

La industria editorial frente al libro electrónico

Por Jorge Franganillo

Resumen: El libro, la lectura y la industria editorial están experimentando cambios motivados por el progreso tecnológico. Los contenidos se han desvinculado del soporte y, en consecuencia, la industria editorial ha necesitado transformar su estructura logística, basada hasta hace poco en la distribución física. La impresión digital y las librerías virtuales cubren nuevas necesidades: han aumentado las posibilidades de visibilidad y de difusión de la producción editorial, y han eliminado barreras geográficas y físicas.

Palabras clave: Libros electrónicos, Industria editorial, Impresión a demanda, Librerías virtuales

Title: The publishing industry confronts ebooks

Abstract: Books, reading and the publishing industry are experiencing changes motivated by technological advancement. The content has been separated from the material and, therefore, the publishing industry has had to alter its logistic structure, based on physical distribution until recently. Print on demand and online bookstores are now meeting new needs: they have increased the possibilities of visibility and circulation of editorial production, and they have suppressed geographic and physical barriers.

Keywords: Ebooks, Publishing industry, Print-on-demand, Online bookstores

Franganillo, Jorge. “La industria editorial frente al libro electrónico”. En: *El profesional de la información*, 2008, julio-agosto, v. 17, n. 4, pp. 416-417.

DOI: 10.3145/epi.2008.jul.08



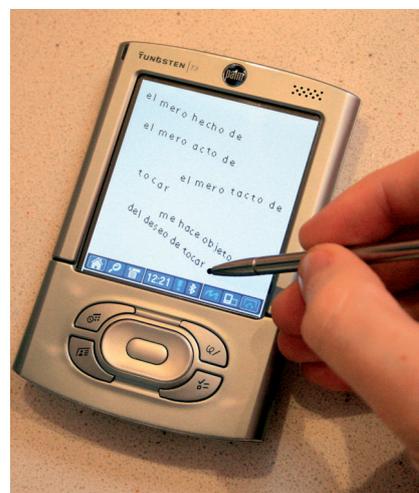
Jorge Franganillo, bibliotecario y licenciado en Documentación, es técnico en información digital y especialista en edición electrónica, experiencia de usuario y recuperación de información. Es profesor de la Facultat de Biblioteconomia i Documentació, de la Universitat de Barcelona.

LIBRO Y LECTOR SON CONCEPTOS QUE ESTÁN CAMBIANDO. También se está transformado la industria editorial, que modifica sus estructuras conceptuales y logísticas para adaptarse al desafío de la modernidad. El concepto de libro, relacionado hasta hace poco con el de material impreso, que es el universo de los soportes físicos, se amplía considerablemente como consecuencia de las innovaciones tecnológicas que permiten multiplicar la difusión de un texto hasta el infinito.

Desde la aparición de los audiolibros y de los libros digitales, el concepto de libro queda redefinido puesto que ya no se le puede considerar sólo como una obra impresa, o manuscrita, formada por un conjunto de hojas encuadradas, sino que ahora el material capaz de almacenar y transmitir un cierto conjunto de información puede ser tangible o intangible.

Cambia también el concepto de lector –de lector culto– porque en la era digital esto implica saber manejar ciertos materiales o utensilios que guardan poca relación con el pasado. Ya no basta con tener acceso a internet, contar con equipos informáticos y disponer de una cierta capacitación tecnológica. Ahora, además implica adquirir la cultura tecnológica suficiente para entender cómo funciona el formato digital: es necesario saber cómo se organiza la información, cómo y dónde se la puede encontrar, cómo cabe interactuar con ella.

“Un mismo contenido puede estar disponible en diversos continentes, en diferentes soportes, y esa es la gran innovación que debe asumir el mundo editorial”



Poema interactivo
“Tocando”, de Orit Kruglanski

El contenido se desvincula del soporte

Las campañas para fomentar la lectura se diseñan a menudo como la transmisión y el comercio del libro como objeto. Pero el libro en cuanto continente de información es hoy en día un concepto que cabe separar del de libro en cuanto contenido.

Contenido y soporte son nociones inseparables en el libro impreso, pero ahora un mismo contenido puede estar disponible en diversos soportes, en diferentes formatos, y es aquí donde está la gran innovación que necesita asumir el mundo editorial, de una parte, y el infinito conjunto de los lectores, por otra.

Efectivamente, la lectura puede hacerse fuera de los libros, y es así, por ejemplo, en el ámbito de la literatura virtual. Gracias a los soportes electrónicos, ciertos creadores de las artes plásticas, de la poesía y de una prosa de vanguardia han producido nuevos tipos de obras que no habrían podido crear sobre papel. Lo ilustran tres casos:

- Las novelas para móviles, que son historias escritas en lenguaje SMS, tan populares en Japón que se han convertido en los libros más vendidos.

- Los poemas para agenda electrónica, que mueven las letras como en un caligrama y permiten las varias lecturas que su autor haya previsto.

- Los poemas hipertextuales, como los *Intermínims de navegació poètica*, de **Ramon Dachs**, que emplean el hipertexto como forma narrativa para crear una obra poética.

El contenido se ha desvinculado del soporte, y este cambio es tan notable que afecta al sector editorial. La logística de la distribución física ya no es suficiente para llegar al conjunto de lectores.

Libros según demanda

Estos cambios que las nuevas tecnologías de la información imprimen en el proceso editorial permiten nuevas técnicas de publicación. Ahora es posible editar un libro en papel sin necesidad de hacer una tirada inicial de un número mínimo de ejemplares. Desde que en 1997 apareció el sistema, los im-

presores que publican bajo demanda (*on demand*) dan a conocer sus títulos a través de internet, y sólo imprimen ejemplares de sus libros según los pedidos que reciben de los clientes que compran en la sede web de la empresa o a través de intermediarios como *Amazon*.

Es la impresión digital, que así elimina dos problemas: las pérdidas económicas derivadas de las devoluciones, que a veces inundan los almacenes de los editores convencionales. Y la descatalogación: los libros continúan visibles en internet, todo el tiempo que se quiera, y sólo si hay usuarios interesados en comprar alguno, en cualquier parte del mundo, éste se imprime según la tirada que necesite el cliente, ya sea un único ejemplar, mil o los que se necesiten.

El escaparate infinito

El mundo físico es una dictadura que obliga a ir a una tienda real para hacerse una idea sobre qué se está publicando. Pero esta idea se forma a partir de una muestra sesgada, poco representativa, porque los mecanismos de distribución física ponen en las estanterías sólo aquello que alguien ha querido mostrar al público, y no muestran lo que no se quiere o no se puede mostrar. La decisión está entonces en manos de quien controla el espacio de la tienda. En cambio, la fuerza de internet –en cuanto espacio infinito– está en que la impresión digital y las tiendas virtuales universalizan el acceso a los contenidos editoriales.

Dado que en la Red todo puede estar disponible, con independencia del soporte, se da visibilidad a todas las expresiones culturales, y el poder de decisión pasa entonces a manos del lector, que adquiere por tanto más autonomía de pensamiento.

La distribución en papel, el medio tradicional, es incapaz de conectar toda la oferta con toda la demanda

y no puede poner un libro concreto en manos de todos los lectores interesados. Pero mediante la impresión bajo demanda y las librerías virtuales, todos los interesados pueden saber de la existencia de un libro concreto, y allí donde estén pueden recibir un ejemplar impreso o acceder de inmediato a la versión digital.

Por lo tanto, las librerías virtuales aumentan el número de lectores potenciales porque multiplican las posibilidades de difusión y de visibilidad de la oferta, y porque eliminan las barreras geográficas y también las físicas: las editoriales ya no necesitan poner ejemplares del libro tangible allí donde están los interesados.

Internet es sinónimo de universalización, pero también de interacción. Las librerías virtuales, además de ser una plataforma con una oferta de libros más amplia que la de cualquier canal físico de distribución, ofrecen reseñas y comentarios de otros lectores, y son una puerta que cada lector puede aprovechar para formar su propio criterio de decisión. De esta manera internet no es sólo un depósito de información, sino que también es un espacio de diálogo, un ágora universal donde todas las personas pueden tener voz, donde pueden preguntar y recibir consejo.

Ese espacio virtual no pretende sustituir al librero, sino complementar su labor. Y el soporte digital no excluye ninguna de las sensaciones que tiene un lector, sino que le añade otras. Ni tampoco significa una sentencia de muerte para el libro impreso, sino que busca cubrir las nuevas necesidades con nuevas maneras de hacer.

Jorge Franganillo, Facultat de Biblioteconomia i Documentació, Universitat de Barcelona.
franganillo@ub.edu
<http://franganillo.net>