipocket o ePub, en los que está la opción si está disponible (Ibídem). Pero estas operaciones requieren competencias informáticas, con los que un segmento de la población potencialmente consumidora puede quedar excluida.

Entonces, al no existir consenso, ni siquiera por parte de la industria en tanto dispositivos y formatos, acordamos en el oximorón que representa el concepto libro electrónico o digital. Sobre todo, porque quienes se engrosan en las filas de sus defensores son empresas productoras de hardware, software, insumos informáticos y creadores de plataformas. Quienes decidieron re-definir el libro ni siquiera provienen del sector cultural literario y mucho menos del sector comercial tradicional que la IE personifica. Son actores que, gracias a la implementación de las TIC en los procesos de producción, irrumpen en la cadena de valor y alteran el objeto final de lectura. Por lo tanto, lo que les importa es la imposición a los usuarios de la tecnología. No la creación intelectual trasladada en palabras escritas que constituye la obra y, que para ser de disposición pública, deben corporizarse en el soporte papel, lo cual simboliza el libro. De allí la doble valuación del bien cultural, material y simbólico, que encarna finalmente la mercancía cultural.

Deberíamos, entonces, considerar en mayor profundidad las diferencias más que las similitudes (que en verdad no son tantas) para esbozar una definición de lo mal llamado libro electrónico y comprender su vínculo con el libro impreso.

## **5.2.- ¿La única revolución atribuida al libro es la electrónica? Cambios significativos que alteran el significativo libro**

Debido a que no es objetivo de este artículo recaer en determinismos tecnológicos, es posible afirmar que la introducción de las TIC al proceso de producción de la industria editorial no es la primera "revolución tecnológica". Se anuncia la muerte del libro, sobre todo a partir de los cambios acontecidos con la irrupción de los dispositivos de lectura (se destaca el Kindle como el de mayor penetración en el mercado mundial<sup>19</sup>), el fin de la imprenta, la mutación de la figuras de autor, editor y lector. Pero, si algo nos ha enseñado Marshall McLuhan (1964), es que no siempre un cambio tecnológico conlleva la muerte de las tecnologías precedentes.

---

<sup>19</sup> Pese a que Amazon, la empresa que creó y comercializa el Kindle, no brinda datos duros sobre sus ventas totales, para las fiestas de 2009 fue el objeto individual más adquirido en la plataforma de comercio electrónico y (dato nada insignificante), es la fecha en que por primera vez, una obra intelectual de formato electrónico (The lost symbol, escrita por Dan Brown, autor del Código Da Vinci. Ángeles y Demonios, entre otros) había alcanzado la posición de best-seller del sitio (Roncaglia 2012). No obstante, la supremacía en el mercado de dispositivos de lectura alcanzada por Amazon se encuentra amenazada por la irrupción en este segmento de mercado de Apple con el dispositivo iPad. Se explorarán las características de ambas tecnologías de lectura en líneas posteriores.



Es decir, la emergencia de nuevos dispositivos y formatos de lectura no implica la desaparición de las anteriores prácticas relacionadas con la producción, transmisión y recepción del libro. En palabras de Roger Chartier (2010):

El mundo digital multiplica los usos de la escritura. Ofrece más facilidad para la composición de los textos, obliga a escribir en los innumerables formularios, permite una comunicación inmediata de acceso a una inmensa cantidad de textos. En esta perspectiva, la crisis sería una crisis creada para la proliferación indomable e incontrolable de lo escrito, buscado, impuesto, multiplicado. Pero se debe subrayar también que esta profusión textual constituye un profundo desafío para las categorías que nos definen como lectores, que no nacieron como lectores electrónicos. Estos caracteres de la cultura escrita se remiten a las nociones entrecruzadas de singularidad, originalidad y propiedad. Los textos polifónicos, abiertos, móviles de la textualidad digital pueden interpretarse como una pérdida de las definiciones clásicas de lo que es un libro o una obra. En este sentido, se puede pensar en una crisis de la lectura si se define la lectura como la respuesta de los lectores a un orden de lo escrito que supone autores, individualizados, estabilidad de las obras y reconocimiento de la propiedad intelectual (en prensa<sup>20</sup>)

En este sentido, Chartier (2011) sistematiza las tres revoluciones que han trascendido la historia del libro: la primera, la que implicó el cambio del rollo al códex; la segunda, la creación de la imprenta (atribuida a Gutenberg); mientras que la última es la revolución del texto electrónico, que transforma los tres procesos principales de la vida del libro: producción, transmisión y recepción. Como apunta el sociólogo e historiador francés, ésta es una revolución que ocurre en tres planos a la vez: en la técnica de producción y reproducción de textos, en el soporte de lo escrito y en las prácticas de lectura. Por su naturaleza triple, la revolución electrónica es más violenta que las dos revoluciones tecnológicas anteriores. Así, es cada vez más complejo distinguir el libro:

En la actualidad, además del libro como objeto particular, está la computadora, que conlleva todos los textos y que también sirve para lectura y escritura. Ahora, si se torna complejo mantener el libro como cuerpo, ¿qué se mantiene del libro como discurso o del libro como alma? Ésta es toda la discusión a propósito del concepto mismo de libro electrónico. ¿Cómo se puede mantener el criterio de identificación del libro como obra en el mundo digital? El problema es que el mundo digital, en su origen, sostuvo la idea de texto móvil, maleable, abierto, gratuitamente distribuido. Toda una serie de conceptos que se oponen término por término a los criterios que definían el libro como discurso en el siglo XVIII, es decir, una obra que no es

<sup>20</sup> Entrevista realizada a Roger Chartier por Manuel Peña Díaz para la Revista Álabe, N°1, junio de 2010. Recuperada de [www.ual.es/alabe](http://www.ual.es/alabe)

móvil en cuanto a su texto -aunque puede serlo en sus formas-; que no es maleable; que está impuesta por la forma de inscripción; que pertenece a un autor que tiene derechos a la vez económicos y morales sobre ella; y, finalmente, que circula mediante la actividad editorial y el mercado de la librería<sup>21</sup> (En prensa<sup>22</sup>).

Y en esta línea, el historiador argumenta las tensiones que atraviesan las mutaciones descritas, anticipadas al inicio:

Hay una tensión entre dos posiciones. Por un lado, la de quienes sostienen que el mundo de los textos podría ser un mundo de discursos sin propietarios, producidos de una manera polifónica y que se separan de la originalidad, remitida al pensamiento o al sentimiento de un individuo singular. Por otro, la de quienes buscan introducir en el mundo digital dispositivos que permitan mantener las categorías de singularidad, originalidad y propiedad. Es decir, que los textos sean cerrados, que el lector no pueda intervenir dentro de ellos; que el acceso no sea necesariamente gratuito sino que, como en el caso de un libro impreso, suponga un pago, y que se reconozca la obra como algo móvil, en la medida en que puede ir de una computadora a otra, pero que no esté abierta, que esté identificada como una composición que tiene una originalidad y una singularidad que remiten al nombre propio de su autor (En prensa<sup>23</sup>)

En este escenario, podríamos afirmar que el uso integrado de códigos comunicativos diversos (multimedialidad) y la organización hipertextual de la información dan vida a algo novedoso y diferente de aquello que el libro es y representa para la historia de la cultura. No existirían, entonces, los “libros electrónicos”: existen libros (como corolario de un proceso de producción específico cuyo resultado es el producto en soporte físico papel, además de situarse en un momento histórico y cultural determinado) que conviven con objetos informativos digitales que asumen nuevas formas, en algunos casos, similares a las formas del pasado. En consecuencia, en un futuro no muy lejano, sería de mayor precisión teórico-conceptual hablar del libro como bien intelectual, consensuado hace años como objeto-mercancía cultural en formato impreso y las obras intelectuales digitales como obras electrónicas, ya que no puede escindirse el soporte del formato o dispositivo de reproducción.

---

<sup>21</sup> Tal como describe Jean-Gabriel Ganascia cuando plantea las diferencias con el libro electrónico, el libro representa un soporte particular para la escritura, que está inmerso en un específico momento histórico. Por ello es restrictivo hablar de libro en una situación en la cuál convergen los soportes de escritura, del sonido y de la imagen (en Roncaglia, 2012)

<sup>22</sup> Entrevista realizada por Gustavo Santiago, publicada en el diario La Nación el 21 de enero de 2011. Recuperada de <http://www.lanacion.com.ar/1342531-pantallas-y-libros-en-el-mismo-mundo>

<sup>23</sup> *Ibidem*.

## 6.- El rol de los Estados: como pensar las políticas públicas de la IE en la era digital

En los apartados precedentes, se han sistematizado las diferencias entre los bienes y obras intelectuales desde las protecciones jurídicas que los alcanzan (derechos de autor y propiedad intelectual), determinadas por los soportes que las contienen. Posteriormente, se describió la composición de la industria editorial, sus cambios y desafíos actuales para determinar las tensiones entre los intereses privados y públicos-comunitarios (complejizadas por la entrada de nuevos mediadores en la IE). Esto nos ha llevado a reflexionar sobre aquello que consideramos libro y se han argumentado las distancias entre la obra intelectual impresa y digital, desde la concepción de considerar ambas como mercancías culturales.

En este contexto, adquiere prioridad y relevancia la necesidad de investigar, clarificar y regular la arquitectura económica y político-cultural sobre la que se apoyan los nuevos gigantes de la economía digital del libro y las nuevas industrias de contenidos culturales. Frente a los nuevos procesos que atraviesa la industria editorial, dinamizados por la entrada de nuevos intermediarios al mercado, el apoyo a librerías, pero también a los editores para la digitalización de fondos por parte de los Estados nacionales, representa un desafío para las políticas del sector. Con estas acciones se evitaría que los pequeños y medianos productores editoriales tengan la obligación de negociar con los gigantes de la gestión y la distribución de obras intelectuales. Otra de las medidas podría ser la modificación en sus estrategias de apoyo al sector editorial y el impulso al libro electrónico. Por ejemplo, en Canadá, los editores presentan cada año su programa editorial y reciben subvenciones en relación con su calidad y la producción ya publicada. Las subvenciones cumplen con políticas anti-concentración, ya que un grupo con múltiples sellos no puede recibir subsidios superiores a los que recibe una pequeña o mediana empresa como único propietario, ni tampoco recibir más de un subsidio por sello (Fernández, 2014). El caso de Francia simboliza otro ejemplo representativo de un Estado que protege sus acervos y la cultura local y tiene estrecha relación con la (re) significación de las bibliotecas públicas nacionales. En este país, la acción conjunta entre la Biblioteca Nacional, el Sindicato de Editores y el Centro Nacional del Libro ha contribuido a la digitalización de más de 100 mil libros considerados patrimonio y, por otro lado, ha entregado ayuda a los editores para digitalizar los títulos con derechos aún vigentes, que podrán consultarse y comercializarse a través de diversas plataformas digitales. Por otra parte, el Centro Nacional del Libro (que financia mediante impuestos la venta de libros de reprografía y copias) ha apadrinado estudios y la creación del Consejo del Libro, cuya función es asesorar al Ministerio de Cultura en lo que se refiere a las transformaciones en las dinámicas económico-jurídicas del libro y en las necesarias adaptaciones de la política del libro en el contexto de desmaterialización de la economía (Díaz; Ostroviesky, 2013).

En Argentina, también somos testigos de interesantes iniciativas de preservación de nuestros acervos. En 2014, la Biblioteca Nacional creó el portal Trapalanda que permite el acceso digital de parte de sus fondos escritos, sonoros y audiovisuales. Es significativo el pequeño epígrafe que funciona a modo de presentación; ya que denota la importancia de la cultura en la constitución identitaria y el peligro de la penetración extranjera:

Trapalanda era el nombre de una tierra mítica y ensoñada. La buscaron para conquistarla y les fue esquiva. Se convirtió en imagen en el ensayo y nombre de alguna revista. Para la Biblioteca Nacional es el nombre de una utopía: la puesta en acceso digital de todos sus fondos. Aquí se encontrará el lector con distintas colecciones, en las cuales los libros y documentos que la institución atesora se encuentran en forma digital<sup>24</sup>.

Por otra parte, una orientación posible y efectiva para impulsar el comercio de las obras digitales es el consenso en un formato único de reproducción, compatible con los múltiples dispositivos disponibles en el mercado. No se trata de erradicar los formatos impuestos por las empresas productoras de tecnologías, sino que las librerías y tiendas virtuales puedan ofrecer a los usuarios-lectores la opción de compra desde la multiplicidad de la oferta. Así, por ejemplo, los formatos e-Pub comparten la "estantería digital" con formatos universales, como puede ser el PDF u otro creado para tal fin.

Otra de las cuestiones a resolver para la consolidación del mercado editorial digital, es el precio de las obras. Las obras digitales no necesariamente implican nulos o escasos costos de producción. De hecho, cuando de proceso editorial se trata (no autopublicación), el proceso de producción y el trabajo puesto en una obra digital solo se distancia del libro en la cadena en los puntos de distribución y venta (aunque estos sean los que más costos agrega al precio final). En este sentido, una tienda virtual como Amazon, que vende desde bienes culturales hasta insumos y otros productos y servicios básicos, puede imponer el precio de venta de una obra digital (como servicio de librería y, nuevamente, no contemplando la auto-publicación) porque financia sus costes con la venta de millones de otros productos. Así, una editorial que quiera vender sus obras, puede llegar a venderlas en esta tienda sin obtener ganancias, lo que conlleva a destruir la IE. En consecuencia, podría pensarse un consenso, desde una política de orden mundial en la OMC o bien, al interior de cada país (en Argentina, desde la Cámara Argentina del Libro -CAL-), de precio único de venta, tal como se ha estipulado en la IE tradicional.

En este contexto, se trata de garantizar el acceso de la ciudadanía a la cultura literaria, desde la convivencia de las obras intelectuales en los soportes digitales e impresos, así como también la preservación de la palabra escrita, materializada en los libros, desde la premisa del derecho humano a disponer de la cultura. Y como tal, son los estados, desde sus organismos nacionales, internacionales o

<sup>24</sup> Consultar <http://trapalanda.bn.gov.ar/>

supranacionales, quienes deben bregar por el cumplimiento y legitimación de este derecho. La imposibilidad de regular Internet no debe ser una excusa (cuya falacia se ha demostrado en las normativas atinentes a la neutralidad de la red) para no intervenir en el comercio electrónico de las obras intelectuales.

## 7.- Consideraciones parciales

El presente trabajo ha tenido como propósito principal la descripción de la compleja situación que atraviesa la IE, a partir de la penetración de las TIC en los procesos de producción, que alteran las rutinas productivas y el rol de los actores que en ella intervienen. Como objetivos específicos, se han desarrollado las mutaciones en el mercado editorial a partir de la globalización de la economía, reconociendo las principales en las actividades ejercidas por los integrantes que componen la cadena de valor de la IE y, por último, se han esbozado reflexiones acerca de la participación que deberían tener los Estados Nacionales e Internacionales en este nuevo esquema de disposición de los bienes culturales.

En consonancia, el escenario de cambios profundos que se suceden a lo largo de la cadena productiva del libro y que involucran, con fuerza particular, a editoriales y lectores (o productores y consumidores si se prefiere), aleja aseveraciones absolutas o definitivas. La prioridad de entender las transformaciones en curso, las dinámicas asociadas y su facultad de modificar imaginarios y conductas es vital para la planeación y ejecución de políticas públicas que impulsen el desarrollo y consolidación de una industria editorial digital.

Las condiciones de producción actual del libro los convierten en productos perecederos, cuya larga cadena de valor no tiene correspondencia con el tiempo de exhibición y venta (Laguardia Martínez, 2012). No obstante, la implosión de los libros digitales, las plataformas tecnológicas de distribución y comercialización no alcanzan a definir un mercado del libro electrónico y ha cedido terreno a empresas provenientes del ámbito electrónico (de las cuáles Google, Apple o Amazon son las de mayor trascendencia global), que ocupan un lugar hegemónico en el mercado editorial; dada la concentración en la creación de los nuevos dispositivos de lectura y el tráfico de contenidos en la red. El panorama adquiere mayor complejidad al inferir que todas las dinámicas (sociales, económicas, culturales y tecnológicas), se verifican en un contexto global donde el audiovisual se impone e irrumpe como formato alternativo a los libros impresos.

Los modelos de negocio que se vislumbran y vaticinan son múltiples y versátiles, lo que insinúa una permanente (re)adaptación por parte de la IE y la evolución de la tecnología. Además, deben de considerarse otros tipos de obras que influyen en la creación y la distribución del escenario editorial, como el audiolibro digital o la distribución móvil<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> Por ejemplo, Apple ha desarrollado el programa Stanza para la lectura de documentos electrónicos en el iPhone con un nivel de descarga superior al de las ventas del Kindle (Anderson, 2009 en Córdón García, et al, 2010)

Por otra parte, la emergencia de todo nuevo dispositivo obliga a desplegar una profunda investigación del mercado como objeto de analizar donde se encuentran las demandas y necesidades que se van a satisfacer y donde se puede aportar valor añadido (García Cerdón, et al, 2010). El fracaso de la consolidación de la obra electrónica como alternativa de lectura y de los dispositivos de lectura que se han sucedido se ha debido, en parte, a la confianza excesiva en la fuerza de la novedad, en la multiplicidad de formatos y en la predilección del libro en tanto mercancía cultural, como objeto intrínseco a un fetichismo intelectual que será difícil de erradicar en el mediano plazo. Las modificaciones en los hábitos de producción y de consumo obligan a que los actores directamente implicados en el proceso no permanezcan ajenos al mismo, so pena de juzgarse no ya el protagonismo, sino su supervivencia en una coyuntura que ha dejado de constituir un inminente futuro para revestir el de una realidad consistente, en perpetua transformación (Ibídem).

En este marco de situación, es necesario describir y comprender en su totalidad las dinámicas en curso, ya que la irrupción de las tecnologías sería la menor de las consideraciones si no alertamos sobre el problema de la concentración, las empresas que dominan el mercado mundial del libro y la complejidad de la disponibilidad y la preservación del acervo cultural. No perder de vista que la obra intelectual es la columna vertebral de nuestro acervo cultural y es el principio por el cual debemos comprender que las mutaciones manifiestas no deben perjudicar, sino favorecer, la disposición de la cultura literaria.

## Referencias bibliográficas

- AMBROJO, J.C (2008). *Libros electrónicos: Gutemberg se adapta a la era digital*. Recuperado de <http://www.tecnicaindustrial.es/tifrontal/a-2826-Libros-electronicos--Gutenberg-adapta-digital.aspx> (fecha de consulta: 5 de mayo de 2015).
- ARRESE, Ángel. (2004). *Algunas consideraciones sobre la gestión de productos y contenidos de los medios*. En COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD, Vol. XVII, N°. 2; pp: 9-44. Disponible en [http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art\\_id=79](http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art_id=79) (fecha de consulta: 2 de noviembre de 2014).
- BECERRA, Martín. (2003). *Sociedad de la información: proyecto, convergencia, divergencia*, Grupo Editorial, Buenos Aires, Norma.
- BECERRA, Martín.; MASTRINI, Guillermo (2006). *La economía política de la comunicación vista desde América Latina*. En Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. [En línea] Disponible en: [www.compos.org.br/e-compos](http://www.compos.org.br/e-compos) (fecha de consulta: 2 de noviembre de 2014).
- BECERRA, Martín.; MASTRINI, Guillermo. (2010). La cuenta en la era digital. Página 12, 25 de agosto de 2010. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-151942-2010-08-25.html> (fecha de consulta: 2 de noviembre de 2014).
- BUSTAMANTE, Enrique (2002) *Comunicación y cultura en la era digital*, Barcelona, Gedisa.
- CABRAL, M.S (1998). *Reinventando la cultura. La comunicación y sus productos*, España, Gedisa.
- CASTELLS, Manuel (1995) *La ciudad informacional: tecnologías de la información, re -estructuración económica y el proceso urbano-regional*, España, Editorial Alianza
- CASTELLS, Manuel (2009). *Comunicación y Poder.*, Madrid, Alianza Editorial.
- CORDÓN GARCÍA, J.A.; ARÉVALO, J.A.; MARTÍN RODERO, E. (2010). *Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital*. En Anales de Documentación, Vol. 13, pp: 53-80.
- CHARRA, Diego. (2006), *Redes, burbujas y promesas. Algunas reflexiones críticas acerca del proyecto Sociedad de la Información y la nueva economía*, Buenos Aires, Prometeo.
- CHARTIER, Roger (1989) *El sentido de las formas*. En Liber: revista europea de libros, Año 1, p:8-9.
- CHARTIER, Roger (1991) *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*, España, Gedisa.

CHARTIER, Roger (1993) *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*, España, Alianza.

CHARTIER, Roger (2010) *Las revoluciones de la cultura escrita*, Barcelona, Gedisa.

CHARTIER, Roger (2011) *Pantallas y libros, en el mismo mundo*. Entrevista publicada en *Diario La Nación*, 21 de enero de 2011. Recuperada de <http://www.lanacion.com.ar/1342531-pantallas-y-libros-en-el-mismo-mundo> (fecha de consulta: 2 de noviembre de 2014).

DE MORAES, Denis (2010) (comp.) *Mutaciones de lo invisible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*, Buenos Aires, Editorial Paidós.

DÍAZ, Carlos; OSTROVIESKY, Heber (2014). *Desafíos de la era digital: del glamour a las políticas para el sector editorial*. Recuperado de <http://www.vocesenelfenix.com/content/desaf%C3%ADos-de-la-era-digital-del-glamour-las-pol%C3%ADticas-para-el-sector-editorial> (Fecha de consulta 2 de noviembre de 2014).

DOUEIHI, Milad. (2010). *La gran conversión digital*, México/Argentina, Fondo de Cultura Económica.

EGUARAS, Mariana (2013a). *Reconversión de la cadena de valor del libro: los agentes literarios*. Recuperado de <http://marianaeguaras.com/reconversion-de-la-cadena-de-valor-del-libro-los-agentes-literarios/> (fecha de consulta: 5 de mayo de 2015)

EGUARAS, Mariana (2013b). *Reparto de porcentajes en la edición de un libro impreso*. Recuperado de <http://marianaeguaras.com/reparto-de-porcentajes-en-la-edicion-de-un-libro-impreso> (fecha de consulta: 5 de mayo de 2015)

EGUARAS, Mariana (2013c). *Reparto de porcentajes en la edición digital*. Recuperado de <http://marianaeguaras.com/reparto-de-porcentajes-en-la-edicion-digital/> (fecha de consulta: 5 de mayo de 2015)

FERNÁNDEZ, Paola. (2014). *De Gutenberg a la aldea global (Re) pensar las políticas públicas en la era digital para la Industria editorial*. En Cuaderno H de Ideas, Vol. 7; N°8. Disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/cps/article/view/2346> (fecha de consulta: 2 de diciembre de 2014).

GIL, Manuel.; RODRIGUEZ, Joaquín. (2012) *El paradigma digital y sostenible del libro*, España, Trama Editorial

GILLESPIE, Tallerton. (2007). *Wired Shut*, Cambridge, MA: The MIT Press.

IGARZA, Roberto (2010) *E-Books. Hacia una estrategia digital del sector editorial. Análisis preliminar para el desarrollo de una plataforma de distribución de contenidos digitales*, Buenos Aires, Cámara Argentina del Libro (CAL).

IGARZA, Roberto (2012) *Internet en transición: a la búsqueda de un nuevo estatuto para la cultura digital*. En *Secretaría de Cultura de la Nación*. En la Ruta



Digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso, Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina, pp: 147-158.

IGARZA, Roberto (2013). *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*, Colombia: CERLAC.

LAGUARDIA MARTÍNEZ, Jaqueline (2012) *Industria editorial: tendencias actuales y desafíos de transformación*, Centro de Investigaciones de Economía Internacional: Universidad de La Habana. Recuperado de <http://www.uh.cu/centros/ciei/biblioteca/publicaciones/2011/15-IndustriaEditorial.pdf> (fecha de consulta: 2 de noviembre de 2014).

MCLUHAN, Marshall (1964) *La Galaxia de Gutemberg. Génesis de homo typographicus*; Canadá, Universidad de Toronto.

FINKELSTEIN, David; McCLEERY, Alistar (2013). *Una introducción a la historia del libro*, España, Paidós

MIÉGE, Bernard (2006) *La concentración en las industrias culturales y mediáticas y los cambios en los contenidos*. Recuperado de <http://www.ucm.es/BUCEM/revistas/inf/11357991/articulos/CIYC0606110155A.PDF> (fecha de consulta: 2 de noviembre de 2014).

MIÉGE, Bernard (2008) *Las industrias culturales y de información: un enfoque socioeconómico*. En Revista Electrónica de Investigación Educativa, Vol. 10, N°1, México, Universidad Autónoma de Baja California.

MIÉGE, Bernard (2010) *La cuestión de las TIC: hacia nuevos planteamientos*. En De Moraes, D. (comp.). *Mutaciones de lo invisible. Comunicación y procesos culturales en la era digital* (pp: 15-45), Buenos Aires: Paidós.

MONTE CATÓ, Juan Sebastian (2011). *El trabajo en la sociedad de la información: desafíos para el movimiento obrero*. En KAIROS, Revista de Temas Sociales; Año 15, N° 27.

MOSCO, Vincent. (2009). *La economía política de la comunicación*, Barcelona, Editorial Bosch.

ROLDÁN, Marta (2007), *Organización del trabajo "Detto" inmaterial, transición a la industria cultural y convergencia tecnológica en la Argentina. Reflexiones sobre su contribución al desarrollo basado en la información y el conocimiento*, 8vo Congreso Aset, Agosto: Buenos Aires, Argentina

VERCELLI, Ariel (2009). *Repensando los bienes intelectuales comunes: análisis socio-técnico sobre el proceso de co-construcción entre las regulaciones de derecho de autor y derecho de copia y las tecnologías digitales para su gestión*. Disponible en <http://www.arielvecelli.org/rlbic.pdf> (fecha de consulta: 22 de octubre de 2014).

ZALLO, Ramón (1988) *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid, Akal.

- Paola Elisabet Fernández

ZALLO, Ramón (2011) *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona, Gedisa.