

Documentos

CERLALC



Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura



Centro Regional para el Fomento del Libro
en América Latina y el Caribe

Bajo los auspicios de la UNESCO

Centro Regional para o Fomento do Livro
na América Latina e Caribe

Sob os auspícios da UNESCO



Renato de Andrade Lessa
Presidente de la Fundación Biblioteca Nacional de Brasil
Presidente del Consejo

Manuel Enrique Obregón López
Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica
Presidente del Comité Ejecutivo

Fernando Zapata López
Director

Alba Dolores López Hoyos
Secretaria General

Paola Caballero Daza
Subdirectora de Lectura, Escritura y Bibliotecas

Bernardo Jaramillo Hoyos
Subdirector de Producción y Circulación del Libro

Mónica Torres Cadena
Subdirectora de Derecho de Autor

Lina María Aristizábal Durán
Subdirectora de Estudios y Formación

Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica



Concebida como una herramienta para apoyar la producción y circulación del libro en la región iberoamericana, esta colección agrupa documentos impresos y digitales que reflejan el estado de las industrias culturales del libro, la bibliodiversidad, los flujos comerciales y las estadísticas en Iberoamérica. Asimismo, su fondo contará con manuales técnicos para los agentes de la cadena del libro.

© 2013. Roberto Igarza

© 2013. CERLALC-UNESCO

Edición, septiembre 2013

Coordinación editorial
José Diego González M.

Diseño y concepto gráfico
Marca Registrada

Diagramación
Epigrafe Ltda.

ISBN: 978-958-671-172-2

CERLALC-UNESCO
Calle 70 No. 9-52
Tel. (57 1) 540 2071
libro@cerlalc.org
www.cerlalc.org
Bogotá, D. C., Colombia

Con el apoyo de:



**Gobierno
de COLOMBIA**



Todos los derechos reservados. Queda prohibido reproducir, copiar o transmitir, total o parcialmente, parte alguna de esta obra, por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, sin la autorización previa del CERLALC.

Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica



Nota preliminar

El presente documento fue preparado por encargo del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) por **Roberto Igarza**, doctor en Comunicación Social y experto en Educación. Este texto constituye la base para las deliberaciones del Comité Intergubernamental Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica, reunido en Bogotá D.C. del 2 al 5 de julio del año 2013. Además, incorpora las discusiones y reflexiones vertidas en los documentos de las mesas de reflexión sobre lectura, escritura y bibliotecas (Bogotá, D.C., 20 y 21 de septiembre de 2012); sobre derecho de autor (México, D.F., 19 y 20 de noviembre de 2012), y sobre producción y circulación del libro (Bogotá, D.C., 17 y 18 de abril de 2013).

Contenido

Nota preliminar	7
Presentación	11
La agenda del futuro	15
Contexto global y regional: su caracterización	23
De la crisis a la transición.....	23
Competitividades.....	26
Conocimiento abierto y cultura 2.0.....	27
Sobreproducción y visibilidad.....	29
Flexibilidad y precio.....	31
Entorno tecnológico	35
La evolución del entorno.....	35
Internet como un derecho fundamental.....	37
La era de la ubicuidad.....	38
El nomadismo tecnologizado.....	41
Tecnología y programas de inclusión digital.....	42
Los nuevos jugadores.....	43
Lectura y escritura como herramientas para la democracia	47
Nuevas formas de producción y consumo cultural.....	47
La promoción de las lecturas en contexto.....	50
Transmedialidad.....	53

Los entornos de lectura	55
De los consumos tradicionales a la hibridez	57
Los cambios en las formas de leer: interactuar en lugar de contemplar	62
Los mediadores	67
Las transiciones en las formas de conocer	67
Al rescate de las mediaciones	68
El rol de las bibliotecas	70
Retos para las bibliotecas públicas y escolares	74
La resignificación de los bibliotecarios	77
El sistema educativo y el rol de los docentes	79
La cadena de valor	85
La potencialidad del cambio	85
Los recorridos de la legitimación	88
Después de la teoría de la larga cola	90
La relación con los nuevos actores sociales	92
Las librerías y la exploración de nuevas alternativas	94
El valor de la creación	99
La gestión de derechos	102
Los roles del Estado	105
Nuevos y viejos roles	105
La relevancia de las lenguas originarias	110
Las compras gubernamentales	113
Hacer visible lo que no lo es	117
Los programas de inclusión digital	120
Los indicadores de lectura	124
Recomendaciones para políticas públicas	127
Contexto global y regional: su caracterización	127
Entorno tecnológico	131
Lectura y escritura como herramientas para la democracia	132
Los mediadores	134
La cadena de valor	140
Los roles del Estado	143

Presentación

Vivimos tiempos de rápidas transformaciones en el ámbito de la producción y circulación del libro y en las formas de acceso a los contenidos editoriales. Por ello mismo, vivimos también tiempos de grandes retos en el diseño de las políticas públicas en el campo de la lectura, del libro, de las bibliotecas y de la promoción y protección de la creación intelectual.

El CERLALC, a lo largo de su historia, ha tenido la misión de leer adecuadamente los cambios en el entorno del sector y la consecuente tarea de apoyar a los gobiernos de los países de la región en la formulación de acciones concretas para hacerles frente. Nuestro propósito, en los últimos años, ha sido el de fortalecer ese papel: transformar el CERLALC en un centro de pensamiento, que acompañe a los países miembros en la construcción de políticas públicas alrededor del libro y de la lectura, de manera informada, con diagnóstico, reflexión y convicción. Tenemos la certeza de que la región cuenta con una masa crítica de pensamiento propio que puede contribuir a responder de manera adecuada a los retos que impone el desarrollo tecnológico. Generar espacios para que ese pensamiento se discuta y se haga visible es un primer paso.

La Nueva agenda por el libro y la lectura es un buen ejemplo de ello. Desde comienzos de 2012, atendiendo el mandato de nuestros órganos de dirección, emprendimos la tarea de hacer diagnósticos y de convocar encuentros con expertos que nos ayudaran a identificar los temas clave en cada una de nuestras áreas estratégicas. Tres mesas especializadas,

en las que se dieron cita cerca de cuarenta expertos de toda la región, fueron la semilla de este trabajo. En Bogotá reunimos, en septiembre de 2012, la Mesa de Lectura, Escritura y Bibliotecas; en México D. F., en diciembre pasado, la Mesa de Derecho de Autor, y en Bogotá, en abril de 2013, la Mesa de Producción y Circulación del Libro.

Ya concluidas estas etapas, contábamos con un acervo documental importante de pensamiento y de recomendaciones sobre el tema que nos preocupaba: los impactos que la profundización del uso de las TIC implicaban para nuestro sector y los desafíos que se planteaban hacia el corto y el mediano plazo, en un contexto de cohabitación de las formas tradicionales y de las nuevas formas de producir, circular y acceder a los contenidos editoriales.

El trabajo estaba a mitad de camino. Teníamos los elementos básicos para el análisis y la generación de recomendaciones en cada una de nuestras áreas. Necesitábamos, entonces, armar de nuevo el rompecabezas y tratar de integrar en una propuesta coherente y sistemática los avances en el diagnóstico y en las recomendaciones, con una mirada que desde el conocimiento académico pudiera construir, a partir del hilo conductor de los cambios evidenciables hoy en el mundo, un documento único que trazara la propuesta de una *Nueva agenda por el libro y la lectura*. Para esa tarea acudimos a los buenos oficios del Doctor Roberto Igarza, quien nos había acompañado en las reflexiones de cada uno de los temas críticos y a quien corresponden buena parte de los méritos del trabajo que aquí presentamos.

Pero la labor no terminaba ahí. La propuesta tenía que ser enriquecida y analizada por sus destinatarios formales: los gobiernos de la región. Para ello, convocamos un Comité Intergubernamental en la primera semana de julio de 2013, en el que los responsables de las políticas hacia el libro y la lectura en diecisiete países de la región, acompañados de representantes de UNESCO y de otros organismos internacionales, trabajaron en detalle cada una de las formulaciones del documento y, en particular, el conjunto de recomendaciones finales para el diseño de políticas públicas.

El resultado es el documento que ustedes tienen ahora en sus manos. Partiendo de hacer explícita la buena salud del libro y de la lectura en el mundo de hoy, así como la necesidad de promover y hacer visible la creación científica y literaria de la región, el texto revisita las formas

tradicionales de hacer en el mundo del libro y de la lectura, en la producción, en la distribución, en la mediación y en el acceso a los contenidos y en la protección de los derechos de los creadores. Nos pone a navegar en el, para muchos, complejo mar de las nuevas tecnologías y a entender las desintermediaciones, las resignificaciones de muchas de nuestras actividades y, en especial, las competencias y los desarrollos en la infraestructura que los nuevos tiempos demandan. Todo esto sin olvidar que estamos en contextos específicos, de evidente desarrollo desigual y de predominio de las formas tradicionales del libro y de la lectura. Termina con un ambicioso conjunto de recomendaciones que es realmente en donde comienza nuestro reto: emprender la construcción y la puesta en marcha de una nueva agenda por el libro y la lectura.

Fernando Zapata López
Director del CERLALC

La agenda del futuro

1. Nunca como ahora el libro gozó de tan buena salud. Nunca se publicaron tantos títulos nuevos en la región y a nivel global. Nunca en la historia de la humanidad ingresaron anualmente tantos miembros nuevos a las poblaciones lectoras, entre ellos, significativos segmentos de los sectores más desfavorecidos de los países de la región, que ven en el libro un camino seguro para una plena integración cultural, social y económica. Nunca la lectura recibió tantos elogios como factor determinante para un desarrollo humano integrador. Nunca antes el sistema de premiación y reconocimiento alrededor del libro y de las prácticas de lectura alcanzó el encanto que tiene ahora. Las ferias nunca fueron tan visitadas y el libro nunca fue, tanto como ahora, objeto de exposición. El libro sigue siendo el escalón más alto que puede alcanzar el texto en búsqueda de legitimidad y de reconocimiento intelectual, esencia de su meritocrático pasado y presente. Al mismo tiempo que su distinción entre muchos objetos culturales proviene en gran medida de la identidad simbólica inherente a su naturaleza impresa, es decir, al carácter firme e indeleble que le otorga al mensaje, sigue siendo el objeto cultural que se adquiere, se obsequia, se lee y circula con la mayor comodidad y dignidad.
2. Los roles del Estado, como promotor de la lectura, prescriptor de contenidos culturales, productor de contenidos, facilitador de las infraestructuras socio-tecnológicas y agente regulador y fiscal,

han sido fundamentales en la configuración del escenario actual. Mediante las compras gubernamentales y a través del fomento directo a la diversidad cultural, su intervención es tan decisiva sobre los riesgos de la concentración como sobre los alcances de la bibliodiversidad y de la discriminación positiva de la lectura respecto de otras prácticas y consumos culturales. Las formas inclusivas que adopta respecto de las librerías; la integración de los bibliotecarios en la definición de las adquisiciones; la cobertura y los recursos dedicados a los programas de promoción de la lectura fuera de las bibliotecas y escuelas, y su función en la visibilidad de la oferta local ante los públicos extranjeros, están jugando un rol determinante en la definición de los mercados regionales. Las políticas sectoriales aplicadas en la región representan un trato deferente con el libro, considerando la lectura como uno de los factores determinantes, sino el principal, para la inclusión social y económica de las personas, y para el ejercicio pleno de sus derechos de ciudadanía. Podría decirse que la buena salud del libro en América Latina y el Caribe tiene mucho que ver con las políticas públicas.

3. El escenario actual representa un resultado promedio y, al mismo tiempo, un sentido de dirección. Por un lado, la mirada atenta a la complejidad de las circunstancias deriva en un resultado ambivalente. Al fin y al cabo, a una verdad profunda puede oponérsele otra de la misma naturaleza. Pese a que algunos países de la región han implementado sistemas de medición para evaluar los resultados en la promoción de la lectura, ni el esfuerzo por la sistematización y la comparabilidad, ni la asignación de los recursos parecen haber alcanzado el nivel apropiado para revelar la complejidad de los contextos actuales donde la lectura y la escritura son cada vez más indisolubles. Mientras se atomiza la producción de los contenidos para alcanzar la microsegmentación que demanda una sociedad de minorías, subsiste el riesgo de concentración en los segmentos más rentables. Mientras escasean los *superbestsellers* sobre los cuales parece fundarse la supervivencia de algunos actores sociales, las ediciones universitarias e independientes multiplican los productos de especial sensibilidad cultural, social, económica o política, bregando

por mantener el potencial de bibliodiversidad en la región. Gracias a mejores prácticas de coedición, combinadas muchas veces con traducción, la creatividad latinoamericana se expande, como nunca antes, a nuevos mercados, pero a una tasa de crecimiento aún inferior a la tasa con las que se introducen ediciones extranjeras traducidas. La recuperación de las lenguas de los pueblos originarios y las culturas afrodescendientes dentro del ecosistema cultural mediático sigue recogiendo adhesiones, pero la visibilidad alcanzada está lejos de la presencia que deberían tener en el universo del libro.

4. La ambivalencia se polariza cuando se observa con más detenimiento la influencia del paradigma digital. Por ejemplo, como entidad tecnológica y principal soporte del texto, el libro impreso resiste frente a las transformaciones propuestas por el paradigma digital, al menos mejor respecto de cómo ocurrió en la industria de la música. Pero también es verdad que las nuevas generaciones se rebelan contra la linealidad del texto y divergen en cuanto al valor social y económico del libro respecto de las anteriores generaciones. Es tan cierto que los géneros más tradicionales subsisten con una fortaleza asombrosa —como lo hace la poesía—, como que las experiencias de lectura se hacen más complejas, insertándose cada vez más en los intersticios sociales, entreveradas dentro de procesos de comunicación intermitentes, mediados y remotos. Los grandes relatos siguen demultiplicándose, extendiéndose hacia atrás y adelante, con precuelas y *merchandising*, mientras que sus adeptos, utilizando nuevos lenguajes y plataformas *fanficciones*, los entremezclan amenazando los ingresos del sector, al mismo tiempo que se vuelven casi indispensables en la promoción viral de la historia original. Como siempre fue y probablemente será, los grandes relatos compiten con pequeñas historias, anónimas y alejadas de todo sentido épico. Pero, ahora, muchos de esos pequeños relatos son producidos y compartidos por *prosumidores*, lectores que alternan entre leer y escribir, consumir y crear. Mientras que los promotores sociales de la lectura, los agentes culturales y los cuenta cuentos —voluntarios y funcionarios— se internan en el territorio con actividades de lectura compartida en voz

alta, organizan y motivan miles de rondas y clubes de lectores, alcanzando las poblaciones más distantes del libro, sin esperar ninguna transición, los espacios de promoción de la lectura, en general, y las bibliotecas, en especial, tienden a resignificarse, no sin dificultades, bajo el paradigma digital.

5. Mientras que para las poblaciones socialmente más vulnerables, la lectura sigue condicionada por el acceso al soporte impreso, a las mediaciones tradicionales y al rol del Estado, un segmento poblacional creciente, sobre todo en las grandes ciudades, compuesto de millones de personas hiperconectadas y sobre-equipadas, se vincula con el sistema cultural-mediático, sin distinguir entre contenidos, ni respetar contextos. Conviven las lecturas contemplativas, con experiencias transmediales en las que cohabitan diversos soportes, contenidos y plataformas, cada uno interviniendo a voluntad del lector, de manera alternada, y configurando nuevas formas de apropiación y de aprendizajes significativos. Bajo el paradigma digital es posible reinterpretar la lectura y ajustar la propuesta de contenidos con más información acerca del lector y menos intuitivamente acerca de la recepción. Del mismo modo, es posible enriquecer la experiencia de lectura con otros tipos de contenidos y otras formas de socialidad, susceptibles de retener y ensanchar los públicos lectores, y es más fácil alcanzar territorios lejanos con la inmediatez de la red. Bajo el mismo paradigma digital, la lectura pierde su intimidad y el lector el control total sobre la experiencia. Así como la potencia de la transmedialidad es desarrollada por otras industrias, en muchos casos a favor del libro y de la lectura, el sector adolece de cierta inercia frente a las posibilidades de sinergias que se abren. Si bien los programas de promoción de la lectura se han expandido en todos los sentidos y alcanzado la dimensión que nunca antes habían tenido, no dialogan lo suficiente, ni convergen con los programas de educación en medios y de inclusión digital, lo que favorecería entender las prácticas actuales y promover el libro entre las nuevas alfabetizaciones. El soporte impreso sigue siendo el principal vector para la literatura de ficción, mientras que la competencia entre soportes es mucho mayor cuando se trata de ensayos y contenidos técnicos.

6. Sin la crisis que azota a otras industrias culturales, existe una percepción, cada vez más generalizada, de que el hasta ahora lento proceso evolutivo de las prácticas de lectura y del libro como entidad tecnológica está experimentando una aceleración, dando lugar a que se instale la idea de una transición hacia nuevos horizontes. En lo que se entrevé del futuro, incluso fortaleciendo y renovando, como es de esperar, todas las políticas exitosas implementadas en la región, será difícil deshacerse de lo malo para quedarse con lo bueno.
7. La situación que se describió más arriba no se debe a un solo factor. Sin embargo, el paradigma digital es el que más influye en la medida en que, según el caso, introduce o amplifica esa ambivalencia y, exacerbándola, tiende a prolongarla hacia el futuro. Resulta, cada vez más, evidente que:
 - a. Influye en la resignificación de los espacios de promoción de la lectura, de los mediadores y de los demás actores sociales tradicionales.
 - b. Impone una revisión de las formas tradicionales de negociar los derechos de autor.
 - c. Modifica las formas de poner en contacto el libro con sus potenciales públicos.
 - d. Perturba la valoración social del libro y de la linealidad del texto.
 - e. Inserta más compulsiva que consensuadamente nuevos actores sociales.
 - f. Pone el texto y la expresión creativa en competencia desleal en todas las pantallas.
8. Si bien no pueden evitarse las incertidumbres que acarrea la ausencia de un paradigma de destino, o si se prefiere, la pluralidad de paradigmas posibles, una recopilación integradora y prospectiva de los aspectos más relevantes de los principales debates actuales en torno al libro y la lectura, que discurren tanto en la región como a nivel global, es susceptible de exponer los componentes críticos ineludibles en la construcción de una nueva agenda para los países de la región. Este documento tiene, a partir de esa puesta en valor, la finalidad última de contribuir con un mapa provisional de retos y desafíos, a la reflexión sobre la renovación

de los instrumentos de gobierno, tanto en materia de promoción de la creación, de la lectura y de las bibliotecas, como de estímulo al intercambio cultural y comercial, de fiscalidad y de incentivos económicos sectoriales, así como de la infraestructura socio-tecnológica, en particular aquella vinculada con la inclusión digital a través de programas escolares y de conectividad en espacios públicos abiertos.

9. El carácter de este documento viene dado por los alcances de las convocatorias realizadas por iniciativa del CERLALC durante los últimos dos años, cuyos resultados se transformaron en una base documental de gran significación para la redacción de este documento y son de consulta obligada cuando se trata de analizar en profundidad cada una de las variables. Respecto de estos, el presente documento aporta una perspectiva transversal, procurando favorecer el entramado sobre las líneas de pensamiento aisladas, el enfoque sistémico sobre el analítico. Sin pretensión de exhaustividad, explora el terreno para despejar y hacer visible aquello que no puede faltar en la consideración política de una transición impulsada por cambios de comportamiento social, cultural y económico que, con mayor o menor velocidad, más temprano que tarde, tendrán incidencia en las prácticas de lectura, así como en el devenir del sector, sin excepción de ningún actor social.
10. No hay lugar para la ingenuidad, ni para las simplificaciones. La lectura y el libro no tienen un único futuro. No puede haberlo en la medida en que la oferta, los contextos de lectura y las formas que adopta la demanda representan un universo suficientemente heterogéneo como para ser modelado por un mismo y único paradigma. Su actual pluralidad no puede ser comprendida desde una única perspectiva, ni puede ser apreciada la totalidad de sus finalidades, materialidades e interacciones con los lectores, por un solo paradigma. En ese universo fluyen infinidad de expresiones y públicos. Por otra parte, el paradigma digital, que se presenta con la firmeza de la promesa autocumplida, ya demostró su inestabilidad interna en innumerables ocasiones, lo que invita cada vez más a una mirada crítica sobre los fenómenos culturales y sociales que acontecen, alejada de toda tentación tecnocéntrica.

11. En la elaboración de una nueva agenda del libro y la lectura deben prevalecer la perspectiva cultural y política sobre los fenómenos de cambio, y una distancia prudencial con el imperativo determinista sustentado en la sobrevaloración de las tecnologías en el estudio de los escenarios futuros. Lo más significativo provendrá de la actitud que adoptan los diversos actores sociales frente a esos escenarios, connotados en su mayoría por la convivencia de soportes, lenguajes, narrativas, estéticas y tecnologías. No hace falta hurgar más en el inescrutable futuro de la lectura para reconocer la importancia que seguirá teniendo el soporte analógico como elemento vertebrador de la mayoría de las prácticas de lectura en la escuela y en la biblioteca. Tampoco es necesario hacerlo para resaltar la responsabilidad que tendrán los planes de promoción de la lectura y el rol de los mediadores, bajo la hipótesis de que los materiales impresos y las mediaciones tradicionales seguirán interactuando, al menos hasta el mediano plazo, de manera análoga a como lo han hecho hasta ahora. Durante un período prolongado, convivirán el libro impreso, sus versiones digitales y recursos de enriquecimiento de naturalezas diversas, entrecruzando roles y combinando contextos y finalidades de maneras muy diferentes. En un escenario en el que la hibridez de los consumos culturales dejó de ser una novedad, una de las cuestiones más significativas es cómo renovarse sin perder la identidad, cómo ofrecer experiencias de lectura más omnicomprendivas de públicos y contextos, cómo fortalecer los vínculos entre actores sociales en el marco de una creciente demanda de resignificación, y cómo llevar a cabo todo eso sin deshacerse del capital social y político adquirido, de ese entramado de prestigio y valoración social y de legitimidad cultural, rasgos que distinguen el libro y la experiencia de la lectura, entre muchas otras formas de producir y democratizar el acceso a los contenidos culturales.
12. Lo más cierto en este contexto es que existe una transición en curso y que llegó para quedarse, que el libro impreso goza de una vigencia madura sobre la que puede construirse una perspectiva de mediano plazo, y que habrá novedosas formas de cohabitación de soportes, contenidos y actores sociales. El rol de las Políticas Públicas consiste en poner en perspectiva la complejidad

del momento actual, enfatizar las buenas prácticas de transición y, al ritmo adecuado a cada contexto local, asegurar un futuro a los valores que deben preservarse dentro de la cadena editorial, así como orientar los recursos para alcanzar las metas educativas y culturales que deben primar frente a cualquier otra disposición que pretenda imponerse durante la transformación. En ese sentido, esta nueva agenda de la lectura y el libro, sin pretensiones de exhaustividad, ni vocación conclusiva, procura orientar la reflexión y el análisis de los escenarios para la toma de decisiones estratégicas.

Contexto global y regional: su caracterización

De la crisis a la transición

13. La crisis económica evidenció algunas de las fallas del proceso de globalización, escondidas detrás de un progreso inflado por las finanzas desde al menos la última década del siglo pasado. La crisis actual, que no parecía global, fue adquiriendo esa dimensión a medida que se descubrió el verdadero nivel de imbricación de los procesos económicos. La integración de los subsistemas financieros y de la economía en general estaba suficientemente avanzada como para que un defecto en una pieza crítica pusiera en jaque las aspiraciones del sistema respecto de un progreso infinito. Si bien la naturaleza de la crisis podría ser económica, conviene no perder de vista otros aspectos de la vida en sociedad que han quedado visibles por los efectos de la misma, tal como la fractura social.
14. El sistema cultural-mediático no puede salir indemne. De sus crisis cíclicas había aprendido rápido y demostrado su capacidad de flexibilizar sus lógicas internas al máximo rigor que le imponían las lógicas externas, las condiciones del mercado, los avances tecnológicos y las disposiciones políticas. Con pasajes más o menos críticos para un sector u otro, su expansión fue exponencial, al menos hasta hace pocos años. Globalización mediante, ninguna medida local impidió que el sistema cultural mediático siguiese rumbo a una mundialización de las industrias creativas. Con pasajes a veces más regulados y menos regulados, la visión local y

la oferta global se interpenetraron, más a favor de la segunda que de la primera. La crisis puede acentuar ese flujo en la misma dirección, debido al debilitamiento de los mercados locales en los países donde la crisis global tiene su epicentro, y a un conjunto de variables financieras y monetarias que tienden a amplificar la idea de que es en los países emergentes donde una parte de la industria puede obtener la compensación para los déficits en sus países de origen.

15. Con la llegada de Internet, gran parte de los paradigmas conocidos dejaron de tener vigencia para la amplia mayoría de las industrias culturales. Con paliativos y actitudes contradictorias, unos y otros actores sociales oscilaron entre invisibilizar lo que acontecía y denostar toda visión foránea a sus intereses, y someterse sin más a las nuevas reglas, negociando antes que fuera tarde. Las posiciones se ideologizaron o se fundaron en visiones económicas, pero raramente supieron estar a la altura del acontecer cultural. Internet venía a socavar cualquier paradigma anterior acerca de la producción y distribución de contenidos culturales.
16. Incomodó a casi todos en la medida en que, además de su rapidez en implantarse en el mundo productivo, comenzó a hacerse influyente en el universo del ocio y del entretenimiento. A medida que pasaron los años, el concepto de Sociedad de la Información dejó lugar al de Sociedad del Conocimiento, y comenzó a vincularse el acceso a Internet con la democratización en términos de cultura y educación. Aunque también lo fuese, Internet no representaba solo un estadio superior en el proceso de digitalización de las redes. Fue y sigue siendo un factor de incomodidad para la amplia mayoría de los actores sociales de las industrias culturales. Por una parte, aunque Internet y globalización no son términos intercambiables, es evidente que su evolución se funda en una codeterminación que nutre las formas visibles e invisibles de un fenómeno y otro. A pesar de este estrecho vínculo, Internet se beneficia de encontrarse del lado positivo en el imaginario colectivo, mientras que el proceso de globalización alterna según la posición individual que cada uno ocupa. Internet trajo tantos retos para las industrias de contenidos, como nuevos desafíos para las políticas públicas. Nunca antes un fenómeno tecnológico contuvo

componentes negativos y positivos tan solidarios. No es imposible, pero es difícil de operar con los instrumentos más a mano, a los efectos de moderar lo negativo y estimular lo positivo. Mientras que unos se congratulan de la pluralidad de voces que introdujo, otros dejan en evidencia cómo esto afecta la construcción de una agenda pública. Potenciados por sus infinitas interacciones, globalización e Internet incomodan cada uno a su manera.

17. Si Internet puede tener serios efectos para la industria del libro es porque opera sobre sus valores fundantes, como son los métodos centralizados de gestionar la creatividad autoral, la prescripción y la intermediación. La desterritorialización de los consumos, un ejercicio que se le debe a ambos, Internet y globalización, conlleva el esfuerzo para que los contenidos sean visibles en la mayor cantidad de territorios posibles, y la instrumentación de medios de pago que las redes globalizadas pueden gestionar para hacer factible la transacción. Podría decirse que Internet dirigió la transición hacia una etapa de intercambios simbólicos en la que las mediaciones se han vuelto inestables. Si la digitalización de la cadena de valor se ha acelerado, se debe más a factores externos que a factores internos. Después de un período en el que fueron inocuas para el sector, las nuevas formas de producir, circular y consumir contenidos culturales movilizan energías impensables hace poco tiempo.
18. La evolución del sector siempre ha estado vinculada estrechamente a la evolución de cinco lógicas: la productiva/industrial, la social, la de las políticas públicas, la tecnológica y la cultural. Aunque con matices, es la dinamización de todas ellas lo que genera la idea de una aceleración. Con la convergencia de medios como estandarte, los sistemas industriales de los diferentes sectores culturales se aproximan de una forma en la que el espacio común se expande sin fronteras a la vista. En la historia más reciente, todas las industrias de producción y distribución de contenidos han incrementado los puntos de contacto en materia de lógica técnica. Digitalización mediante, comparten cada vez más los servicios tecnológicos, las tecnologías blandas y duras, incluso las plataformas de promoción, integración y distribución de contenidos. Nunca se asemejaron tanto como ahora.

19. Por otra parte, la cooperación que siempre ha existido entre las diversas industrias culturales ha progresado en parte hacia otras formas de complementación, pero también hacia nuevas formas de competencia en la construcción de un relato de la cultura común. El sector del libro siempre ha competido con los demás actores del complejo editorial por los tiempos dedicados al ocio, al entretenimiento y a la información, en particular de los lectores de periódicos y revistas. De algún modo, los cambios de comportamiento de los usuarios-lectores afectan a unos y otros, todos confrontados a las nuevas formas de informarse, conocer y comunicarse. Las rematerializaciones de los contenidos en múltiples soportes conciernen a casi todos los sectores. La televisión se mira cada vez más fuera del televisor, por períodos y en momentos del día impensados hace poco tiempo atrás. La materialidad de algunos soportes tradicionales parece padecer de cierta obsolescencia frente a las dinámicas pantallas que se vuelven omnipresentes, tanto como los contenidos ubicuos. La desmaterialización de los contenidos es una tendencia que se acentúa con la irrupción de los servicios de la «nube». Nada deja pensar que la crisis global no acelerará los procesos en curso.

Competitividad

20. Por un lado, existe una tendencia fuerte a la extraterritorialidad de los servicios educativos. Mediante estrategias combinadas y muy diversas, el *e-learning* expande las fronteras al infinito. No hace falta detenerse sobre la potencia de las lenguas más populares de la región, como el español y el portugués. El valor económico del español es indiscutible y ha sido estudiado suficientemente como para necesitar aún alguna demostración. Sí ameritan nuevas interpretaciones el valor de las traducciones, sobre todo, cuando operan en conjunto con las coediciones. La eficiencia de las funciones que cumplen las traducciones y las coediciones en el desarrollo en los mercados internacionales no parece operar aún del mismo modo en el interior de las fronteras de la región. La promoción de las lenguas indígenas para que recuperen el valor que jamás debieron dejar de tener, y el flujo español-portugués debe ser parte de cualquier política pública con vocación de integración regional.

21. Todos estos desafíos siguen lamentablemente tan vigentes como otrora, a pesar de los esfuerzos denodados de casi todos los actores sociales pertenecientes a la cadena de valor. En este sentido, una vez más, las redes no han ofrecido aún todo lo que pueden ofrecer. Las traducciones asociadas a las coediciones aumentarán probablemente su potencial dentro de un paradigma más flexible que el paradigma de la imprenta. La experiencia del sector respecto del español entre las segundas y terceras generaciones de inmigrantes en EE.UU. es una buena demostración del valor del idioma como transmisor de cultura. Para que la creatividad autoral de la región pueda expandirse en otros territorios es necesario reforzar la mirada con acciones concretas. En el mismo sentido, cabe rescatar el valor de los intercambios Sur-Sur. Muy a pesar de que no han sido efectivos sobre las grandes producciones —al fin y al cabo, el poder de los *superbestsellers* responde a un flujo mayoritariamente Norte-Sur— el valor simbólico y cultural es esencial en un momento en el que la globalización podría entrar en una zona de reinterpretaciones, desalojando viejos conceptos provenientes de la época medieval. En síntesis, las formas de competir en un mundo globalizado son tan diversas como heterogéneo es el sector.

Conocimiento abierto y cultura 2.0

22. El rol del Estado ha sido fundamental en el despliegue que ha tenido la producción de conocimiento en las últimas décadas. La producción de conocimiento proveniente de los dispositivos científico-tecnológicos y la producción artística originada en los espacios públicos y comunitarios han sido los principales motores de esta exponencial expansión. Aunque con matices y capacidades de inversión muy disímiles, los gobiernos de la región entienden la innovación y la investigación como factores de desarrollo económico y social. Fomentar la producción de conocimiento vinculado a la innovación productiva es la mejor vía que existe para promover el desarrollo, aunque no es la única condición. En ese sentido, el debate acerca de los beneficios de abrir el conocimiento sigue estando vigente.
23. El concepto pertenece a un plano superior (*Open Access*) que podría denominarse Cultura 2.0. La apertura de la información de

los gobiernos (*OpenGouvernement*), el código informático abierto (*OpenSource*) y el periodismo de datos (*OpenData*), entre tantas otras iniciativas, imponen un desafío mayor para el universo editorial en general y para el mundo del libro en particular.

24. En muchos países, es muy actual la discusión sobre las implicancias de promover una cultura *Open Access*. Que se trate de la protección del patrimonio cultural, del conocimiento científico producido gracias a fondos estatales o del software que se enseña y utiliza en el sistema educativo, la cuestión desborda ampliamente la problemática del sector. Las implicancias que conlleva adoptar el software libre han sido las más debatidas. En la región, coexisten tres posiciones: una posición propositiva, una pronegativa y la dual en la que lo adoptan parcialmente o es adoptado en su interior pero no a nivel nacional o federal. Esta última categoría es provisional y menos estable que las anteriores. Los países que pueden adscribirse hoy a ella son susceptibles de adoptar una más firme posición en el próximo futuro, en un sentido u otro.
25. Algunas implicancias son más evidentes que otras para el sector del libro. Como sector industrial, algunos de sus actores sociales estarán más preocupados que otros como organizaciones que procesan información; gestionan talentos y conocimientos, y distribuyen los resultados de procesos creativos. Pero lo más significativo reside en los efectos culturales del debate, instalado desde sus orígenes de manera contrapuesta a la tradición del *copyright*. En ese sentido, la instalación en el imaginario colectivo de una cultura proclive a la apertura del conocimiento no puede tener consecuencias para el sector en el mediano plazo. Por otra parte, las plataformas en las que parte de su futuro está en juego, como las de distribución de contenidos digitales, emplean mayoritariamente estándares de industria, más que estándares abiertos, sobre todo para la gestión y protección de los contenidos.
26. De un modo u otro, más temprano que tarde, el debate se abrirá donde no está abierto aún y resurgirá donde ha quedado latente. Las nuevas configuraciones de la cadena editorial probablemente no puedan eludir por mucho tiempo más el contenido abierto como una competencia directa, al mismo tiempo que es

considerado como una de las fuentes de mayor valor posible bajo ciertas combinaciones entre acceso libre y acceso de pago.

Sobreproducción y visibilidad

27. El sistema de producción y circulación del conocimiento desarrollado durante el siglo xx produjo una espiral de crecimiento de los resultados. Nunca antes se había producido tanto conocimiento. Los libros y la amplia difusión de las competencias lectoras, la alfabetización masiva, la escuela y el acceso más abierto y plural a la universidad fueron los agentes protagónicos de ese éxito. En la actualidad, el sistema educativo se encuentra bajo el mismo fuego cruzado que el libro. Las personas parecen cada vez más atraídas por formas divergentes de acceder a la cultura y al conocimiento, se insertan y disocian del sistema con una facilidad extrema, y establecen vínculos culturales y sociales entre ellas por fuera del sistema que les resultan más dinámicos y eficientes a los objetivos prácticos. Se vinculan con el sistema cultural mediático de formas muy diversas, muchas de ellas negando las mediaciones tradicionales y forzándolas a la transición.
28. Para muchos, una de las problemáticas que más influyen en el devenir de la lectura es la que proviene de la generación de *prosumidores*, personas que en contacto con un contenido cultural alternan entre el consumo y la participación, entre leer y escribir. La generación de lectores que se sienten más cómodos en la posición de usuarios de un servicio, que lectores de un libro. Lejos de ser mayoría, dado que la participación masiva es todavía un asunto pendiente entre las muchas expectativas que despierta Internet, pueden representar un público de creciente influencia cuando se trata de consumos culturales en los espacios digitales. En este caso, el potencial de los libros transformateados frente a estos públicos podría ser exiguu. El pasaje de producto a servicio, tanto desde el punto de vista de la producción como de la gestión de los derechos, será traumático. En algunos casos, parece más evidente que en otros.
29. Pero si bien la creciente producción de contenidos de usuario, con todas sus variantes incluidas, juega un rol cuando se trata de analizar el impacto de la web, la sobreoferta cultural no nace

ni acaba en la historia de Internet. Múltiples factores, algunos de naturaleza más política, otros vinculados a la economía de las industrias culturales, explican un universo de contenidos que acaban constituyendo una sobreoferta. No existe ni debería existir una definición de cuánto es necesario desde el punto de vista cultural, ni cuánto es suficiente para el mercado. Se constata, eso sí, un crecimiento de títulos publicados por sobre el crecimiento socio-demográfico, que a veces alcanza el extraordinario valor del crecimiento económico de los países de la región. Esta fragmentación de la oferta editorial es consistente con lo que ocurre en otros sectores.

30. Existen al menos dos factores que permiten interpretar lo que ocurre. Por una parte, todas las industrias han ensanchado su oferta hasta donde las regulaciones lo han permitido o hasta donde los mercados lo han soportado. En ese proceso de ensanchamiento se produjo un enriquecimiento paralelo de géneros y formatos, de lenguajes y estéticas, y entrecruzamientos de tecnologías y narrativas. La forma que adopta la colaboración y la competencia entre industrias culturales es un factor determinante en la sobreproducción.
31. Por otra parte, en un segundo plano, actúa la diversidad y modalidad de acceso a la oferta en Internet, la que opera básicamente en el redescubrimiento de nichos insatisfechos de demanda. Debe resaltarse que las pantallas, en general, pero sobre todo las que facilitan el acceso a Internet, amplían el registro de experiencias de lectura. En el pasaje a la web, como parte del proceso de multimediatización inversa que siguen otros sectores de las industrias culturales, el texto reaparece con fuerza. Coinciden los anteriores niveles de análisis en que la diversidad es un factor determinante en este proceso de sobreoferta. ¿Cómo puede responder el libro a tanta demanda de nicho? ¿Cómo la industria se sensibiliza ante una sociedad de minorías? ¿Cómo calibrar la oferta a la verdadera dimensión de la demanda latente? ¿Cómo multiplicar su oferta cuando el costo de hacerlo en el mundo de los átomos implica más superficie de almacenamiento, más devoluciones y más gestión de talentos? La competitividad es uno de los factores que orienta la producción del sector a ampliar el número de títulos.

32. Absorber las complejidades que la diversidad de la demanda introduce, genera nuevas tensiones y reaviva otras dentro de la cadena de valor del libro. La visibilidad de la oferta es la principal problemática. Sobreproducción no se correlaciona con sobreoferta. Para que esta exista, el resultado de la sobreproducción debe tener algún contacto con sus potenciales audiencias. A medida que se restringe la superficie de las librerías, se reduce la factibilidad de que una obra de baja tirada tenga contacto con el público. El modelo de negocio en su conjunto cruje en la medida en que se trata de átomos y no de bits. En ese contexto, no alcanzan las explicaciones económicas. Existen otras muchas variables en juego, muchas de ellas vinculadas con la edición independiente en todas sus variantes, unas más institucionales y otras mucho más marginales respecto del sistema de comercialización tradicional. Destaca, por un lado, la debilidad de las ediciones independientes que deben esforzarse para que su producción salga a la luz, y la debilidad de las librerías pequeñas e independientes que deben esforzarse en la especialización y el nicho, en desmedro del ap-to-para-todo-público. Esto tiene implicancias culturales, no solo económicas.
33. La red no resolverá el problema. La traslación de los contenidos editoriales a la web no podrá por sí misma modificar esta situación. Hasta es conveniente interrogarse cuánto aportará. Otorgarle a la red la potencia para reequilibrar los nodos de un entramado tan desigual, sería ingenuo. La red no es plana como algunos han querido verla. Una creciente mayoría de los internautas está en condiciones de publicar contenidos en la web, pero eso no les dará automáticamente la visibilidad deseada. En un sistema controlado por pocos y sustentado en desconocidos procesos de homologación (no cualquier actor social publica en el AppleStore o en Amazon) y jerarquización (los buscadores visibilizan los contenidos en un orden que escapa al control tradicional), es muy difícil emerger sin concesiones.

Flexibilidad y precio

34. Los debates acerca del valor económico del libro, raramente situados en el marco de una reflexión mayor sobre el precio del

acceso a los bienes culturales en general, no pueden concluir con la certeza de una única respuesta. Admitiendo que existe una relación fuerte con las reglas de mercado (oferta y demanda), y con los propósitos culturales y políticos de los gobiernos (fiscalidad, compras gubernamentales), no deja de ser un interrogante la calidad y solidez del vínculo entre precio y consumo. La economía de los bienes simbólicos se rige por aspectos muy diversos, entre los que no pueden dejar de identificarse las disposiciones culturales y sociales que intervienen sobre sus potenciales públicos. El problema reside en que es muy difícil precisar cuánto debería disminuir el precio para alcanzar, por ejemplo, un 20% más de población con los mismos productos comerciales. Hacer asequibles los bienes culturales no es solo una cuestión de precio, pero es también una cuestión de precio, sobre la cual inciden los costos, tanto como los márgenes y el valor social del bien simbólico-libro. Para ciertos sectores de la población, ingresar a una librería demanda perforar barreras culturales y sociales, no solo económicas, tal vez tan sólidas como las que supone ingresar a una biblioteca. Por supuesto, en el precio final juega un papel relevante la tributación fiscal sobre los insumos y, en especial, la tasa del impuesto al valor agregado. En algunos países de la región se han establecido regímenes tributarios a los insumos, que responden a la necesidad de equiparar el tratamiento arancelario al producto final (el libro) con el de los bienes y servicios utilizados en su producción. De igual manera, son fuertes las expectativas por que en el mundo del libro electrónico se mantengan tratamientos fiscales similares.

35. En todos los casos, aun no conociendo *a priori* los efectos que tendría una disminución significativa del precio de venta, en términos relativos respecto de los ingresos medios de la población de la región, es esperable que la transición hacia un mercado ampliado, con versiones digitales a menores precios que las versiones impresas, mejore el vínculo del libro con segmentos de menor nivel socio-económico. Sin resolver el problema, las versiones alternativas de naturaleza digital ofrecidas a menor precio podrían mejorar la situación, siempre y cuando no produzcan mayores desequilibrios entre actores sociales de la cadena de valor.

Tampoco se cuenta con una demostración acerca de esto último. En todos los casos, si el precio fuese menor, sobre todo en libros escolares, el Estado podría adquirir más libros e invertir más en los espacios de promoción de la lectura. Ambas acciones pueden mejorar el contacto del libro con públicos socialmente vulnerables a los que el precio no resulta *a priori* tan sensible.

36. Entre otras problemáticas adicionales, resurge el debate acerca de la flexibilidad de la cadena de valor frente a las diferentes variantes de visibilidad (exposición comercial, previsualización), distribución (unidades desagregadas más pequeñas que la unidad libro) y transacción económica (flexibilidad de precios). En la región, conviven, desde hace décadas, opiniones divergentes acerca de los beneficios de imponer al libro un único precio de venta, y de sus implicancias económicas y éticas. Algunos ven en la transición en la que la cadena de valor está incursionando, un relajamiento de las instancias y factores estabilizadores de la industria, entre otros, un ataque al precio único.
37. El debate no es puramente regional. Además, se ha reavivado en la medida que el paradigma digital presiona sobre las estructuras de costos y sobre las expectativas que se han generado en el imaginario colectivo de los usuarios. A esta altura de las circunstancias, después de las experiencias vividas por el sector en su relación con los nuevos jugadores como Amazon, Google y Apple, exacerbar el debate actualizando sus bases teóricas, cualquiera sean estas, se hace cada vez más indispensable. Aun cuando el resultado sea el mismo y nada ocurra de verdad sobre el marco normativo, fiscal y político, los actores sociales habrán podido apreciar mejor los retos actuales y enfrentar más conscientes la modificación en las reglas de juego que, en su mayoría, están siendo introducidas por jugadores de sectores ajenos al mundo del libro.

Entorno tecnológico

La evolución del entorno

38. El impacto de la digitalización en la industria del libro comenzó del mismo modo que en otras industrias culturales, por la producción. En la medida en que se trataba de una transformación dentro de la cadena de valor sin concernir a los usuarios, el dominio sobre la misma estuvo reservado a los actores sociales tradicionales. Salvo las tensiones lógicas que implica toda introducción de «nuevas tecnologías», nada de lo que ocurrió implicó algo diferente de lo que significó para otros sectores industriales. Si bien rápidamente se percibieron los efectos de cierta concentración, como en los productos de edición, diseño y diagramación, nada significativo fuera de un ajuste de costos y beneficios. Aunque introducir tecnologías nunca puede ser gratuito, ninguna tecnología volcada a la producción modificó la cadena de valor ni mucho menos la puso en peligro.
39. La etapa posterior fue diferente. Por un lado, desde un punto de vista informacional, la relación entre editoriales y librerías nunca alcanzó a plasmarse en un sistema integrado que permitiese transparentar permanentemente el estado de situación de la relación (inventarios, ventas), ni mucho menos a compartir el conocimiento acerca del destinatario. Esa situación ha mejorado, pero está lejos de resolverse en la región. Del mismo modo, la información de las bibliotecas no suele ser integrada al sistema para

extraer conocimiento acerca de los consumos. En sentido amplio, la segunda etapa no cambió las formas anteriores dado que las tecnologías se incluyeron mediante sistemas generalmente desagregados en cada eslabón, a los efectos de su mejor gestión, sin auditoría externa. Tampoco se incorporaron las tecnologías para explotar los datos de consumo, como suele hacerse en otras industrias culturales, como fuente de optimización de recursos y satisfacción de necesidades de los públicos y audiencias. En la industria del libro, la integración de tecnologías de procesamiento y gestión de la información continuó siendo desagregada.

40. La próxima fase está determinada por dos novedades. Ambas conciernen a los usuarios del libro. Por una parte, la popularización de Internet implica un acceso a todo tipo de contenidos desde cualquier lugar y en todo momento. Sin olvidar que las brechas en el acceso dividen la población en dos grandes segmentos, al estar los contenidos y servicios disponibles para cada vez más personas, lo que ocurre ahora es que se acentúan las diferencias dentro de la población «conectada», en función del ancho de banda. En la región, esta situación suele diagnosticarse utilizando categorías como: i) si se tiene o no acceso; ii) desde dónde se accede, y iii) qué tipo de acceso se tiene. Estas representaciones ya no alcanzan para ofrecer una radiografía real de lo que sucede.
41. Así como el primer factor de cambio es de naturaleza tecnológica, el segundo no lo es. Los consumos culturales cambian en la medida en que accesos y dispositivos se combinan para producir un salto de paradigma que consiste en acceder todo el tiempo, a todos los contenidos, desde cualquier lugar, independientemente del dispositivo mediante el que se accede. Los usuarios usan tecnologías de Internet para encontrar recomendaciones acerca de qué leer y ver y de lo que socialmente es o no relevante; para estar en comunicación lateral con otros usuarios, mientras leen y consumen contenidos; para decidir qué comprar o a qué suscribirse. Las plataformas de contenidos culturales se han multiplicado en la medida en que el *software* usado para su infraestructura, se vuelve un *commodity* tanto o más rápidamente que el *hardware*. Los servicios y funciones que proveen y las competencias

digitales de los usuarios son los determinantes de las formas que adquiere su apropiación.

42. Mientras que en las fases anteriores el proceso no tuvo perjuicio para los actores sociales del sector, la situación actual tiende a demostrar que, esta vez, podría ser diferente. Ahora es el entorno el que cambia. La transformación comenzó extramuros, lo que limita la gestión de los agentes tradicionales, reduciéndola en muchos casos a la resistencia simbólica más que a la actitud solidaria hacia el interior y al comportamiento activo y propositivo para su resignificación en la nueva cadena de valor. Es una fase que actúa diferentemente sobre los eslabones de la cadena de valor en función de su experticia tecnológica, su capacidad de innovación y desarrollo y su visión acerca de la asociatividad y de las sinergias. Para competir, algunos grupos editoriales de naturaleza transnacional han echado mano de todos sus recursos, sobre todo aquellos que a su vez se desarrollan en el seno de grupos mediáticos o con fuertes participaciones cruzadas con otros sectores de las industrias culturales. Algunos se han asociado para enfrentar el mercado de las grandes plataformas de distribución porque entienden que es la única forma de que la visibilidad de sus productos impresos o digitales no acabe dependiendo de algoritmos gestionados por otros, ajenos al universo del libro. Al mismo tiempo, esta etapa de la digitalización favorece la intromisión de nuevos actores sociales foráneos al sector, a la vez predominantes en el exterior y con serias pretensiones acerca de una posición relevante en el dominio interior de la cadena de valor. Las formas que adoptan para ello son muy disímiles, pero suelen oscilar entre la invitación y la imposición, la colaboración y la competencia.

Internet como un derecho fundamental

43. Cada vez se amplía más la mayoría de personas que consideran el acceso a Internet como un «derecho fundamental». Estas mayorías ya existen en nuestros países, no solo en Corea del Sur, el país más conectado del mundo, o en Finlandia y Estonia, que ya han regulado el acceso a Internet como un «derecho humano» de sus ciudadanos. En el imaginario colectivo de la mayoría de las personas se fortalece la idea de que, además de representar un factor

de competitividad económica, se vuelve una parte esencial de su vida cotidiana.

44. Para muchos Internet ha tenido un impacto positivo brindándoles la posibilidad de acceder a información actualizada, contenidos de entretenimiento, herramientas para localizar y comprar productos o servicios, interactuar con otras personas y colaborar en la producción creativa compartiendo contenidos. Más allá de los riesgos de fraude, pérdida de privacidad y acceso a contenidos carentes de calidad o pertinencia, Internet se ha vuelto sinónimo de libertad. De hecho, la relación entre libertad de expresión personal y acceso a Internet es cada vez más apreciada. Si bien Internet ocupa desde hace tiempo un lugar creciente en la vida cotidiana de millones de personas en la región, el salto cuali-cuantitativo llegó con la popularización de la hiperconectividad que introdujeron los dispositivos portátiles, en un primer momento las *notebooks* y *netbooks*, y en la actualidad los teléfonos y tabletas.

La era de la ubicuidad

45. Desde hace menos de una década y por primera vez en la historia de la humanidad, los espacios urbanos concentran más población que los espacios rurales. En la medida en que la movilidad y los tiempos de espera se insertan generalizadamente en la vida cotidiana de una mayoría de la población, más se multiplican y más se hacen insostenibles, y más tiende a valorizarse el tiempo de las personas. La movilidad se ha vuelto preeminente tanto en la agenda pública como en la agenda individual y diaria de una mayoría de los ciudadanos. Estos interpelan las formas de producir y comunicar instituidas por la tradición, convencidos acerca de su escasa eficiencia frente a esta nueva realidad. Al mismo tiempo, se introducen masivamente en nuevas formas de sociabilidad y colaboración, haciendo que la comunicación en la movilidad tienda a ser una de las formas predominantes de relación social transformando los paradigmas vigentes, no solo respecto de la producción, sino también de la participación ciudadana y de la integración social y cultural.
46. No puede caracterizarse al nuevo ciudadano sin hacer referencia a los cambios asociados a la hiperconectividad, amplificada al

extremo por las facilidades tecnológicas de la comunicación en movimiento. Sin conectividad, parece cada vez más difícil competir dentro de las reglas de juego actuales. Mientras que la conectividad «fija» se asemeja a estar todo el tiempo «conectado a», al menos, un dispositivo, la hiperconectividad es estar potencialmente conectado todo el tiempo «a través de», al menos, un dispositivo o una red.

47. La expansión permanente de su potencial productivo y comunicacional desplaza los dispositivos móviles hacia funciones diferentes a las inicialmente diseñadas, lo que a su vez induce una revisión de los paradigmas de la comunicación social urbana y de los consumos culturales, más distribuidos que antes a lo largo de todo el día. Aunque su preeminencia es evidente entre las generaciones más jóvenes, para quienes el uso simultáneo del móvil con otros soportes es algo rutinario, tiende a crecer la población usuaria en todos los grupos de edad que fuerza la convivencia entre dispositivos móviles, y entre uno móvil y uno fijo como el televisor. Apilan los medios y, en algunos casos, reemplazan unos por otros. Polivalencia mediante, los portátiles suelen salir ganadores. No son muchas las otras circunstancias históricas en las que una tecnología ha impregnado tanto y tan rápidamente la sociedad. Con una diferencia notable respecto de las anteriores. Por ejemplo, a diferencia de la electricidad, estas tecnologías no tratan ni transportan una corriente inerte, sino información, es decir, saberes y poderes. No son por el momento autárquicas para adquirir significación, si no es por el tipo de recepción y adaptación que le confieren sus usuarios, dependiendo de sus prácticas sociales, de la cultura y de la política.
48. Dado que con las comunicaciones móviles todo funciona en tiempo real, se alteran las reglas de la gestión tradicional del vínculo espacio-tiempo y se modifican las formas de tomar decisiones, que se vuelven cada vez más descentralizadas y colaborativas. El nomadismo tecnologizado coopera en la sobrevivencia social, por un lado, y en un reaprovechamiento del tiempo y del espacio con una mejora exponencial de la productividad, por otro. Mediante las redes Wi-Fi de numerosos lugares públicos, semi-públicos y privados, adicionadas a la conectividad que tienden

a promocionar los operadores de telefonía móvil, las pequeñas pantallas están desplazando más rápidamente de lo pensado a la computadora del lugar central y protagónico que supo tener bajo el paradigma de la Sociedad de la Información. Todo ello no puede sino tener efectos transformadores en cómo las personas se relacionan con el sistema cultural mediático, en cómo producen conocimiento y en cómo lo comparten.

49. Si este fenómeno se amplía a medida que pasa el tiempo, es porque las personas han decidido que compartir es más beneficioso que estar aislados, consideran que el grupo agrega valor a su manera de experimentar con la vida cotidiana, y que la colaboración es más eficiente en la toma de decisiones. Indisociable de los teléfonos móviles y las tabletas, la hiperconectividad promueve, entre los usuarios de esos dispositivos de recepción y lectura, la idea de que pueden obtener lo que antes exigían a las computadoras: información, producción (laboral, estudio) y ocio. Hiperconectividad rima con ubicuidad, es decir, con el soporte «virtual» para los contenidos y los intercambios (computación en la nube). Ni los contenidos ni las herramientas para usufructuar de ellos residirán en las computadoras personales, ni en las de la escuela o la universidad, sino en algún lugar del ciberespacio. Con el pasar del tiempo se agiganta la idea de que con un ancho de banda creciente será posible migrar masivamente usos y prácticas sociales de producción y consumo hacia la metared. En la medida en que la experiencia del usuario es dependiente de la conectividad, de sus costos, sus servicios, su disponibilidad, flexibilidad y capacidad de proveer una ubicuidad adaptada a la era de la movilidad, más se destacan ciertos jugadores, principalmente, los nuevos mediatizadores, como Google, Apple y Microsoft.
50. Los efectos de la ubicuidad en las formas de acceder a los contenidos culturales y compartirlos son parte de las incertezas del futuro. Es probable que la ubicuidad tal como la conocemos actualmente mutará a algo más sofisticado y de mayor impacto en la gestión de los contenidos. El usuario no solo desea que el contenido esté accesible simultáneamente en todas las pantallas posibles (concepto tradicional de ubicuidad), sino que además busca usufructuar de todo «su» tiempo sin repeticiones, ni retrocesos. En la

nube no solo caben todos los contenidos que podemos imaginar. Además de caber las expectativas de los usuarios, caben las de la industria, que ve una oportunidad para hacer visible su oferta de contenidos más allá de las fronteras, brindar sus servicios en torno al libro, allí donde sus lectores lo necesiten o deseen, y develar la trayectoria de sus contenidos, a medida que los usuarios los usan y, eventualmente, comparten.

El nomadismo tecnologizado

51. Nadie pudo prever que los dispositivos móviles alcanzarían la penetración que han alcanzado con la rapidez que lo hicieron. Nadie vislumbraba que en un plazo tan breve se hicieran tan polivalentes como para convertirse en el soporte de todas las rematerializaciones posibles de los contenidos. Al mismo tiempo que optimizaban sus capacidades (procesamiento, almacenamiento, captura de imágenes, reproducción de contenidos), hicieron que ningún proceso de la producción y circulación de contenidos culturales fuese exceptuado de incluirse. Con las tabletas, el mercado de los dispositivos móviles está saturado de artefactos con pantalla táctil, múltiples variantes de conectividad y cada vez más capacidades polifuncionales. La industria de la telefonía móvil, que en Latinoamérica se encuentra en manos de pocos operadores, concentra todos sus esfuerzos en reemplazar las existencias circulantes en manos de sus usuarios por dispositivos «inteligentes». Es una cuestión de aumentar el rendimiento, por usuario, de la conectividad a la red. El tráfico es lo que cuenta, y ante la merma de la oralidad frente a la escritura, aumentar el tráfico significa promover el consumo de contenidos. La conectividad móvil será tanto o más popular que el acceso fijo a Internet.
52. La producción de dispositivos fijos tiende a insertarse en la continuidad de las prácticas que el usuario incorporó con el uso de los dispositivos móviles (la pantalla de la computadora de escritorio se vuelve táctil), además de hacer más transparente la sincronización de unos dispositivos con otros, de forma que el contenido pueda circular entre pantallas de manera casi transparente y automática para el usuario. Lo que importa es evitar la ruptura en la cadena de producción de contenidos y en la forma

de compartirlos. A la centena de manufactureros que había hace unos meses atrás, se adicionan todos los días otras fábricas con o sin terminales latinoamericanas de ensamblado. A la demanda privada, se agrega la que proviene de los programas gubernamentales de inclusión digital. A las importaciones, se adicionan las fabricadas en las zonas francas o de promoción industrial de los países de la región.

53. Aunque ninguno de estos artefactos consiga establecerse como el único posible, la lectura, en particular, y los consumos culturales, en general, han encontrado en este tipo de dispositivos una fórmula de acercarse al gran público, de estar disponibles todo el tiempo, de pasar de la latencia a la actividad con un simple toque desde cualquier lugar. Al mismo tiempo que puede afirmarse que ni las tabletas ni los teléfonos móviles con acceso a Internet serán asequibles para la amplia mayoría de la población, al menos no en los próximos años, es destacable que, tanto en términos de segmentación económica como cultural, los lectores frecuentes son el público mayoritariamente representado entre los usuarios de ese tipo de productos y servicios. Más allá de esto, es evidente que los programas de inclusión digital tenderán a absorber estas tendencias del mercado que, por su lógica interna, optimizan constantemente la relación funcionalidad/precio.

Tecnología y programas de inclusión digital

54. Es imposible identificar y reseñar todos los programas de educación e inclusión social y cultural basados en la entrega de dispositivos digitales que están desplegándose sobre la región. A la vez, conciernen todos los niveles administrativos y jurisdiccionales, comunas, municipios, provincias y estados, a veces combinando recursos y finalidades, así como todos los niveles educativos, culturales y segmentos etarios. En menor medida, las bibliotecas públicas se proponen avanzar en servicios distribuidos y accesos virtuales, compras de material multimediático, junto a otras estrategias de apertura. En la misma medida, las universitarias ensayan nuevos servicios que incluyen accesos virtuales a los contenidos y la provisión de dispositivos de lectura, como *e-readers*, tabletas y *netbooks*. La heterogeneidad de esos programas en

términos de cobertura y finalidad en los diferentes países de la región no debe opacar el principal punto en común. Todos ellos son incipientes y, por lo tanto, recién estamos apreciando las primeras evaluaciones, además de que, en algunos casos, implican una novedad mundial: es la primera vez que algunos de los productos y servicios son ofrecidos masivamente en países de talla mediana.

55. Por el momento, no emergen programas de amplia cobertura basados en desarrollos tecnológicos oriundos de la región. En el fondo, todos se sustentan en tecnologías similares. Esto puede deberse, por un lado, a la concentración de las miradas en una o en pocas tecnologías paradigmáticas, tanto desde el punto de vista del *hardware* como del *software*. Por otra parte, el financiamiento internacional se concentra en pocos organismos, lo que implica fuentes comunes de información y un posible y compartido sesgo en la forma de concebir la aplicación de las tecnologías a la educación y la cultura.
56. La puesta en contacto del mundo del libro con estos programas ha sido tardío y muchas veces sustentado en dos prerrogativas: i) trasladar el libro a las pantallas respetando sus formatos y características de uso lo más fielmente posible, asegurando la protección de los derechohabientes; ii) iniciar un diálogo tímido como proveedores de contenidos digitales, más como unidades simbólicas no semantizadas (*assets*) que como historias multimediales. Mientras que la primera premisa no implica un cambio en la cultura del sector ni en la de los organismos de gobierno, la segunda tiene un efecto distinto, a la vez, estratégico y táctico. Con ritmos muy diferentes entre un programa y otro, la incorporación del sector del libro en las políticas públicas de inclusión digital escolar está aún por definirse.

Los nuevos jugadores

57. Los nuevos jugadores son más proclives a forzar la colaboración que a solicitarla. Mientras que la cadena de valor siempre estuvo sometida a la negociación entre actores sociales, los nuevos mediatizadores, casi exclusivamente agentes del sector tecnológico, han empezado a jugar un rol significativo en cómo se producen y distribuyen contenidos. A las facilidades de producir contenidos

que ofrecen abiertamente a todos sus usuarios sin distinción, se agrega la convincente propensión a ofrecer acceso a contenidos gratuitos sometiendo al rigor de una competencia desleal el contenido profesional, acostumbrado a competir en espacios cerrados entre contenidos de la misma naturaleza: el libro con otros libros en las librerías, un programa de televisión dentro de una programación cerrada. Los nuevos jugadores se han insertado sin demandar permisión alguna en una cadena de valor que los ha visto pasar del estado marginal y periférico a un rol más protagónico. Esto se debe en gran parte a su doble función social, tan apreciada por el público: i) configurar y hacer visibles mercados en los que todos compiten contra todos, con reglas de juego que ninguno de los jugadores tradicionales sabe jugar y que el usuario siente que lo privilegian, básicamente por la combinación de lo gratuito y lo pago que ofrecen; ii) la selección y jerarquización de las referencias en la web, es decir, el ordenamiento indispensable para saber por dónde comenzar y seguir.

58. Es evidente que los intereses difieren entre los nuevos jugadores y que se insertan en la cadena de valor del libro de maneras también diversas. Pero todos los modelos sustentan sus ingresos en hacer visibles los contenidos, todos ellos pertenecientes a terceras partes. Salvo en algunos países fuera de la región, donde están discutiéndose en las máximas instancias judiciales y políticas, ni las previsualizaciones de libros, ni las apariciones de titulares y encabezados periodísticos han sido calificadas como uso indebido de los contenidos ajenos. Lo que ofrecen los nuevos actores sociales son modelos de visibilidad, sabiendo que el valor cultural y social de un contenido es deudor de la visibilidad, y que el contacto con el usuario fue y es una de las piezas de mayor valor económico de la cadena de distribución.
59. No aceptar esas reglas del juego implicaría la invisibilidad o simplemente tener que pagar, contacto a contacto, la publicidad, el paradigma oculto que sostiene una parte relevante del nuevo ecosistema. La publicidad, que prevalece en esos entornos, no es justamente el paradigma al que el libro ha dedicado más experiencias. Cabe insistir, si bien es verdad que con los medios sociales todos pueden producir contenidos, también es verdad que

el problema reside en la visibilidad. Al mismo tiempo, algoritmo secreto mediante, lo gratuito y lo pago conviven en la proximidad dentro de las pantallas de los usuarios. Las formas de visibilidad que adquieren los contenidos estimulan al usuario a considerarlos un *commodity*, más que un objeto cultural. En ese juego, el libro impreso tiende a buscar las ventanas especializadas para exponerse (librerías en línea) y salir de una competencia que le resulta perjudicial.

60. El sector reivindica aún su pertenencia a un paradigma diametralmente opuesto, sustentado en la tradicional función prescriptora de editores, libreros y críticos, bibliotecarios y docentes, mientras que la web se «democratiza» en la medida en que todo comentario profesional está en competición con el voto popular, el voto de los pares al que los usuarios miran con menor desconfianza. De ahí el interés de los editores en replicar su modelo de negocio en plataformas específicas, en las que quienes opinan lo hacen sobre contenidos curados y visibilizados según categorías que la cadena tradicional ha desarrollado durante décadas. Libros que compiten contra libros, no importa si deben cohabitar impresos y digitales, lo importante es evitar un *cross-selling* ilimitado con contenidos que no respetan las mismas reglas de juego. El problema reside en que los usuarios consideran primero Google o Facebook antes de cualquier otra opción. Algunos se sensibilizan a través de Twitter respecto de lo que habría que leer. Los dispositivos móviles, como hemos visto más arriba, introducen algunos cambios vinculados especialmente con nuevas formas de relacionarse con el sistema cultural-mediático, que no respetan ni espacios ni tiempos dedicados, y en las que tienden a valorizarse plataformas como *GooglePlay*, *AppleStore*, *iBookstore* y *Amazon*.
61. Por otra parte, se mantiene latente el debate acerca del rol de los proveedores de acceso a la red. Por un lado, el debate sobre la neutralidad de la red, es decir, sobre la posibilidad de que los contenidos circulen por la red sin que su origen o destino, naturaleza o finalidad, impliquen una diferenciación de costo para alguno de los participantes en la distribución o en el consumo. Desde esta perspectiva, subsiste una percepción generalizada de que, estando el sector de los proveedores de acceso cada vez más involucrado

en la producción y difusión de contenidos, más temprano que tarde podría asistirse a un mayor protagonismo por parte de estos. Aumenta esa percepción el potencial autorregulador que les otorga el carácter oligopólico de su mercado. Pocos proveedores de acceso a Internet para una demanda cada vez mayor, lo que se traduce en precios y servicios autorregulados por la oferta, no siempre en beneficio de los usuarios. Finalmente, es relevante el valor social que han obtenido en detrimento, obviamente, de todos los demás. La gratuidad para el usuario ha jugado un rol fundamental en la apreciación popular de los contenidos accedidos por Internet. Acepta la publicidad como contraprestación de los servicios que recibe, y ve con poco agrado pagar por los contenidos, si ya paga por el acceso.

62. Esta situación debe ser puesta en perspectiva considerando, por un lado, la influencia que tendrá en las próximas generaciones, para quienes la creatividad, la producción y distribución de contenidos, así como las experiencias de lectura, tienen otra significación, y, por otro, para la reconfiguración de un mercado en el que otros jugadores tienen un distinto, casi siempre mayor, poder de adhesión de los públicos y de regulación de los procesos transaccionales que sean de naturaleza económica o simbólica. En este sentido, la forma que adquieran la colaboración y la competencia entre jugadores nuevos y tradicionales será decisiva en el futuro del libro y de la experiencia de la lectura. Esas formas tendrán efectos, por ejemplo, sobre el control de los contenidos, sobre la flexibilidad de los formatos, la desagregación de las unidades comercializables, la descentralización de la producción y la creatividad colaborativa, así como sobre la evolución hacia un espacio en el que convivan modelos mestizos de contenidos y experiencias de lectura.

Lectura y escritura como herramientas para la democracia

Nuevas formas de producción y consumo cultural

63. Es inevitable identificar el libro con la Era Industrial, como es inevitable correlacionar esa etapa histórica con la evolución de sus usos y destinos, las prácticas de lectura con la distribución de los tiempos laborales y de ocio, y con la progresiva emblemización de los espacios de su promoción, la biblioteca y el aula, símbolos culturales de la Era. Las diversas reinterpretaciones del concepto Democracia, que surgieron a lo largo de los doscientos años de la era industrial, no hicieron más que fortalecer el vínculo entre participación ciudadana y lectura. Cualquiera de las diversas acepciones que caben en el término Democracia incluyen un vínculo sólido con la cultura y la educación como factores de desarrollo humano integral. Entendidos como valores fundantes, más se los promueve cuanto más participación ciudadana se pretende y más revalorizan cuanto más expanden los derechos de ciudadanía. Símbolo e instrumento práctico, el libro es parte indisoluble del metasistema de mediaciones que representan las democracias. Capaz de coadyuvar en replicar los intereses del sistema de la manera más eficiente y, al mismo tiempo, capaz de desestabilizar las condiciones más restrictivas para ejercer la libertad creativa y la contestación, utilizado por unos y otros, el libro sobrevivió a los vaivenes de cada período. La relevancia del libro y la lectura en la cultura democrática no ha cesado de crecer. Las nuevas formas de

consumo cultural y, más precisamente, la evolución de las experiencias de lectura son tan deudoras de las formas que adopta la democracia para promover la producción y la circulación de contenidos culturales como lo fueron las anteriores.

64. Durante siglos, la lectura de textos fue la principal forma de conocer. En la linealidad del texto se construyó el nuevo orden industrial y millones de ciudadanos aprendieron sus derechos y sus responsabilidades. Durante un largo período, la lectura fue, sobre todo, un proceso individuado cuya apertura y socialización era limitada a formas presenciales de intercambio, dentro y fuera de la escuela. Como actividad, la lectura nunca estuvo condicionada por el dispositivo libro en la medida en que este nunca representó una barrera técnica para el aprovechamiento del contenido.
65. En el nuevo ecosistema cultural-mediático, las experiencias de lectura se desplazan, poco a poco, de las formas que ofrece la lógica editorial, sustentada en el libro impreso y en un conjunto de mediaciones que articulan disposiciones de acceso, competencias lectoras y formas de compartir, hacia nuevos escenarios más complejos, de cohabitación de soportes, de apilamiento de medios y solapamiento de consumos. En la transición a un nuevo ecosistema se advierte un pasaje de la lógica editorial a una lógica más compleja en la que toda producción cultural es susceptible de transformarse en «contenido». Incluido en un universo de objetos simbólicos sobreabundantes, el libro busca un nuevo estatuto entre las muchas formas que adquiere la experiencia de lectura.
66. Como experiencia de consumo, la lectura nunca estuvo tan comprometida como ahora en la competencia y en la colaboración con otras formas de consumo cultural. Existen al menos cuatro factores que influyen en la evolución de la lectura: la sobreestimulación (mensajes y contenidos), la multimediatización de los contenidos, la pérdida de significación de los contextos de lectura y el comportamiento social de los lectores.
67. En un contexto sobreestimulado de mensajes y contenidos de naturaleza y origen muy diversos, la experiencia lectora no se substraerá con tanta facilidad como antes de entre tantas otras experiencias propuestas, sugeridas o inducidas. Con su invariabilidad, el texto lineal, conviviente en un universo de contenidos

donde tienden a predominar las formas híbridas de expresión que entrecruzan lenguajes y estéticas, sitúa el vínculo del lector con el libro en una competencia diferente a las anteriores.

68. En la mayoría de las ocasiones, el libro coexiste. Su presencia se integra en un conjunto mayor de estímulos y propuestas. Para una parte significativa de lectores, la lectura se ha vuelto transmedial hace tiempo. En un mismo entorno de lectura conviven soportes y mensajes diferentes, y una diversidad de artefactos, incluyendo el libro. En todo espacio de lectura, no solo los escritorios y las mesas de las bibliotecas, conviven no sin tensiones un mensaje y otro, un tipo de contenido y otro, múltiples ventanas de diálogo, consumo y participación. Los espacios de lectura se vuelven transmediales cuando la persona se esfuerza en extraer valor de cada soporte, canal y contenido, poniendo en contacto y haciendo remisiones, a veces insólitas y muy creativas, entre contenidos, entre destinatarios, y entre ambos. Aprende acerca de la ecología de medios de modo intuitivo y práctico. Utiliza cada uno de los componentes de su ecosistema de acuerdo a sus competencias lectoras, alternando entre uno y otro expande las fronteras de la multitarea más allá de los límites alcanzados por generaciones anteriores.
69. De la gestión de esos entornos dependen, cada vez más, los resultados del estudio de los escolares y del trabajo de las personas adultas. Nuevas formas de lectura que se integran en nuevas formas de ocio y de producción, tanto como la inversa. Por otra parte, la lectura tiende a insertarse cada vez más en los intersticios sociales y productivos, acondicionados por las disposiciones temporales de la vida urbana, principalmente de los tiempos de espera y de desplazamiento.
70. Si hay algo que resalta entre todas las actividades que caben en esos nuevos entornos de lectura, aun cuando el escenario sea lo más débilmente intervenido por las tecnologías, es la comunicación. En la medida en que los dispositivos móviles se constituyen en la pantalla más usada a lo largo de todo el día, el rol de la comunicación sobresale, determina la distribución de los tiempos entre recursos, soportes y actores sociales, y se transforma en un factor crítico para el rendimiento de la experiencia. Las personas

están dispuestas a muchas cosas por el estudio y el trabajo, así como por la fruición de la lectura. Sin embargo, determinantes culturales, sociales y económicos impulsan la comunicación en todo momento. Comunicar es ser. A través de las redes sociales y otras plataformas de intercambio simbólico, son millones de personas en la región que se comunican diariamente con más personas de manera mediatizada que cara-a-cara.

71. En los casos de la lectura utilitaria, en cada momento y contexto, echa mano al dispositivo que mejor le conviene y alterna buscando el canal más apropiado a sus fines. En esos entornos más complejos en los que el libro acaba jugándose más el valor social y económico que el prestigio como bien cultural, la alternancia y la transmedialidad connotan la experiencia, al mismo tiempo que son los determinantes del rol que puede jugar cada objeto y soporte. La predominancia de unos sobre otros depende de la capacidad de cada uno para agregar valor a la experiencia, principalmente a partir de las remisiones y de las explotaciones cruzadas, entiéndase, de la transmedialidad.

La promoción de las lecturas en contexto

72. En los contextos de lectura de millones de ciudadanos de la región, suelen cohabitar varios soportes, contenidos y actores sociales. Los ciudadanos de las megalópolis latinoamericanas tienden a estar hiperconectados y en contacto con el sistema cultural-mediático de múltiples formas, alternando entre ellas en función del contexto y de sus intereses circunstanciales. Aun así, y si de igual forma interactúa alternadamente con varios soportes de manera simultánea, el libro impreso está bien presente en sus experiencias de lectura. Esto ocurre en las grandes concentraciones urbanas, donde es mayor la disponibilidad de librerías y bibliotecas y los niveles de escolaridad suelen ser mayores. Al mismo tiempo, existen amplios segmentos poblacionales que no viven en los grandes centros urbanos o no tienen acceso a esas disposiciones. El desarrollo humano en la región presenta aún significativos desequilibrios sociales y económicos. Por ejemplo, aunque disminuyó en la última década, según la CEPAL todavía sigue estando por debajo de la línea de pobreza cerca de la mitad de la población

rural de la región. La falta de conectividad a las redes, en general, y a Internet, en especial, pero también las disposiciones sociales y culturales (distancia de las bibliotecas, ausencia de librerías), hacen que millones de personas solo accedan a la lectura de libros impresos, y a estos a través de planes y programas gubernamentales de promoción de la lectura. Más allá de las causalidades, para las poblaciones socialmente más vulnerables la lectura está sujeta al soporte impreso, a las mediaciones tradicionales y al rol del Estado.

73. En la elaboración de una nueva agenda del libro y la lectura, si bien no cabe ser reiterativos ni entusiastas, es evidente que no puede faltar el estímulo a renovar las políticas exitosas que se han implementado en la región. Es evidente que, siendo el soporte analógico vertebrador de la mayoría de las prácticas de lectura en la escuela, en la biblioteca y en el hogar, los planes de gobierno deben seguir sosteniendo y acrecentando las acciones de promoción de la lectura de libros. Los materiales impresos y la mediación tradicional seguirán interactuando de manera análoga a cómo lo hacen actualmente.
74. De ningún modo el problema reside en saber si el libro es obsoleto o no, sino en cómo activar las experiencias de lectura más eficientemente. Reconociendo el vínculo estrecho que mantiene el libro con la primera infancia, con el interés de la adolescencia por descubrir y con la necesidad del sistema escolar de organizar y presentar sus contenidos de manera homologada, el principal desafío consiste en optimizar la promoción de la lectura para cada contexto, teniendo en cuenta los cambios en los patrones de consumo cultural y en los procesos de aprendizaje.
75. Las formas que adopta la lectura en cada contexto difieren, pero es innegable su significación para el empoderamiento de los lectores como ciudadanos. La lectura conceptual, informativa o ficcional, utilitaria o fruicional, es una experiencia de construcción de significado o sentido. Sustentada en una recepción individual y única, la experiencia de lectura debería activar la percepción y las emociones del lector, al mismo tiempo que despierta su imaginación apelando a categorías, experiencias y saberes anteriores. La experiencia de lectura sigue siendo uno de los principales

operadores culturales sobre las subjetividades, interpela certezas y abre interrogantes sobre las creencias. Por ejemplo, la lectura literaria promueve la recepción activa gracias a las brechas estratégicas que el autor propone, invitando al lector a la interacción con el *mythos* (conflictos, personajes, historias y rumores), el *topos* (contexto histórico, geografía y lenguaje correspondiente) y el *ethos* (códigos de comportamiento de los personajes) de la narración, motivando nuevas subjetividades. El lector completa las fisuras que el autor empleó para provocar incertidumbre, ambigüedad y misterio. Utilizando las referencias y pistas que dejó sobre los personajes, lugares o eventos exteriores, se empodera a medida que completa los espacios con sus propios imaginarios, recreando y demultiplicando la narración en versiones alternativas y universos paralelos que el autor no habría imaginado jamás. La lectura literaria es de vital importancia en la promoción de la creatividad y en la formación del imaginario colectivo.

76. El constante *aggiornamiento* de los géneros literarios y la fortaleza de algunos de ellos, como la poesía entre los jóvenes, no parecen estar en condiciones de detener la disminución progresiva de la lectura de libros «por gusto» o «disfrute» que expresan las encuestas. La afición por la lectura literaria tiende a abandonarse al finalizar la escolaridad obligatoria. Desde hace cincuenta años que el uso cada vez más intensivo de los medios de comunicación social pesa sobre los consumos, en detrimento del disfrute de la literatura. En ese contexto, explorar nuevas formas literarias y combinaciones de lenguajes no aseguran nada, pero, por el momento al menos, son las herramientas que están al alcance. La lectura que incomoda, que trasciende lo emocional para inducir algún tipo de transformación participada, es la que seguirá teniendo éxito. Las formas creativas que sorprenden asegurarán el futuro del libro, que no es más, ni menos, que la entidad tecnológica que hace accesible el texto. La creatividad de la narración para inquietar al lector seguirá siendo la clave entre los géneros literarios.
77. Las condiciones de base no han cambiado significativamente. El hábito de lectura es principalmente deudor de los padres lectores y de la escolaridad. Cualquier escenario futuro implica revalorizar

y reforzar las mediaciones tradicionales, la familia, los maestros y los bibliotecarios, así como los promotores sociales que trabajan en programas de organizaciones civiles en espacios no convencionales y en áreas de alta vulnerabilidad social. Todos ellos son parte ineludible de cualquier agenda sobre el futuro de la lectura. Hacerla asequible es una tarea de muchos, que se facilitará en la medida en que la creatividad autoral, traducida en textos, se siga rebelando y vaya al rescate de sus públicos, reconociendo que las formas de comunicar, informarse y entretenerse tienden a vincularse más a la transmedialidad que a la linealidad. Dado que la lectura de aprendizaje es tan subjetiva como socialmente significativa, sin importar el soporte, el texto escolar y sus mediadores jugarán un rol más protagónico cuanto más próximas se encuentren sus actividades de las nuevas alfabetizaciones y de la transmedialidad en los entornos digitales.

Transmedialidad

78. El proceso de transmediatización estuvo y está en manos del lector. Cuánto más se desarrolla la convergencia de medios, más los contenidos navegan las mismas aguas. Todos compiten contra todos en casi todas las pantallas, simultáneamente. A la vista de las prácticas de los consumidores, se amplifica la sensación de que solo puede circular aquello que ha sido concebido para consumirse transmediáticamente. El entretenimiento y la fruición son transmedios. Para disfrutar plenamente de una historia, el usuario ve la película, la recomienda en alguna plataforma social, debate en foros y blogs, juega con los videojuegos y lee los cómics. Se involucra en intercambios comunicativos utilizando, alternadamente, diversos dispositivos entre los que sobresalen los polifuncionales, en los que integra textos, imágenes y audios. Las subjetividades y los intereses, superando las razones del *homo economicus*, resultan combinaciones personalizadas en las que nada será como antes para ninguno de los soportes, formatos y géneros conocidos.
79. La transmedialidad puede adoptar formas muy diversas y complejas. Sintéticamente y en sentido amplio, consiste en extraer el máximo de valor de cada soporte o canal y de la relación entre

estos, reconociendo a cada uno sus especificidades. En un nivel de complejidad mayor, y desde una perspectiva narratológica, se diría que consiste en recrear la relación de la trama con las subtramas, mediante una combinación dinámica de articulaciones y bifurcaciones de escenas y biografías, utilizando estéticas y tecnologías diversas, que multiplican las remisiones internas y externas a la obra original, así como facilitan la pluralidad de representaciones desde perspectivas diferentes, incluso mediante diversos géneros y formatos. El resultado depende de la estrategia de participación, del sistema de intervenciones individuales y colectivas de los usuarios que, de manera poco regulada, pueden hasta comprometer la genética del contenido produciendo ciertas transformaciones en las condiciones de acceso, recepción y participación, lo que, a su vez, puede modificar la experiencia propia y la de una comunidad de usuarios, mas allá incluso de lo previsto por los autores o editores.

80. La transmedialidad es más que la historia contada de distintas maneras en diferentes plataformas (multisoporte), que el enriquecimiento del contenido (hipermedialidad), la transformación de un espacio cerrado en algo compartido (participación). Es diferente y más a la vez que la adaptación del original a múltiples escenarios o plataformas, de un libro en una película, de un cuento a videojuego (adaptatividad). Tampoco es la suma de las partes (parcialidades). En todos los casos, no es algo estable (variabilidad), dado que, mediante intervenciones cruzadas, los usuarios expanden (cocreatividad diferida) el contenido con nuevos personajes, subtramas y escenas, construyendo un sistema estético, narrativo y tecnológico personalizado (individuación) que puede poner en contacto, además de las parcialidades de una misma obra, varias obras diferentes (multisistémica). Cada género, formato y canal permite al autor contar su historia, pero de una forma distinta. Cada medio que participa de la historia aporta lo que mejor sabe hacer, integrándose en una experiencia de lectura diferente a la linealidad del texto, del video o del audio. Lo expansivo de la estrategia lectora transmedial puede implicar múltiples formas de apropiación por parte de los lectores. Haciendo suya la historia, al transformarla y compartirla de formas muy diversas e

impensadas, son capaces de estimular la lectura del original (promoción) o distraer el foco del público sobre historias alternativas (divergencia). Estas formas de recrear la experiencia representan hoy uno de los espacios en los que el libro se juega el futuro.

81. Desde el punto de vista social y político, estas escenas representan uno de los principales retos. Por una parte, es una recepción más activa tanto por su dimensión creativo-productiva como por las nuevas socialidades que ofrece. Por otro, sugiere un rol diferente del lector como actor social ciudadano, en la medida en que entreteje otras relaciones con el contenido mediático, más desde un lugar especulativo que de un rol de receptor tradicional sujeto a la construcción de agendas públicas unívocas, lo que podría indicar una transición hacia una etapa superior en la participación ciudadana. No debería sorprender que estas nuevas formas de lectura, de alternancia entre producir y compartir, de vincular lo propio con lo ajeno, de instalarse en escenarios más plurales en términos de soportes, pero también de lenguajes, estéticas y tecnologías, represente un desafío mayor tanto para el sistema cultural mediático como para los métodos de producción heredados de la Era Industrial.

Los entornos de lectura

82. Los escenarios más arriba descritos representan una realidad más visible y difundida de lo que parece. La lectura en un único soporte a la vez corresponde a una forma predigital, aunque el soporte sea digital. El caso más emblemático es el de la lectura en dispositivos dedicados como los *e-readers*, muchos de ellos diseñados para replicar la práctica de lectura con el libro impreso como único soporte. A las virtudes de la tinta electrónica y de la portabilidad de grandes volúmenes de textos, tantas veces resaltadas, se contraponen limitaciones en la participación, como el resaltado o la escritura de comentarios en los márgenes. Aun hoy, algunos de los modelos más recientes presentan todavía esas indisposiciones, además de la imposibilidad de compartir el texto (prestar el libro) y solo permiten interactuar con algunas plataformas. Funcionan en entornos hipercontrolados por el sistema propietario que permite tanto su descarga o lectura como su adquisición. Aun así,

aunque para pocos, este tipo de dispositivos dedicados significaba ya una disrupción insoportable. La mayoría ni los vio ni los ve como un apoyo a la industria del libro en la transición. Una lectura posible de su corta historia permite interrogarse acerca de si las barreras y deficiencias que ofrecieron, frente a la proliferación de otros tipos de dispositivos y contenidos, no fueron perjudiciales para retener a los lectores, próximos al mundo del libro, en su traslación a las pantallas. Para aquellas personas que deseaban o veían con interés el pasaje a la lectura de libros en pantallas, las limitaciones de los dispositivos dedicados pudieron hacer que mientras unos pocos persistieran a pesar de todo, otros tantos retrocedieran reforzando su alineamiento con el soporte tradicional, y muchos otros escalaran hacia tipos de contenidos accesibles en todas las plataformas, que puedan ser compartidos, como lo es el libro impreso, y que funcionan en entornos abiertos y comunicativos. Las socialidades que implica la lectura «digital», entendida como experiencia en pantallas que están interconectadas, transforman progresivamente la práctica aislada en una instancia compartida, de manera remota y en tiempo real. Mientras mayor es la apertura del acto de lectura, más se vuelve compartido, menos anónimo e íntimo. Se entremezclan la lectura y la comunicación, la lectura y la escritura, la intimidad y el compartir, el acto cognitivo de aprender y de comunicar.

83. Mientras que leer libros en dispositivos dedicados, como los *e-readers*, implica un entorno preservado del casi seguro efecto distractor que introducen la comunicación publicitaria y la intermitente comunicación interpersonal, la amplia mayoría de los casos de lectura en las pantallas se lleva a cabo en entornos multimediáticos y no controlados. Esas formas de lectura se realizan en espacios virtuales en los que todo tipo de contenido, de naturaleza y origen diferentes, convergen en un mismo escenario organizado por un sistema multimediático que estructura los contenidos y los ofrece al navegante en forma concurrente y competitiva, brindando un sinnúmero de alternativas y bifurcaciones, más voluminosas en la medida en que la publicidad desempeña un rol predominante en el modelo de negocio de la plataforma. Si pretende mantener la orientación de su lectura sobre el texto que

originó el periplo, el lector-usuario debe a cada instante luchar contra todas las desviaciones posibles. La navegación acaba siendo una continuidad de rupturas. El principal problema reside en que el usuario no siempre posee las competencias de lectura para hacer que esa experiencia tenga significación y sea pertinente a sus fines, dado que ha sido formado para la linealidad de los consumos, del texto, de las imágenes y de los sonidos. En estas nuevas puestas en escena de las pantallas polivalentes, la linealidad se abandona a la no linealidad, los consumos secuenciales al apilamiento de medios.

84. Leer en dispositivos digitales dedicados (*e-readers*) es, por el momento al menos, algo escasamente representado en los países con más lectores, mucho menos significativo aún en Latinoamérica. Es probable que la lectura en soportes dedicados no sea en los próximos años una práctica social popular en la región como lo pueden ser la lectura en escenarios que combinan soportes, pantalla y papel. Incluso es más factible que se multipliquen los escenarios en los que la lectura se realiza exclusivamente en pantallas polivalentes, que los escenarios en los que los dispositivos dedicados son protagonistas. Estos últimos tuvieron una buena aproximación inicial a los usuarios que suelen adoptar las nuevas tecnologías rápidamente, pero disminuyen su influencia relativa a favor del uso de dispositivos polivalentes en las prácticas lectoras. Observamos en la actualidad que esos entornos digitales polivalentes ven estimulado su potencial de participación gracias al despliegue de los programas de inclusión digital que se llevan a cabo en la región, con énfasis particular entre las generaciones escolarizadas. En el fondo, el gran cambio ya se había producido con el reposicionamiento de la computadora en los consumos de ocio, abandonando su casi exclusiva y tradicional posición entre las tareas laboriosas y productivas. El hecho de que la computadora estuviese en red aportó las nuevas relaciones de las personas con los contenidos.

De los consumos tradicionales a la hibridez

85. La complejización del ecosistema cultural-mediático se debe a diversos factores. Por un lado, un fenómeno propio de determinismo

- recíproco entre crisis de credibilidad de las fuentes informativas, asociada a la crisis de las instituciones de la Era Industrial, y la llegada de los medios sociales asociada a la pluralidad de voces. Por otro, se debe al acceso en red a contenidos de mayor diversidad.
86. Es cuestión de observar lo que sucede en las aulas universitarias, las bibliotecas y los puestos de trabajo para constatar que, a medida que las pequeñas pantallas se difunden, crece la hibridación de los consumos. Esta alternancia, entre los medios impresos y otros soportes tradicionales y las plataformas digitales e interactivas, depende del contexto social (cultura, valores y creencias), material (formas materiales espacio-temporales y medioambientales) e institucional (instituciones políticas, marco normativo) en el que interactúan. No existe un patrón de consumo que pueda ser representativo de una gran mayoría, aunque en muchos casos se evidencia un consumo más «en línea» durante los días trabajados y más lectura en papel durante los días no laborales. Al mismo tiempo, cada individuo integra dinámicamente cada escena, haciendo que cada combinación sea única.
87. A la vez, cuánto más la cultura se vuelve mediática, más las personas utilizan Internet y más es usado para comunicar, consumir y compartir. El resultado actual, más que una mudanza, es una combinación de situaciones entre las que el usuario alterna. En la combinación se evidencian consumos y prácticas que, provenientes del *offline*, se naturalizan en el online, y a la inversa. Los saltos de un soporte a otro se multiplican, incluso entre pantallas. Es la fortaleza de la hiperconectividad y de la convergencia de medios. *Anywhere, anytime*. Casi todo segmento poblacional puede estar concernido por esta forma de complementación entre soportes y contenidos.
88. La rematerialización de los contenidos es un fenómeno que influye en las nuevas formas de consumo cultural de manera decisiva. Digitalización mediante, al desapegarse de su soporte tradicional, generalmente monovalente (radio, tv, libro), el contenido adquiere la capacidad de rematerializarse. Todo dispositivo capaz de reproducirlo en un formato que el usuario acepte es susceptible de ser destinatario de esta rematerialización. Por un lado, lo más significativo es tener acceso en el momento en que lo desea y desde cualquier lugar, lo que tiende a disminuir el valor social

de la posesión o propiedad del bien simbólico. Por otro, la transparencia de las tecnologías postcomputacionales que, sin volverse invisibles, ofrecen modalidades de interacción que implican operaciones que intuitivamente las personas aceptan realizar, superando con más facilidad la materialidad anterior, que imponía el aprendizaje de destrezas y manipulaciones particulares. Tiende a contar más la capacidad de gestionar los recursos y de combinarlos en la fruición y en el aprendizaje que las capacidades del entorno desde el punto de vista artefactual.

89. Para las industrias esto implica un cambio cultural y productivo de transcendencia. Acostumbrados a dominar un soporte y competir entre pares, los lenguajes y las narrativas compiten sin las restricciones anteriores. En la web, los usuarios apenas pueden distinguir lo que tiene valor dentro de lo que los buscadores les ofrecen, un verdadero maremágnum jerarquizado según los intereses mercantiles de estos. En síntesis, los comportamientos de los usuarios sugieren que el rol de las plataformas dedicadas a proveer un solo tipo de contenido y de explotación o fruición podría ser muy limitado. Durante el consumo en entornos abiertos y escenarios transmediales, el contenido ingresa en una zona de múltiples controles ajenos al sector (operadores de red, plataformas de comercialización, comunidades de redes sociales) y, en algún momento, podría entrar incluso en una zona opaca o de pérdida de control o subcontrol.
90. Cabe reconocer que la combinación única, singular e irrepetible que cada persona tiene de sus inteligencias múltiples, la invita a combinar los soportes y construir remisiones alternativas, más allá de lo que el autor o editor hayan previsto. La lectura está cada vez más inmersa en un paradigma de transición entre cuyos determinantes pueden identificarse algunos sobresalientes:
91. La ubicuidad de los contenidos, dispuestos en múltiples escenarios simultáneamente. La ubicuidad de la oferta no puede sino decantarse en una ubicuidad de los consumos culturales.
92. La multimediatización, considerada como algo lógico y necesario para alcanzar a los públicos que disponen de una combinación de inteligencias múltiples en la que no destaca la inteligencia lingüístico-verbal, sino más bien la visual, la auditiva o la kinestésica. En

ese sentido, se evidencia una clara tendencia a ampliar las vías de representación de los objetos de conocimiento, de las maneras de producir colectivamente sentido. La caracterización de la recepción y de la puesta en común adquiere otras dimensiones a partir de:

- a. las nuevas formas de representación (imágenes 3D) de los objetos en una era holográfica;
 - b. las nuevas formas de enriquecer la lectura de los objetos (realidad aumentada),
 - c. y las nuevas formas de reproducir, recrear y compartir los contenidos y los objetos de aprendizaje (impresoras 3D).
93. La lectura se incluye en procesos abiertos de comunicación social. El lector, más cómodo en la actitud dual de prosumidor, se incluye en la operación colectivizadora que propone la Cultura 2.0. De las nuevas experiencias de lectura surge la viralización de los contenidos y mensajes.
94. Se produce una discontinuidad en la apreciación de los contextos, del valor relativo de los actores sociales y de los contenidos. Dado que todos los contenidos tienden a estar disponibles en todos los contextos y, por ende, compiten todos contra todos, es natural que se produzca una pérdida de significación generalizada. Simultáneamente, la lectura se ve comprometida en un proceso de resignificación de los contextos y de los actores sociales:
- a. Los contextos no juegan el rol que jugaban anteriormente.
 - b. Los contenidos no se revelan frente al público en función de las legitimaciones anteriores.
 - c. Los actores sociales no participan de la cadena de valor como antes, sujetos a una revalorización social, económica y política, al mismo tiempo que los nuevos jugadores se insertan con una valoración creciente.

Ni las bibliotecas, ni las aulas representan simbólicamente y prácticamente lo mismo que en la etapa anterior. Ni el texto ni los contenidos audiovisuales se contemplan, ni operan en los mismos circuitos de distribución, ni los jugadores emergen con el peso relativo previo a la transición.

95. La transmediatización de las experiencias de lectura implica nuevas competencias de lectura participativa. Podría ser que una

mayoría de los lectores-usuarios sigan incorporándose a la navegación transmedial combinando contenidos y soportes de manera intuitiva, y que los resultados sean positivos. Ante la duda de que se reproduzcan o amplíen las brechas, urge reconocer el valor de las estrategias políticas más integradoras que contemplen un diálogo más intensivo entre programas de promoción de la lectura, de alfabetización digital y de educación en medios.

96. En los países de la región, la promoción de la lectura en las formas tradicionales seguirá primando. El esfuerzo en el que los gobiernos de la región están comprometidos desde hace varias décadas no ha seguido, contrario a las expectativas, el ritmo de crecimiento de la economía. Las encuestas de lectura son elocuentes. Es imposible reseñar todos los tipos de estímulos gubernamentales, comunitarios y privados que operan sobre las carencias aún existentes. Las iniciativas de voluntariado para la promoción de la lectura entre jóvenes; el impulso a las comunidades lectoras barriales; la integración y expansión de las campañas públicas de difusión; la entrega de libros para la creación de bibliotecas familiares; la movilidad de la biblioteca pública hasta lugares remotos y desabastecidos de librerías; la entrega de bonos culturales para el canje o compra de libros; los programas de lectura en lugares de exclusión temporaria; la creación de nuevas bibliotecas escolares comenzando en instituciones de zonas de alta vulnerabilidad social, y tantas otras iniciativas de promoción de la lectura. Incluso con un más amplio desarrollo de las iniciativas privadas, bajo las diversas formas de responsabilidad social empresarial y de mecenazgo, el esfuerzo puede no alcanzar para saldar las brechas en el acceso al libro.
97. La multiplicación de programas de inclusión digital en la región introduce, de algún modo, un salto de paradigma en la promoción de la lectura. Por un lado, interpela las alfabetizaciones tradicionales interponiendo reglas diferentes para el acceso a los contenidos, para su consumo y circulación. Asociados a los programas de conectividad social en lugares abiertos (plazas, parques, escuelas, bibliotecas), estos programas modifican la forma de entender el rol cultural y social de las mediatizaciones. Con anterioridad, la pantalla de la televisión y el lenguaje audiovisual

habían intentado penetrar las aulas pidiendo permiso, pero no alcanzaron el éxito pretendido, quedando, en la mayor parte de los casos, sometidos a la marginalidad. La relación de las pantallas con la escuela ha sido particularmente débil, sin que esto signifique una rareza regional. Con anterioridad a los planes actuales de inclusión digital, ninguna otra pantalla penetró la didáctica y las actividades escolares. Aun cuando los resultados sean controvertidos en términos de mejoras en el rendimiento escolar, ninguna otra tuvo el potencial transformador en los espacios de lectura y en las prácticas sociales alrededor del libro como estas.

98. Desde esta perspectiva, la hibridación de medios, lenguajes, narraciones y tecnologías podría ahondar la brecha digital entre aquellos que participan de estos programas y los que no, pero también, y sobre todo, entre aquellos cuyas apropiaciones son más intuitivas y los que demoran más en asimilar las hibrideces, las no linealidades y la sobreoferta de contenidos y servicios. Esos nuevos escenarios requieren actualizar las alfabetizaciones, evitando divisiones que en las prácticas sociales no se dan.

Los cambios en las formas de leer: interactuar en lugar de contemplar

99. Se agregan a la metared millones de datos nuevos por día. El 90% de la información accesible a través de las redes fue generada en los últimos 24 meses. Ciudadanos comunes que escriben entradas en blogs y microblogs, mensajes de texto en sus teléfonos móviles, comentarios en sitios web, correos electrónicos y chats. Aunque no fue la hipótesis inicial, parece que entre más pantallas hay, es mayor el volumen de escritura y de lectura, aun cuando no se trata de libros, ni de medios de comunicación impresos. En una gran diversidad de plataformas visuales se fusionan palabras e imágenes dinámicas.
100. Es raro encontrar personas que no tengan una pantalla en su entorno próximo. La que supo ser más cercana, hoy está lejos respecto de la que muchos leen «religiosamente». La lectura siempre interpela al lector. Ahora también lo provoca hasta obtener de él una interacción. Las nuevas lecturas no solo orientan al lector a un ejercicio mental, sino también hacia una interacción. La

lectura digital transforma al lector en usuario. Su relación se establece sobre la base de interacciones físicas. Hace cinco siglos era raro leer en silencio, ahora es cada vez más raro leer sin mover el cuerpo. Mientras la lectura fue asociada desde la Ilustración al espíritu contemplativo y al conocer y descubrir en la intimidad, ahora se instala en una función más interrelativa, utilitaria y a la vez social. Cuando se trata de competir en los escenarios híbridos donde los soportes cohabitan, alternando entre competición y colaboración, la linealidad del texto, que trata de retenernos hasta el final de la página acicateando la inteligencia lingüístico-verbal, busca un lugar protagónico en la reconfiguración constante de los esquemas mentales en los que se asocian unas ideas con otras, esquemas que se entrecruzan con los de otros lectores, remisiones hacia abajo y hacia arriba, dentro y fuera del texto. Dos fenómenos acompañan esta reconfiguración de los espacios de la lectura. Por una parte, nunca antes la lectura estuvo tan asociada a la escritura como en esos escenarios. Por otra, la fuerza de una idea proviene del potencial de vinculación que la relaciona con el resto de las ideas, no de la acción prescriptiva de los críticos. Nunca como ahora fue tan verdad aquello de que el libro no es un espacio ni un lugar, sino un tiempo.

101. Hay quienes ven en la cohabitación tensiones insostenibles. Para esta visión de las cosas, las pantallas entran en conflicto abierto con el soporte papel. Es verdad que la experiencia de lectura en las pantallas es de naturaleza diferente, aunque por su definición multimediática integra el texto como un lenguaje más. También es verdad que el conflicto es dependiente de la regulación de las tensiones entre ambas formas. Esta tiene que ver con el entendimiento entre actores sociales, tradicionales y nuevos, y con las competencias lectoras de los usuarios. La formación en competencias lectoras ampliadas a esos escenarios es fundamental, aunque no alcanza. Aparece cada vez más evidente la formación en valores, indispensable para interpretar la relación entre lo propio y lo ajeno, la relación entre un sistema de creencias distante y uno local, entre la creatividad original y la cocreatividad. En el marco de la cultura digital, existe una tendencia a pensar que casi todo es posible. Allí es donde debe pesar la ética negativa, indicando, de

todo lo posible, aquello que la persona no está dispuesta a hacer. Del resultado de esa negociación dinámica entre visiones e intereses desalineados, surgirá el resultado de la experiencia, tanto en términos culturales como sociales y económicos.

102. A diferencia de lo que ocurrió en un primer momento con los *e-readers*, un ejercicio prospectivo mostraría que la lectura en soportes digitales se orienta a incrementar las virtudes y derribar las barreras que interponen los contenidos impresos a aquellas personas que tienen una inteligencia lingüístico-verbal menos desarrollada o disminuida. En el marco de estas tendencias, las barreras que subsistirán en la experiencia de lectura tienen más que ver con las competencias del lector-usuario y con las posibilidades de conectividad del dispositivo, que con el contenido en sí mismo, enriquecido por dentro o por fuera, por voluntad del autor, del editor o del lector.
103. En términos generales, se observa un pasaje progresivo de la lectura de libros a la lectura en cohabitación, del libro a los contenidos, del texto al transmedia. En términos de cadena de valor, se amplifica la importancia del acceso a los contenidos como servicio y como factor de integración cultural, social y económica. Entre los actores tradicionales se está produciendo un cambio de actitud. Se ha activado el interés adormecido por entender las múltiples acepciones de la-experiencia-de-lectura, y en descubrir cómo aproximarla, emotiva y sensorialmente, a las expectativas de los nuevos lectores, abandonando los atajos que permitían la prescripción y los procesos de legitimación institucionalizados, y volviendo a centrar la mirada en un lector en curso de devenir usuario. De aquí provienen gran parte de los desafíos. Al introducir la lectura de textos en una experiencia de consumos híbridos, al priorizar la función de usuario sobre la actividad lectora (licencias de uso, de accesos y de disponibilidad o manipulación), resulta relevante apurar la reflexión acerca de las formas que adopta la interfaz con el texto, las interacciones con las ideas, los demás lectores y el autor, incluso el estilo y la estética, en su intersección con las tecnologías compartidas. La cadena de valor cuenta con un arma de gran potencial de desarrollo: las bibliotecas. La resignificación de las bibliotecas puede jugar un rol fundamental.

104. La hibridez de las formas de producir y consumir contenidos culturales proviene, por supuesto, de poner en contacto diferentes estéticas, narrativas y tecnologías, pero su potencial reside en la transición que suponen hacia una nueva etapa en la relación entre productores de contenidos y consumidores, entre lectores y autores, entre unos lectores y otros. Las nuevas generaciones, sobreequipadas, interactivas y volcadas a los contenidos, podrían estar lejos de ser las que más han leído los clásicos, pero es de su mano que la lectura y la escritura están renaciendo. Es de sus interacciones con el texto que emergen nuevas formas de cocreatividad y de desintermediación. Son ellos quienes entremezclan formas abiertas y formas restrictivas de producir nuevos conocimientos, vías libres y vías controladas para compartir información. Son ellos quienes impulsan la cohabitación. El éxito de esas nuevas experiencias de lectura reside en cómo los actores sociales deciden y pueden participar, en cómo resuelven las tensiones que naturalmente se generan entre ellos, cuáles son las regulaciones, quién y cómo las ejerce.

Los mediadores

Las transiciones en las formas de conocer

105. A lo largo de la historia, el conocimiento humano siempre tuvo que elegir entre varias formas de difusión posibles. Navegando la diversidad, poniendo unas en comunicación con las otras (la oralidad transcrita, el testimonio documental registrado informativamente), el conocimiento adoptó con más facilidad aquellas formas que favorecían la democratización en el acceso al saber, en detrimento de las demás. Así fue como la historia del conocimiento acompasó el pasaje de la monarquía a la democracia. Aunque son impredecibles las formas que adoptará en el futuro, es probable que la actual diversidad de formas de conocer conviva durante un largo período, sin una predominancia ni determinación acerca de cuál es la mejor vía de acceso al conocimiento. Algunas se desarrollarán más que otras en función de ciertos contextos y segmentos poblacionales, y emergerán con mayor fortaleza algunas menos vigentes hoy. Según cómo se resuelvan las tensiones entre los modos de conocer de la Era Industrial y las nuevas formas de transmisión del saber inscriptas en el universo de los nuevos medios, podrán aparecer otros actores sociales y nuevas prácticas de lectura. Si como parece ser el caso, todos los sistemas de mediación diseñados e implementados en la Era Industrial entran en una transición, no quedarán exceptuados los que fueron concebidos para transmitir el conocimiento y, como

tales, para consolidar las bases de la cohesión social alrededor de una agenda común. Los instrumentos que tienen el rol social de remediar la asimetría que distingue a aquellos que conocen o están informados de los cognoscentes, lectores, televidentes u oyentes, con mayor o menor apuramiento tecnológico, se incluirán en la transición.

106. Así como es lógico suponer que en la transición haya convivencia entre formas de conocer y más continuidades que rupturas abismales con el pasado, no está excluido que el libro no sufra transformaciones del mismo orden que otros instrumentos de la Era Industrial. Que no haya sufrido transformaciones en profundidad desde que la imprenta impulsó su distribución masiva, no significa que las prácticas de lectura no se hayan diversificado, completado y articulado entre y con otras formas de conocer. A medida que los soportes se diversifican, los lenguajes, los formatos y los géneros se realinean para extraer lo mejor de cada medio. Lo que antes ocurría alrededor del texto, fuera del libro, empieza a acontecer dentro, en el propio documento mediante un intercambio fluido entre lectores y entre estos y el propio autor. Desapegada del soporte más tradicional, la práctica de la lectura se rematerializa a partir de nuevas combinaciones de lenguajes, soportes, contextos y actores sociales.
107. Toda forma de organizar la información representa una mirada ideológica acerca de cómo será accedida y bajo qué condiciones. Ninguna arquitectura de la información ignora esos factores. A cada era informacional distinta, le correspondió una arquitectura emblemática, una perspectiva predominante sobre las representaciones que se ofrecerían y las vías de acceso. El desarrollo humano siempre fue absolutamente dependiente de la manera en que se conciben las mediaciones y de cómo estas se traducen en costos diferentes para los diversos actores sociales.

Al rescate de las mediaciones

108. Instituciones heredadas de una era pasada, las formas conocidas de representación, de participación ciudadana y de construir consenso y una cultura común atraviesan una zona de turbulencias. El entramado de mediaciones sobre el que se desarrollaron los

sistemas democráticos a partir de la Segunda Guerra Mundial es desafiado por nuevas problemáticas, fenómenos sociales y culturales de naturaleza disruptiva. Como parte de ese tejido, nacido por entonces para responder a las necesidades de informar, al derecho de estar informado y al deseo de entretenerse de millones de personas, el sistema cultural-mediático no escapa a esa situación.

109. Durante cincuenta años, a medida que su oferta ocupaba cada vez más tiempo en la vida de las personas, más crecía su influencia en la construcción de una agenda de lo socialmente relevante. Al mismo tiempo que los medios se instalaban próximos al epicentro del sistema de representaciones y se ajustaban flexible y funcionalmente con los otros sistemas de mediación, llegaron nuevas generaciones y, con ellas, nuevos pactos de lectura se impusieron fundados en nuevos lenguajes, géneros y formatos. Algunos sistemas de mediación se dinamizaron y renovaron más que otros. La capacidad de mediación de los diferentes actores sociales empezó a jugar un rol protagónico. Fue entonces cuando «la democracia» se reconoció, principalmente, como un metasistema de mediaciones. En sentido amplio, hasta el sistema escolar, en todos sus niveles, participa de ese metasistema.
110. Las mediaciones están en pleno proceso de transición. Por un lado, su costo cultural, social, económico y político es parte de los más ventilados debates actuales. Los ciudadanos están menos predispuestos que antes a aceptar los costos anteriores. Por otro, lo más probable es que algunos protagonistas muten, aparezcan nuevos y, sobre todo, sucedan ambas cosas simultáneamente. El resultado esperado tiene que ver con la diversidad y con la calidad. Aparecerán nuevas formas de mediación, cuya valoración social, cultural y económica dependerá de otros criterios aún por descubrir. Acostumbrarse a vivir en transición y, por lo tanto, naturalizar la incomodidad, no parece ser una tarea sencilla para la cultura industrializada por cuanto los modelos de negocio soportan mal las incertezas. Aún en transición, las mediaciones están más vivas de lo que puede verse. Las democracias se beneficiarán de ello.

El rol de las bibliotecas

111. Suele decirse que no es desde ayer que las bibliotecas han quedado descentradas del sistema de consumos que privilegia lo que es socialmente relevante. Suele asociarse el soporte específico predominante que gestionan (casi en exclusividad, el libro), su materialidad y las condiciones que imponen para el acceso compartido del recurso como uno de los determinantes de esta disminución en la valoración social. Si las bibliotecas se han desplazado hacia la periferia del sistema, los factores antes mencionados, a los que nadie niega su rol, no son suficientes para explicar el fenómeno. La demanda exponencial de diversidad de contenidos y servicios tampoco explica todo lo que sucede, pero analizada desde la perspectiva de la fragmentación de las audiencias y de la reconfiguración social en minorías demandantes de productos de nicho, manifiesta el lado tangible de la situación que se evidencia en la cantidad de visitantes únicos y de libros prestados.
112. Lo que inició Internet lo están definiendo las redes de telefonía móvil, la hiperconectividad y la ubicuidad de los servicios. La Internet textual se vuelve ubicua al mismo tiempo que se multimediatiza. Las experiencias de lectura se hibridan en soportes, lenguajes y tecnologías. La lectura, más atlética que contemplativa, se vuelve más demandante de interacciones bidireccionales. La pretensión de establecer algún otro tipo de vínculo con el autor se agrega a las expectativas de acceder, en todo lugar y en todo momento, a la biblioteca, nunca como ahora, incomodada por una transición que le demanda una resignificación urgente. Las expectativas de los usuarios están lejos de satisfacerse desde hace tiempo. Ahora la diversidad de contenidos culturales asequibles y la sobreestimulación de intercambios agregan complejidad a la relación espacio-temporal que, desde hace tiempo, existe en la relación entre las bibliotecas y los usuarios. Las encuestas nacionales de lectura dejan entrever algunas razones de una transición en la función de las bibliotecas, a esta altura obligada. En la era de la ubicuidad de los consumos, hay muchos resultados que interpelan la definición actual de los contenidos y de los servicios bibliotecarios, más aún si se piensa en la biblioteca como vector democratizador y en el efecto esperado en el gran público. Los

intentos de movilizar sus libros no son suficientemente numerosos y muchas veces no son innovadores.

113. Si se pretende insistir con la razonable idea de que la biblioteca es un factor relevante en la puesta en contacto del lector con el libro, y se sostiene la idea de que la biblioteca puede favorecer la asequibilidad de la experiencia de lectura a los grandes públicos, entonces se trata de visitar las bases que sustentan su andamiaje social, económico y político. Movilizar las bibliotecas públicas del servicio tradicional al servicio remoto, del producto al servicio, del silencio a la argumentación, de la prescripción a la apertura de comentarios, del texto acabado a la relación con los textos abiertos, del monosoprote a la combinación de lenguajes y disposiciones de lectura. Esos cambios no serían problemáticos si no existieran factores de anclaje tan potentes como: a) la priorización de la inversión pública en nuevas adquisiciones (novedades), en detrimento de los demás factores (promoción de otros tipos de contenidos y servicios, infraestructura tecnológica, acondicionamiento de los espacios de lectura); b) la resignificación pendiente del rol de bibliotecario en el nuevo ecosistema (capacitación, integración, transversalidad, innovación); c) la incómoda relación de las bibliotecas en la cadena de valor, especialmente, la relación con las librerías.
114. La debilidad actual no es una realidad que concierne solo a las bibliotecas de la región. El problema es global. Se trata de analizar básicamente cuál debe ser la relación de las bibliotecas con sus potenciales usuarios. Más allá de las consideraciones que caben como generales para toda la cadena de valor, hay muchos interrogantes específicos. ¿Cuáles son las formas que debe adoptar el vínculo temporal de los usuarios con el libro (préstamo, accesos)? ¿Cómo hacer más simples las búsquedas bibliográficas? ¿Cómo introducir modalidades más eficaces de consulta? ¿Qué disposiciones ambientales, ergonómicas y tecnológicas pueden otorgarle confort a la práctica de la consulta y de la lectura? ¿Qué tipos de contenidos deberían ofrecerse en función de la definición de públicos específicos? ¿Qué disposiciones deben introducirse para la promoción de otros tipos de contenidos? ¿Qué tipo de vínculo debe privilegiarse entre el bibliotecario y el usuario? ¿Cuánto

es necesario ampliar la función de curadores en un ecosistema abierto en el que las referencias y los estímulos exteriores a la biblioteca se multiplican? ¿Qué rol deberían jugar los usuarios en la definición de las compras? ¿Qué vínculos deberían establecerse con las librerías?

115. Ninguna de esas preguntas tiene una respuesta única. La diversidad del universo bibliotecario impide que así sea. Por el contrario, su heterogeneidad demanda el mayor respeto. El rol que juegan las Bibliotecas Nacionales en la preservación del patrimonio cultural es muy diferente del rol que juega una biblioteca pública. Mientras la primera es gestora del acervo cultural y tiene un mayor protagonismo en la producción de nuevo conocimiento, la segunda cumple un papel irremplazable en el desarrollo del hábito de la lectura, el acompañamiento a las problemáticas culturales y educativas de la región, complemento para las escuelas que no tienen biblioteca escolar, operando como agente cultural y referente social.
116. Conviene no dejar pasar la oportunidad para visitar algunos principios fundacionales. Por ejemplo, es inevitable repensar el valor agregado que ofrecen a sus usuarios y a las políticas públicas de promoción de la lectura. Es ineludible revisar el vínculo de la biblioteca escolar con el aula, no desde la perspectiva formal sino considerándolas espacios permeables, ambas interesadas en un nuevo rol colaborativo que permita intersectar de manera diferente y optimizada las competencias específicas de cada una. Mediante las nuevas disposiciones tecnológicas que introducen los planes de inclusión digital, la biblioteca puede incluirse con facilidad en todas las aulas. Los servidores escolares no pueden escapar al dominio de las bibliotecas. Son parte indisoluble de sus recursos. Incluso, tal vez, poco a poco, se convertirán en el más estratégico de ellos. La gestión de los servidores exigirá nuevas responsabilidades.
117. No es cuestión de someterse al apuramiento del determinismo tecnológico que indica el paradigma digital como la solución a todos los males. Pero tampoco desdeñar los cambios en los comportamientos sociales. Se trata de analizar, sin concesiones, vías alternativas que, más que cumplir un rol sustituto, representen

- formas de complementación. Nadie puede desestimar el rol que jugarán las tecnologías en la ubicuidad de los accesos y servicios.
118. La evolución ineluctable de las bibliotecas del sistema educativo, en general, y de las bibliotecas universitarias, en especial, se orienta hacia un entramado más complejo de soportes, contenidos y servicios de gestión y acceso, cuyas disposiciones serán ampliamente deudoras de las tecnologías de la rematerialización en la ubicuidad, especialmente, de los dispositivos móviles. A medida que en las prácticas escolares se acentúa la influencia de las relaciones que las nuevas generaciones mantienen con el sistema cultural-mediático, aumentan las expectativas de metamorfosis del sistema de bibliotecas hacia un perfil adaptado a las reglas de la ubicuidad.
 119. Ninguna de estas orientaciones a futuro viene a reemplazar lo existente. Lo más probable es que las vías de acceso se diversifiquen. Si se trata de analizar una nueva agenda es pertinente plantear la apertura de la discusión que respete, al mismo tiempo, la necesidad de mejorar los resultados y la identidad de los roles sociales.
 120. La complejización del fenómeno de cambio se agudiza si consideramos la demanda creciente de mayor diversidad de contenidos de calidad. Esto se traduce en tensiones presupuestarias porque al mismo tiempo que deben adquirir más contenidos, también deben decidir cuánto se adquiere en un soporte y en otro (impreso o digital), en un tipo de género u otro, cuánto para cada público. Esta situación puede amplificar el rol que vienen cumpliendo los empaquetadores de contenidos y servicios, presentes en la cadena de valor del libro y, especialmente, en la biblioteca universitaria. Los proveedores de contenidos en bases de textos completos que, por la flexibilidad de sus modelos de negocio y por la amplitud de la cobertura de sus servicios, pueden ganar terreno fuera del territorio tradicional con ofertas económicas de penetración que son muy atractivas si se considera que su impacto es masivo. En general, bien implantados en el paradigma digital, permiten ajustar la oferta a los recursos de las bibliotecas. El costo por unidad-alumno resulta política y socialmente atractivo, además de dotar a la biblioteca de un rasgo distintivo que hace la diferencia ante determinados públicos.

121. Es ubicua la biblioteca que está latente todo el tiempo a la espera de ser abierta por el usuario desde cualquier lugar y mediante cualquier tipo de dispositivo de recepción y lectura. En el ámbito educativo, especialmente en las universidades, urge redinamizar la relación de la cadena de valor tradicional frente al advenimiento de nuevos jugadores que tienen la potencia de vulnerar lo que ya es débil. Esta activación podría implicar, por ejemplo, i) una transformación del libro en un producto transmediático procurando mejorar la experiencia de lectura; ii) revisar las bases sobre las cuales tradicionalmente se comercializan los textos, introduciendo unidades competitivas como lo hacen los proveedores de «bases de conocimiento» al comercializar píldoras, artículos y capítulos, en lugar de, o no solamente, volúmenes de publicaciones periódicas y libros.

Retos para las bibliotecas públicas y escolares

122. Con diferencias notables entre lo que sucede en el ámbito escolar y en el ámbito universitario, el sector educativo se dinamizará más allá de la actitud que adopten los actores sociales de la cadena tradicional. En ese contexto, la fortaleza del paradigma digital condiciona la mirada acerca de cuáles estrategias pedagógicas son las más correctas para cada caso y cómo implementarlas. A todos los fines, es más fácil dejarse atraer por las propuestas simplificadoras que consisten en visualizar la tecnología como la solución a gran parte o a todos los problemas educativos y a las bajas tasas de rendimiento escolar que analizar la combinación de estrategias entre las que la dimensión tecnológica no debería estar excluida. Esta fortaleza se reanima a cada instante.
123. El disco rígido de las millones de computadoras que se entregan por año en las escuelas y de las millones de laptops que los estudiantes universitarios compran representan un gran interés para todos los actores del ecosistema cultural mediático. Una pequeña cantidad de bits, por más pequeña que sea, distribuida masivamente en un acto casi simultáneo, en millones de computadoras, es una oportunidad extraordinaria en que los proveedores de software, las empresas de telecomunicaciones, los gestores de bases de contenidos académicos y hasta las empresas de videojuegos

visualizan más omnicomprendivamente que los actores tradicionales del mundo del libro. Es una guerra de prescriptores (educadores, padres, proveedores de servicios) que intentarán orientar el contenido y las prácticas de aprendizaje, a pesar de que todos saben que el usuario terminará haciendo con la máquina muchas otras cosas que ninguno de ellos había pensado. Para unos y otros actores sociales comerciales, los objetivos son claros: a) hacer negocio en el presente y b) garantizar un posicionamiento ante las nuevas generaciones e influir en sus decisiones futuras respecto de qué y cómo acceder al conocimiento.

124. De este conflicto de interés participan los proveedores de contenidos de entretenimiento, principalmente las empresas de videojuegos que, debido a la capacidad de producción instalada para contenidos interactivos (guionistas, animadores, programadores, productores, comunicadores) y su conocimiento de los consumidores infantiles y juveniles, tienen muchas posibilidades de introducirse en las estrategias lúdicas o de simulación. Su nivel de comercio internacional les da un capital sectorial con capacidad para integrarse en una nueva cadena de valor cada vez más globalizada, con flexibilidad y competitividad. No lo han hecho aún como podrían hacerlo porque su crecimiento no les permite absorber la demanda explícita y latente del sector educativo. Jugando un rol negativo en el imaginario de los prescriptores y tomadores de decisión, es probable que necesiten de la industria tradicional para tener posibilidades de ganar.
125. Participan también los proveedores de contenidos colaborativos o ediciones abiertas. Debido al bajo costo de la producción y mantenimiento de los contenidos que proveen, los argumentos de la industria tradicional no alcanzan para detener la progresión del fenómeno. Cada vez más, la diferencia de calidad de los contenidos deja de ser un factor determinante para una mayoría de los usuarios y en la mayoría de sus usos. La cobertura temática y la densidad informativa, aun cuando en los idiomas de la región no sean tan importantes como en inglés (generalmente el contenido en inglés está desarrollado), han sido suficiente para acabar con la versión impresa de varias prestigiosas enciclopedias. Para que estos contenidos puedan jugar un rol significativo en el

sistema educativo, es necesario nuevamente apelar a un tipo particular de curaduría que seleccione y organice los contenidos en función de los destinatarios. Es consistente con las políticas de conocimiento abierto estrechar los vínculos con los repositorios de contenidos de libre acceso, sobre todo, cuando la producción colaborativa de conocimientos adquiere valor económico, no solo educativo. No es para desestimar su valoración social, adquirida a pesar de que en ellos el texto prevalece sobre otros lenguajes. Al final, la forma de acceder que proponen no varía mucho de la forma enciclopédica tradicional, sino que más bien la replican. Por lo tanto, al pasar el tiempo, sometidos a la competencia de otras fuentes gratuitas más próximas a las nuevas formas de acceder al conocimiento, las Wiki «tradicionales» son susceptibles de perder adeptos.

126. Algunos de los que todavía se denominan «nuevos» facilitadores ya tienen cierta experiencia en servicios digitales ubicuos para la educación. Muchos de ellos lo hacen penetrando los mercados con una oferta gratuita para el usuario final y, en algunos casos, para la institución. Los proveedores de tecnologías duras de marcas globales, y ensambladores y representantes locales de esas marcas y productos, son los que se llevan gran parte de los presupuestos de inversión en infraestructura para la educación. Gozando de un fuerte respaldo político-institucional y de las ventajas que emanan de su naturaleza como bienes tangibles, que se contabilizan, amortizan y visibilizan de una forma análoga a la de otros bienes, obtienen una posición superior, haciendo olvidar a los tomadores de decisión que su mantenimiento y renovación cíclica requieren un compromiso presupuestario a mediano y largo plazo.
127. Los proveedores de equipamiento de telecomunicaciones y redes juegan un rol menos predominante. Indispensable para la implementación de la mayoría de las políticas de Estado en cultura y educación, la conectividad ha ganado un espacio en el imaginario colectivo como elemento determinante para la inclusión digital. Las operadoras de telefonía fija y móvil ya tenían o han incorporado recientemente capacidades para el abastecimiento de contenidos a sus usuarios.

128. La relación con los organismos de Estado productores de contenidos puede jugar un rol protagónico en la transición de las bibliotecas. Es previsible un diálogo más estrecho entre los organismos de producción de contenidos y los sistemas nacionales de medios de comunicación, por un lado, y los organismos de gestión de bibliotecas públicas, por otro. El rol del Estado en su función de editor y difusor de contenidos es un pendiente en la reconfiguración de las bibliotecas en el nuevo ecosistema cultural mediático. Asimismo, los organismos internacionales de financiamiento juegan un rol decisivo en la región. La forma que adopte la asistencia financiera internacional en la transición de las bibliotecas puede colaborar en su resignificación o, por el contrario, condenarlas a una exclusión indebida.

La resignificación de los bibliotecarios

129. Ante las incertezas respecto del nuevo contexto, muchos de los bibliotecarios tienden a retroceder en su ambición. Es natural en la medida que se les exige una actitud individual propositiva cuando los cambios que se observan en las prácticas sociales y en las experiencias de lectura requerirían que todo el sistema se implique en una resignificación sin pérdida de identidad. Revisitar las definiciones prácticas de su rol nos permitiría recoger las posibles carencias que pueden existir en sus competencias culturales, en un sentido omnicompreensivo del cambio en ciernes. Como agentes culturales, ante el grado de avance de las ideas en torno a un Conocimiento 2.0, debería rápidamente ampliarse el debate alrededor del nuevo rol. No es la única, pero una de las primeras preguntas a responder sería: asumiendo que la pérdida de asimetría entre actores sociales (bibliotecario-usuario) tendrá implicancias inciertas, ¿cuál es el rol demandado en un próximo futuro?, en síntesis, ¿cuál es el ajuste entre las competencias recibidas y las competencias necesarias para desempeñarse en los nuevos escenarios de lectura? Si la biblioteca se asume como un espacio de intercambio, un activador del interés por descubrir y conocer que emplea la lectura como su mejor herramienta, un estimulador de la investigación, un agente de promoción de la innovación aplicada a la

educación mediatizada con los nuevos soportes en el marco de la cultura ubicua, si se incluye como un componente dinamizador y regulador de los intercambios simbólicos entre nodos (servidores, aulas, alumnos, docentes), el bibliotecario tiene un rol asegurado.

130. Las formas de conocer en la era de la Cultura 2.0 transformarán en profundidad el sentido y la fuerza de los servicios bibliotecarios. Es indispensable superar la etapa de diagnóstico y adoptar una visión más sistémica respecto de los servicios, así como elaborar propuestas novedosas que tengan en cuenta la intervención de las tecnologías digitales sobre las estéticas y las narrativas, partiendo de la hipótesis de que los usuarios no se relacionan con un espacio físico, sino con un espacio simbólico.
131. En el dominio de la desmaterialización y rematerialización de contenidos, será conveniente reunir, sobre el mismo espacio de reflexión, biblioteca y editorial, para investigar y desarrollar soluciones en el marco del cambio estructural, presupuestario y simbólico que viven. La recharacterización de la formación de base de los mediadores, en general, y de los bibliotecarios, en especial, es una pieza fundamental de la transición. Los contenidos y el tipo de residencia o práctica podrían requerir, en unos casos más que en otros, un esfuerzo de apertura y proyección con la mira puesta en las nuevas formas de lectura y en la hibridez en los consumos culturales, con una especial atención en la creciente transmedialización de los contenidos.
132. La revalorización de los espacios de promoción de la lectura y de los mediadores, en especial de los bibliotecarios, puede adoptar caminos muy diversos, incluso algunos de ellos escasamente impregnados de una dimensión tecnológica: i) el del servicio, ofreciendo nuevas interacciones entre su repositorio y los lectores, o la impresión bajo demanda de capítulos y libros; ii) el de la consolidación de su valor estratégico, restableciendo la relación con las librerías e intercambiando información con las editoriales más fluidamente; iii) el de la innovación, agregando valor en las nuevas experiencias de lectura mediante la curaduría de la relación entre el libro y los aquellos recursos de naturaleza diferente que resulten asequibles; iv) el de los contenidos, multiplicando las

- posibilidades de experimentar con el saber al utilizar una combinación de recursos y objetos simbólicos.
133. Participar en estas funciones implicará integrar competencias existentes con otras nuevas. Su rol en ningún caso se restringe a una u otra función, mucho menos a la gestión de contenidos, aun cuando esta última tiene un poder sincrético de definición, pues integra y sintetiza una parte significativa de las funciones más requeridas.
 134. La gobernanza del proceso de cambio en la gestión de los accesos al conocimiento, como en toda transición, es determinante. Los líderes del cambio no pueden esperar una modificación espontánea de actitud de los demás participantes. El protagonismo que adquieran en el futuro de la lectura dependerá no solo del cambio interior, sino también del esfuerzo de concienciación de todos los agentes sociales de la cadena respecto del valor de la biblioteca y, sobre todo, del bibliotecario.
 135. La promoción de las bibliotecas en el imaginario colectivo es una tarea de gran relevancia. Así como en algunas ciudades de la región, una vez o más al año se realiza la noche de las librerías, que permite estimular el vínculo entre los potenciales consumidores con quienes los distribuyen, podría realizarse la gran noche de las bibliotecas, con análogos recursos y despliegue social y político. Redescubrir la biblioteca del barrio, festejarla al mismo tiempo que se exhiben sus cualidades, rarezas e historias de vida. Del mismo modo debería ocurrir con el rol del bibliotecario. Con los datos a la vista, los bibliotecarios hacen un esfuerzo denodado por mantener visible su rol en el sistema, más allá del acto de compra anual y de su evidente influencia en la evolución de ciertos mercados cuando son libres de decidir acerca de las compras a realizar.

El sistema educativo y el rol de los docentes

136. Los paradigmas institucionales sobre los que se fundan la escuela y el sistema educativo tienden a ser revalorizados cuanto más crujen las otras instituciones sociales y culturales. Aún así, el carácter estructurante de la escuela frente a cualquier crisis, ya sea individual o colectiva, y la fortaleza del sistema educativo como

principal vertebrador de las construcciones culturales y sociales parecen demandar nuevas interpretaciones. Toda tentativa que vaya en ese sentido debe, a partir de reafirmar sus valores fundantes, poner en perspectiva su rol en una sociedad en la que los cambios se suceden con una extrema velocidad, produciendo más efectos indeseados que deseados por la mayoría de la población. La sustentación del sistema remite a conceptos de la Era Industrial, de sistematización, metodicidad y colectivización, los cuales coinciden hoy menos que antes con lo que social, cultural y económicamente es relevante. El debate acerca de la eficiencia del sistema, en general, y del aula como dispositivo transmisor de valores y creencias, en especial, está más abierto que nunca. Es natural que, sometido a las tensiones que generan los cambios sociales, culturales y económicos, el sistema se interpele sobre el rol de todos los actores sociales que agregan valor a su función o la hacen factible. El libro escolar en todas sus variantes ha sido solidario ante cada cambio, ha ajustado sus perspectivas y orientaciones axiológicas a los diversos contextos y se ha apegado a las estrategias pedagógicas sin disociarse de los paradigmas dominantes. Ante los nuevos programas de inclusión digital que vienen a insertarse en los dominios del aula, todos los roles empiezan a dinamizarse a todo ritmo.

137. El manual y los libros escolares esgrimen todas sus dotes para asegurarse un lugar protagónico entre las pantallas que han decidido abandonar el lugar de encierro, el bolsillo o mochila de los alumnos y los laboratorios informáticos, para incluirse poco a poco en las estrategias pedagógicas de manera explícita y voluntaria, o indeseada y furtiva. El valor simbólico de ese ingreso masivo es más visible que los resultados obtenidos. Es en las pantallas escolares, dentro y fuera del aula, que los maridajes entre componentes impresos y digitales adquieren su mayor valor simbólico. Mientras los programas de inclusión digital a través de las escuelas permiten, en muchos casos, que niños y adolescentes introduzcan por primera vez una pantalla cargada de contenidos de finalidad educativa en hogares sin biblioteca, existe la tentación de abandonar las inversiones en programas de promoción de la lectura en los lugares de mayor vulnerabilidad social. En muchos de esos

casos, los programas están incorporando una generación completa que de otra manera no tendría acceso a las competencias digitales para una verdadera inclusión laboral, ni a la diversidad de los medios de comunicación accesibles a través de Internet. Sin embargo, cuando predomina la visión tecnocéntrica en su diseño, se tienden a priorizar, en los presupuestos gubernamentales las tecnologías duras, en detrimento de las blandas, la conectividad a los contenidos curados. Teniendo el manual de textos y los libros para escolares el valor social y cultural que tienen, y siendo en gran parte vertebradores del universo impreso, su futuro oscila entre la complementación y el reemplazo.

138. Mientras que la distribución gubernamental de manuales y textos impresos amplía su alcance socio-demográfico, ya sea mediante estrategias combinadas o a través de la producción propia, ejerciendo de facto un papel estabilizador en la economía del sector debido a su peso relativo, el libro escolar no está liderando el proceso de transición, sino, por el contrario, parece anclado a la espera de que los agentes gubernamentales o los actores sociales foráneos al sector decidan acerca de su valor y, por lo tanto, de su porvenir. Mientras se instalan servidores escolares capaces de almacenar y estructurar los sistemas educativos locales en nodos de una infinita red, se producen materiales *ad hoc* y se entremezclan contenidos de diferente naturaleza y calidad sin curaduría, en numerosas ocasiones son excluidos o se autoexcluyen quienes mejor preparados pueden estar para la gestión institucional y técnica de los mismos: los docentes-bibliotecarios. El equipamiento y la conectividad social son condiciones necesarias, pero no suficientes, para la implementación de cualquier programa de inclusión digital. Es también indispensable el rol de la formación previa de aquellos actores sociales que deben operar sobre el nuevo ecosistema educativo, liderando el proceso de transformación, gestionando nuevas formas expresivas y comunicativas, nuevos lenguajes, formatos y dispositivos, con la finalidad de aumentar el rendimiento educativo del sistema.
139. Nunca antes hubo una oportunidad de esta magnitud en el sistema educativo. Según la UNESCO, «la escuela debe promover conocimientos, habilidades, valores y actitudes que sirvan a los

estudiantes para participar activamente en la sociedad, como individuos y como ciudadanos». En el diseño de la Agenda Educativa Post-2015, se enfatiza en la necesidad de «desarrollar programas que, más allá del concepto tradicional de educación, se enfoquen en el ‘aprendizaje a lo largo de la vida’, generando oportunidades múltiples de formación». En ese mismo sentido, es cada vez mayor la insistencia en torno a descentrar los procesos educativos en la escuela para abrir espacio a conceptos más amplios y dinámicos de educación, mediante el fortalecimiento de las denominadas comunidades de aprendizaje.

140. El rol de la cadena de valor del libro en la transición de ese sistema puede ser refundacional. La relación solidaria del libro con la escuela le otorga privilegios, pero también responsabilidades. La mejora en los rendimientos escolares es una materia pendiente en la que el libro escolar no puede dejar de involucrarse. El crecimiento sociodemográfico y económico de la región demanda una renovación del sistema educativo a la altura de las circunstancias. Para que los programas de inclusión y educación digital tengan el éxito esperado, debe disponerse de una actitud de cambio tanto en la comunidad educativa como en los agentes culturales asociados al libro. Los contenidos seguirán haciendo la diferencia. No se percibe una posibilidad de cambio en las estrategias pedagógicas sin su principal aliado, el libro, parte de un conjunto mayor en proceso de resignificación.
141. Si amplificar la democratización de los accesos al saber es la finalidad última, si la diversidad de imaginarios colectivos y de identidades culturales es indispensable, si se trata de una integración de la escuela en un metasistema más abierto y global de colaboración en la producción de conocimientos, si el libro y la lectura van a competir en un océano de recursos y objetos simbólicos, el rol de los bibliotecarios será una de las claves de éxito. En ese sentido, al igual que es ineluctable una recharacterización de la formación de base de los bibliotecarios, siendo el docente la pieza fundamental de la transición en el sistema escolar, la revisión de los contenidos de su formación y las competencias necesarias para ejercer su rol de mediador se han vuelto un factor crítico. Las nuevas formas de lectura, la transmedialidad y la hibridez en los

consumos culturales parecen demandar por parte de los educadores, en general, y de los docentes y padres, en especial, un mayor entendimiento de los fenómenos y un mayor involucramiento en las formas de abordar las problemáticas que suponen. Será cada vez más insostenible la dicotomía entre las formas personales que adoptan los docentes como ciudadanos para relacionarse con el sistema cultural mediático, a través de las TIC, respecto de las que emplean en sus prácticas en el aula. Es esperable que, superado el no poco traumático proceso que significa la incorporación de alumnos con computadoras en las aulas, esgrimiendo destrezas aparentemente superiores, y la primera embestida intramuros de los teléfonos móviles, se visualice una resignificación de su rol mediador a la misma altura que la de los docentes-bibliotecarios. Es esperable también que el libro escolar los acompañe, sin apuramientos, pero sin pausa. De igual modo podría decirse acerca del rol de los padres, el cual es y seguirá siendo fundamental en la introducción de la lectura en la primera niñez. Los padres lectores tienen un rol trascendental. El libro infantil y el libro juvenil están camino al epicentro del cambio. En ese sentido, la comunidad educativa tiene la oportunidad de un nuevo pacto educativo, tan necesariamente simbólico para la sociedad, para los niños y los jóvenes, como concreto en relación con las prácticas de la lectura.

142. Por otra parte, cabe resaltar la inminencia de la llegada a la universidad de las primeras promociones egresadas de una escuela media cuyas actividades, dentro y fuera del aula, están cada vez más atravesadas por los programas de inclusión digital sustentados en la implicación de tecnologías como componente mediatizador privilegiado. Con mayor o menor eficiencia, debido a lo incipiente de su implementación, esos programas están impactando de modo directo en las formas tradicionales de la didáctica y del aprendizaje, así como en el valor simbólico de la contribución de todos los actores sociales que integran la comunidad educativa, provocando además que los jóvenes ingresantes carguen con expectativas que resultarán cada vez más alejadas de las que traían las anteriores generaciones al incursionar en el sistema universitario. En todos los casos, el sistema de ingreso a la universidad contará con un público con un perfil parcialmente

modificado, cuyos comportamientos sociales están connotados por un exponencial crecimiento de sus competencias digitales, las cuales ya han modificado su relación con el sistema cultural-mediático, y que, más temprano que tarde, tendrán efectos en las formas concretas que adquiere el contrato social, normativo y político que mantienen con el sistema universitario. En ese contexto, una de las formas para incrementar las posibilidades de la universidad de recrear los puentes con las nuevas generaciones desde el primer contacto con la institución es renovando la oferta de contenidos y de los servicios a su alrededor, ajustándola a las expectativas más actuales de sus destinatarios, alumnos y docentes.

143. La universidad ubicua se caracteriza por estar disponible en diversos contextos, aun en las condiciones de recepción más adversas. Esto requiere incursionar en la elaboración de estrategias que combinan tecnologías, estéticas y narrativas adecuadas a esos contextos, poniendo especial énfasis en las relaciones dificultadas por discapacidades que, no necesariamente pero probablemente, puedan moderarse a través del uso de instrumentos específicos, como las tabletas y otros dispositivos móviles. Los dispositivos móviles cada vez más polivalentes pueden integrarse dentro y fuera del aula en la realización de actividades prácticas significativas, en todo lugar y a toda hora. Las bibliotecas universitarias pueden representar un caso emblemático de cómo los dispositivos móviles pueden introducir alternativas en los servicios comunes incidiendo positivamente en su resignificación. Como se puede observar, poco a poco, aquellas que integran servicios remotos y ubicuos empiezan a recuperar los favores del público.

La cadena de valor

La potencialidad del cambio

144. La industria del libro contribuye de manera fundamental a la construcción de las identidades sociales de millones de personas. En la puesta en valor de la creatividad literaria y la difusión de la producción científica, en la puesta en común de contenidos educativos y en el entretenimiento de los lectores, en el reconocimiento de la lectura como factor crítico para el desarrollo humano integral, autores, editores, agentes literarios, librerías, bibliotecarios, promotores de la lectura se reconocen en su rol de agentes culturales.
145. No hay que soslayar, por otra parte, que además de su valor cultural y educativo, el libro y la cadena de valor a su alrededor constituyen un sector de la actividad productiva cuyas aportaciones al PIB y al empleo no son desdeñables. Con los estímulos e incentivos adecuados, puede multiplicar su importancia en el contexto económico regional. De igual forma, dadas las afinidades culturales e históricas de la región, el libro puede constituirse en un motor de la integración regional en lo que tantas veces se ha planteado como un Espacio Regional del Libro, base indudable de un Espacio Regional de la Cultura. En ese mismo camino, el fortalecimiento del sector del libro en la región se constituye en un elemento de positivo impacto en la disminución de las asimetrías regionales en el acceso a los contenidos editoriales.

146. No todos los actores de la cadena contribuyen con el mismo valor agregado. Su valoración social difiere y las formas de exponerse a los públicos son muy desiguales. Una de las tantas divisiones posibles es la que desagrega la cadena entre los que están encargados de facilitar los contactos del objeto-libro con sus potenciales lectores y los que se responsabilizan de gestionar talentos creativos y promover los resultados al estadio de bien simbólico intercambiable y objeto susceptible de una transacción comercial. Para revisar la agenda, conviene recordar que siempre existieron desigualdades entre los diversos actores sociales, así como también que la participación dentro de cada eslabón de la cadena es cada vez más desigual. En la etapa actual de las industrias culturales, se revelan comportamientos distintos, propios de esa heterogeneidad, pero erigidos también como muros de resistencia ante la pérdida de significación que afecta de manera desigual a unos y a otros.
147. Las debilidades y fortalezas de la red de distribución actual están sujetas a la solidaridad de los actores sociales. Los pequeños aportan la riqueza de la diversidad y la especialización, indispensables a la promoción de la creatividad y a la construcción de una oferta variada para una sociedad de minorías. Los grandes, su capacidad de contribuir de manera decisiva en la agenda pública alrededor de los intereses del sector. Es de esperar que, en la particular resignificación de los diversos actores, no falte la disposición hacia la solidaridad que debe adoptar la cadena como conjunto frente a los nuevos desafíos. Si se admite una transición, lo mejor que puede ocurrir es que los modelos estén en discusión abierta y participativa.
148. Es evidente que el sector se dinamiza lentamente y que en la edición y la distribución independiente encuentra uno de sus principales motores. Es tan evidente que una parte significativa de lo nuevo que ocurre, con origen dentro del propio sistema, tiene lugar en esos márgenes, como que el sistema se sostiene como un todo con base en la distribución de las grandes tiradas. A la vez, sujeto a las lógicas de producción y consumo de las «industrias del conocimiento» y de las «industrias del entretenimiento», se acomoda en la transición del sistema cultural mediático con la

dificultad que proviene de su apego tradicional al soporte y a su forma casi inalterada a lo largo de tanto tiempo.

149. En ese proceso, se identifican cinco tensiones internas a lo largo de la cadena de valor.
- a. La tendencia a repensar las prácticas de lectura en un entorno de cohabitación y de hibridez de consumos culturales como una oportunidad para agregar valor al libro, lo que podría conducir a un posible desplazamiento progresivo del producto al servicio, así como de la unidad única de comercialización a la pluralidad de versiones y, sobre todo, a la desagregación en unidades más pequeñas, capaces de una mejor integración en esas nuevas formas de consumir contenidos culturales.
 - b. La falta de integración, consistencia y acceso en línea de la información producida por las actividades del sector no permite comprender cabalmente lo que ocurre y, menos aún, interpretar rápidamente los cambios en los comportamientos sociales. En definitiva, se trata de la competitividad del sector.
 - c. La incidencia de la flexibilidad, polivalencia y transnacionalidad de los nuevos jugadores sobre las posibles reconfiguraciones de la cadena de valor, su capacidad de influir en los procesos de fijación de precios y en la valoración del sector en el imaginario colectivo a partir de introducir la gratuidad como componente transversal y preeminente en muchas de las nuevas opciones. La intensidad y valor económico, mediático y político de los nuevos jugadores imponen ejercitarse para practicar el juego de la asociatividad y las sinergias.
 - d. Una revalorización de la creatividad en todas sus formas, incluso más allá de las formas de reconocimiento que tuvo tradicionalmente la autoría. Contener la creatividad y el talento dentro de la cadena de valor industrial implica una revalorización de sus aportes con un proporcional ajuste de la contraprestación, lo que parecería ser posible solo en el marco del paradigma digital en el que rigen reglas de distribución de costos y beneficios diferentes. No es inocuo el

desarrollo de la tendencia a la autoedición, que amplifica el valor social de un recorrido alternativo ya vigente en el paradigma anterior, además de incrementar aún más la espiral de sobreproducción de títulos.

- e. La aparición de nuevos modelos de negocio que imponen una revisión de los argumentos sobre los que se funda la determinación de los precios.

150. Si bien el futuro de la distribución parece más comprometido en los escenarios imaginados por la transición, existen múltiples factores que influyen seriamente en la evolución de la edición en su función productiva y creativa. Lo más evidente es lo que tiene carácter instrumental, como la necesidad de introducir más densidad informativa alrededor del producto, lo que implica una inversión en la producción de metadatos tanto para las novedades como para lo descatalogado. Competir implicará cada vez más este instrumento que informa sobre el producto y permite estructurar los intercambios de datos tan preciados cuando se trata de reinterpretar las prácticas de unos y otros a la luz de los nuevos fenómenos culturales. La cultura del metadato ayudará significativamente al sector a insertarse en la nueva cadena de valor, donde la referenciación es automatizada, sin margen para el paliativo humano. Sin que puedan modificar el precio final, influirán en el valor del producto en la medida en que la calidad y la densidad informativa respecto del libro, contenida en los metadatos, serán determinantes para su visibilidad, para su catalogación y posicionamiento en las vitrinas digitales, y para obtener información que contribuya a la mejora continua de la inteligencia del negocio. Los libros impresos y digitales tendrán un valor diferente en función de los metadatos que los acompañen.

Los recorridos de la legitimación

151. Hace tiempo que los autores se propusieron discutir el orden establecido. El hecho de que en la amplia mayoría de los países de la región, los derechos de autor no estén en manos de sociedades de gestión colectiva, como sí lo están los derechos de otros creativos, podría ser una de las razones de la debilidad del eslabón más creativo de la cadena respecto del resto. El pasaje de autor

«invisible» a autor «publicado» dejó de ser traumático. Este es hoy facilitado y estimulado por la proliferación de plataformas dedicadas al negocio de la autoedición y por las plataformas de las grandes editoriales, dispuestas a hurgar en una creatividad cada vez más abierta. El fenómeno fue preanunciado cuando millones de personas adoptaron la vía de los blogs para publicar sus memorias individuales o grupales, dedicaron tiempo a la expresión personal y a la exposición pública de sus opiniones.

152. En el viejo sistema, la posición de los medios se fundaba en un modelo productivo estrechamente ligado a la capacidad de difusión. Comunicar masivamente requería capacidades técnicas, logísticas y económicas para hacer llegar el contenido a los destinatarios, lo que no era accesible para cualquier ciudadano. En el nuevo ecosistema, cualquier persona puede producir un texto, editarlo y darlo a conocer a través de la web en formato digital, de modo que esté accesible globalmente de manera inmediata en Internet, sin otro costo que el de la conectividad y el tiempo invertido por el «autor». Casi cualquier texto puede ser un e-book. Las plataformas para editar textos en formato de libro digital están accesibles para el gran público, mientras que las formas de legitimación (seleccionar o discriminar positivamente) de un contenido se saltan la prescripción y apuestan a la «democratización» de la web como la forma más aceptable de decidir lo que tiene y lo que no tiene valor. La calidad de la producción, así como la verosimilitud de la información y la credibilidad de las fuentes no siempre están entre los principales factores de selección del contenido. Por supuesto que los grupos de evaluación por pares, los comités editoriales y las demás formas de legitimación social siguen ejerciendo un rol en la construcción paradigmática del saber. Pero, ahora, la autoría tiene más caminos y estrategias de legitimación y visibilidad.
153. En los últimos años, la autoedición obtuvo un registro más amplio de interesados. Con el advenimiento del paradigma digital, muchos autores cuestionan los contratos ofrecidos por las editoriales y se esfuerzan por reinterpretar su rol en la cadena de valor, incluso despiertan inquietud por otras formas de publicación que, sin jaquear su relación con la editorial, le pone límites

y la interpela con acciones disruptivas. Muchos de ellos han pasado a la acción y se reúnen en plataformas asociativas y plurales para ofrecer sus creaciones y una relación desintermediada con los lectores.

154. Los agentes literarios, que en la región juegan un rol demasiado limitado respecto de otros territorios, también empiezan a poner a prueba la sustentación de la cadena de valor en la transición. Algunos proponen canales directos de distribución para ciertos contenidos de sus autores según su estrategia de gestión del talento.

Después de la teoría de la larga cola

155. Los escasos superbestsellers se han vuelto una de las principales operaciones de las grandes editoriales. Su capacidad de producir ingresos hace que presupuestos en rojo viren al negro gracias a unas pocas unidades contables. En otros términos, ¿la cadena de valor regional se ha vuelto más dependiente de los «supertanques» de la industria? En la mayoría de los casos, se trata de textos importados a la región que generan grandes ingresos para las casas matrices, aunque el derrame logre que la cadena de valor local se haga más líquida económica y financieramente.
156. El fenómeno de los superbestsellers es mundial, como acaban siendo las historias en las que se sustentan. Todos los catálogos incluyen libros que cumplen esa función relativa, al lado de muchos productos de nicho. La teoría de la larga cola, desarrollada por Chris Anderson en la primera mitad de la década pasada, pretendía expresar la forma que adoptarían los consumos en un ecosistema donde las reglas digitales permiten que convivan productos masivos, editados y legitimados por la industria, con muchos productos microsegmentados. Según la teoría, una gran cantidad de estos productos de «nicho» no vería la luz si no fuese porque el paradigma digital les brinda la posibilidad de alcanzar directamente sus públicos, ya que por la cantidad de potenciales interesados, no recibirán la atención de los editores ni serían informados por los prescriptores ni los usuarios tendrían la posibilidad de descubrirlos. El problema para el futuro próximo reside

en que podría ser cada día más difícil conseguir un superbestseller que saque los resultados de los números rojos.

157. La evolución de audiencias de tv, música y cine robustece la idea de que las plataformas digitales están cambiando el equilibrio entre superbestsellers y los productos de pequeños nichos. En un extremo de la «larga cola», los nichos más pequeños se han multiplicado, progresando al ritmo de la proliferación de pequeñas productoras y editoras y de la creciente participación de los usuarios en la producción y distribución de contenidos. En el otro, la escasez de superbestellers. De esta compulsión emerge un determinante, el «medio campo» (middleground). En algunos países, la recaudación de los diez films más vistos cayó en los últimos años, al mismo tiempo que los noventa siguientes la duplicaron.
158. El enriquecimiento de ese «medio campo» se sustenta en modelos muy diversos de creatividad, modelos cada vez más dependientes del conocimiento de las audiencias de nicho y la participación de los usuarios en los procesos de creatividad, financiamiento y posicionamiento social. La cuestión principal consiste en descubrir cómo unos y otros, consumidores y profesionales, usuarios y prestatarios, pueden intervenir en la definición de esas nuevas mediatizaciones. En síntesis, el pasaje de «nicho» al «medio campo» se vuelve un elemento fundamental para la continuidad del sistema.
159. Las industrias, basadas tanto tiempo en la prescripción meritocrática, han comenzado a escuchar, entender y, en algunos casos, converger en el sentido de los cambios en los comportamientos sociales. La cuestión es cuáles son las vías de participación, qué límites aceptan y qué disposiciones de frontera sus usuarios les permiten. Y a la inversa, los límites que la industria es capaz de interponer entre los usuarios y los contenidos.
160. En la creación de valor para ese «medio campo» puede residir la fórmula exitosa de la transición. Pero esto implica, una vez más, reajustar las expectativas sabiendo que la resignificación de los actores sociales está acompañada de un proceso similar en materia de contextos y contenidos. En el espacio en el que los medios se superponen y se solapan los consumos, es inevitable un

realineamiento de los dispositivos, formatos, géneros y estrategias de participación, reconociendo que el usuario está menos predispuesto a aceptar las condiciones temporales y espaciales del viejo sistema. La ubicuidad vino para quedarse. El usuario elige en función del momento, del tipo de contenido y del dispositivo que mejor se adapta. Por momentos es el papel, por momentos el teléfono móvil.

La relación con los nuevos actores sociales

161. Por supuesto, el nuevo ecosistema está muy lejos de resolver los problemas de monetización que Internet introdujo y padece, ambas cosas a la vez. El riesgo de quedarse a mitad de camino, la inercia inmovilizadora de quienes ven solo riesgos sin percibir las oportunidades y el carácter retardatario de los dispositivos de regulación conjuran contra el desarrollo de este «medio campo». Inmersos en el paradigma digital, la diferencia con la situación anterior reside en dos aspectos. La definición del producto depende i) del conocimiento del segmento de audiencia al que está destinado y de la relación que esta mantiene con el producto, es decir, de la interacción y apropiación que facilita o estimula el producto; ii) de la experiencia que promueve a lo largo de los ciclos de vida del mismo. Por ejemplo, un atributo del libro o del diario impreso es que puede prestarse o compartirse, mientras que la tendencia a licenciar el uso del producto digital o el acceso en forma de servicio lo impide o, al menos, lo limita en cantidad o tiempo. En ese sentido, el paradigma digital modifica la relación del lector con el producto y tiende a situarlo en el rol de usuario. Ambos factores, el conocimiento de la audiencia de nicho y el vínculo que puede construir el lector con el contenido y, a través de este, con los otros lectores hace la diferencia. Ambos implican la inclusión de nuevas mediaciones (nuevos actores sociales, nuevas mediaciones) en la cadena de valor y una transformación en profundidad de la lógica industrial.
162. La evolución de los canales de distribución y de los hábitos de consumo se determinan mutuamente. El modo de acceder a la información y el desarrollo de los mercados no-monetarios (intercambio entre usuarios facilitado y regulado en el marco del

derecho de autor, consentido o ilegal), así como su instalación en el imaginario social son factores muy influyentes en esta evolución. Siendo los nuevos jugadores esenciales a la visibilidad de la oferta cultural, no ha de olvidarse que las reglas que imponen están orientadas por sus propios intereses y su visión del negocio, de la cultura y de la economía. Tratándose de una transacción entre privados, como lo es en la mayoría de los casos, la relación editorial-distribuidor-librería, las relaciones que, hasta el momento, han establecido los actores sociales de la cadena tradicional con los nuevos jugadores siguen el carácter de la autorregulación.

163. Por ejemplo, el concepto de previsualización, del que los usuarios no se desharán con facilidad, ha impuesto nuevas reglas para la distribución y el acceso a los contenidos. Los usuarios han adherido masivamente a las formas que la cultura digital promueve para consultar, ver y probar (trial) el servicio o producto antes de contratarlo. Las prácticas de previsualización de contenidos son muy diversas. Por ejemplo, el modelo Google distingue al menos dos usos: i) previsualización que, orientada a la promoción, permite leer un porcentaje del contenido del libro (por ejemplo, hasta 20%) antes de tomar la decisión de compra, sin que el usuario pueda copiar y pegar, anotar o imprimir ninguna página; ii) visualización de fragmentos, que permite ver tres o cuatro líneas de texto de un libro, con un máximo de hasta tres usos de fragmentos por usuario para ese libro.
164. En las plataformas de promoción, la indexación geográfica de la oferta previsualizada (conocer dónde el usuario puede acceder o comprar el libro en la proximidad de su localización) juega un importante rol para la cadena de valor, sobre todo, para las librerías. Si bien el mercadeo editorial tradicional ya había adoptado estrategias similares como el acceso abierto al «primer capítulo» o «capítulo de muestra», las prácticas de previsualización impulsadas por los nuevos jugadores, la mayoría de las veces sin consenso previo de los derechohabientes, podrían suponer, más temprano que tarde, una escalada hacia un modelo más expansivo. A medida que crece la oferta de libros en formato digital, la indexación geográfica pierde valor, mientras gana fuerza la distribución

directa del e-book desde la misma plataforma donde el usuario lo acaba de previsualizar.

165. Uno de los fenómenos introducidos por estos nuevos actores es el valor social de la «gratuidad» en el consumo. Hasta el momento, son escasos los que lograron que la oferta gratuita de contenidos editoriales pueda transformarse en el núcleo de un modelo de negocio. La tasa de conversión de contactos, fans y seguidores en compradores o lectores, aunque creciente, es todavía extremadamente baja. El debate sigue abierto acerca de los beneficios de la «gratuidad» para el reposicionamiento de la industria en la transición. Habiendo el modelo free llevado a la ruina una gran diversidad de iniciativas, el modelo freemium, una combinación de contenidos de acceso libre y gratuito y contenidos de pago, ¿podría ser una alternativa sustentable? Para una visión positiva, *free* no es una elección en la economía digital, sino algo inevitable que no necesariamente traerá un efecto *commodity* sobre los contenidos, sujetos ya al riesgo deflacionario motivado por la sobreproducción. Para ellos, no es materia opinable la capacidad de la gratuidad para atraer la atención del público. Lo único que estaría en debate es por dónde y cómo introducir la parte gratuita del negocio ya que la parte que produce ingresos económicos es demasiado pequeña por el momento para generar beneficios. El misterio reside en cuál es la parte que debe estar en modo abierto y gratuito, cuál en modo cerrado y pago. Es verdad que una vez establecida la barrera entre ambos sectores es muy difícil corregirla, pero en el caso de la industria del libro, a diferencia de la industria de los medios de comunicación impresos, podría establecerse un modelo diferente por cada libro.

Las librerías y la exploración de nuevas alternativas

166. En general, todo análisis de situación respecto de la cadena de valor del libro acaba identificando a las librerías y bibliotecas como los eslabones más débiles frente a los nuevos desafíos. Por un lado, resalta que se trata de los dos principales puntos de contacto del libro con los lectores, es decir, la cara visible del sistema editorial que opaca a los editores y apenas visibiliza a alguno de los autores. Su valor agregado reside en la proximidad física y

en el sistema de prescripciones y de visibilidades a los que el libro responde. Las diferencias que existen entre ambos son claras, aunque no tengan incidencia para esta línea de análisis. Por otro, se evidencia la idea de que, al menos en parte, sus problemáticas radican paradójicamente en lo que fueron sus tres ventajas principales: la proximidad, la legitimación social y la visibilidad del contenido. En otros términos, las que fueron sus principales ventajas hoy se encuentran en una zona de inestabilidad. Es paradójal que ambas caras del sistema, cumpliendo una función social basada en el valor humano del contacto, considerado como difícil de desarraigar, al menos en los próximos tiempos, se vean comprometidas por la transición de modo tan evidente. Por cierto, si así fuese, asegurando ellas los principales puntos de contacto del sistema con las personas y cumpliendo la función de personalizar el vínculo, al menos en términos de consumo, su fragilidad implica un debilitamiento colectivo que debería estimular la solidaridad de todos los actores sociales.

167. En muchos casos, se evidencia una disminución de las superficies de «vitrina» en términos absolutos. En casi todas las ocasiones, se restringen en términos relativos, proporcionalmente al crecimiento socio-demográfico. Mientras tanto, la producción de títulos nuevos continúa en alza, lo que implica una merma en la probabilidad de que las novedades tengan algún punto de contacto con los potenciales lectores. Siguiendo el paralelo con las bibliotecas, el problema se agrava en la medida en que no hay estantes para organizar un acceso sistemático a la oferta vigente. A diferencia de las librerías, en la mayoría de las bibliotecas no existe generalmente la posibilidad del almacén y, por lo tanto, de cierta rotación entre exposición y depósito. Reconociendo, a la vez, su valor comercial y su atractivo social, para ambos puntos de contacto la «novedad editorial» resulta altamente significativa.
168. En parte, el crecimiento de las dudas, acerca de cómo en un futuro próximo se proyectarán al mercado tantas novedades, es proporcional a la disminución de los puntos de contacto. A lo que debe agregarse que ni la web, en general, ni las redes sociales, en especial, están siendo eficaces para reemplazar a estos últimos. Nunca pudo confiarse la visibilidad del producto editorial a los

medios de difusión tradicionales. La tv soporta mal en su programación abierta los programas culturales y, más raramente aún, los programas sobre libros, generalmente desplazados a las ventanas que el Estado les otorga a través de los medios públicos y a los canales de la tv de pago. Las escasas secciones de crítica literaria y los suplementos semanales de los medios impresos se han reducido en páginas o se han externalizado del periódico para venderse separadamente con un éxito relativo.

169. Es evidente que el pacto de lectura intergeneracional se ha debilitado. En algunos casos, ya no queda rastro de lo que fue. Los hijos ya no leen el mismo periódico que leían sus padres y sus abuelos. Si lo leen, es de manera complementaria con otras fuentes de información, bajo una modalidad híbrida, digital-papel, que tiende a inclinarse en favor de lo digital. Hasta la función de mediación en la comunicación publicitaria ha ingresado en una zona de discontinuidades. La información obtenida en Internet puede ser más variada y contrastable. El histórico boca a boca influye de modo creciente gracias a las vertiginosas corrientes virales que irrigan los medios sociales. Las encuestas muestran que el usuario consulta Internet antes de comprar casi cualquier bien o servicio. Los medios sociales están allí para «desintermediar» o, si se lo prefiere, para «remediar». Las nuevas generaciones solo pueden amplificar el fenómeno. Con los perfiles de los nuevos consumidores y la crisis en las intermediaciones, las superficies librerías y bibliotecarias ofrecen más el contacto físico con el objeto libro que el cara a cara con quien puede informarlo. La recomendación adquiere otras formas, utiliza otras fuentes, más diversas y especulativas que las anteriores.
170. Es verdad que la tensión se agudiza cuanto más se amplía la sobreproducción de contenidos, la que, como se ha visto, no se traduce en sobreoferta, dado que una parte significativa de la producción no es visible para los potenciales interesados. El problema de los inventarios, el costo de las superficies en los grandes centros comerciales cerrados o a cielo abierto y la falta de integración de la cadena de información son factores críticos.
171. Hasta el hartazgo se han escuchado las voces que resaltan las abruptas rupturas, asignándole la mayor responsabilidad a la

discontinuidad en las formas de relacionarse con el sistema cultural mediático. Si bien los cambios se aceleran, conviene moderar las exageraciones. Se trata, una vez más, de una ruptura en la continuidad. Respecto de la lectura y del libro, al fin y al cabo, los cambios podrían ser menos disruptivos de lo que fue el pasaje de la oralidad a la escritura, del papiro al libro, de la lectura monacal al libro escolar de masas. Sin embargo, conviene distinguir entre causas y efectos, y dentro de estos, aquellos que tienen un papel más relevante en el corto plazo. De entre todos, el principal efecto implica reconocer una cierta pérdida de significación de algunos referentes culturales y mediadores.

172. Liberados de la idea de que «salvar» las librerías es encontrar el modo de que sigan funcionando como hasta ahora, lo que queda es la resignificación, entendida en sentido amplio, no en un único sentido y, menos aún, en el sentido en que el mercadeo indica solamente. Es necesario admitir la complejidad de la situación y ampliar la vista para, por un lado y una vez más, revelar la heterogeneidad de la situación y la importancia relativa distinta que tienen las librerías independientes frente a las cadenas y, por otro, reavivar el debate de lo que significa la penetración de nuevos actores sociales en la cadena de la prescripción y de la venta, sobre todo, cuando estas se realizan en la web. Es más, tarde o temprano, el comercio tradicional de bienes de consumo podría acabar vendiendo dispositivos de lectura de contenidos digitales (marca blanca en algunos casos) con contenido predescargado o preinstalado, siguiendo la fórmula de los «televisores inteligentes», como un agregado de valor para promocionar las ventas de los dispositivos o como un modo de mejorar sus planes de negocio.
173. Es lógico que la resignificación incluya renovar el marketing y explorar distintas alternativas de mejora en las estrategias de diferenciación. Por ejemplo, a la hora de explorar posibilidades de mejora de la experiencia de visita y compra, podría incluirse la facilitación de algún dispositivo digital que permita al visitante consultar el contenido (previsualizarlo con precisión), acceder a las recomendaciones y comentarios de lectores previos o de otros compradores del libro en la misma librería, así como a la

información sobre otros productos y servicios vinculados (la secuela, la serie, la colección y datos sobre el autor). Esto permitiría, además, quitar al salón de exhibición y ventas la responsabilidad de darle visibilidad a toda la oferta. Mediante la pantalla de una tableta, el potencial comprador podría descubrir otra obra de interés invisible físicamente en el salón. Si el comprador lo desea, podría solicitarse un ejemplar al depósito de existencias para que la lleve en el momento, imprimirse una versión «por demanda» de una parte inferior al todo, enviarse el libro impreso en un plazo razonable al domicilio del destinatario y ofrecerse en modo de descarga directa a un dispositivo del comprador en el momento mismo de la compra, todo eso simultáneamente.

174. Las fórmulas de hibridación, aquellas que la sitúan a mitad de camino entre el concepto tradicional, la tienda de regalos, la tienda del museo, la ludoteca y el centro cultural, no son para cualquiera. En una infinidad de casos, promover la tertulia de café coadyuva de manera decisiva para encontrar el piso a partir del cual el negocio es rentable. Entre otras alternativas, puede representar una opción elaborar estrategias de ventas cruzadas con otros distribuidores de bienes culturales y productores de espectáculos en la proximidad de los usuarios. La hibridación no debería comprometer la posición distintiva que todavía ocupa el librero en el imaginario social como distribuidor de bienes culturales. La librería cumple un rol cultural, además de servir como punto de distribución o venta de objetos. En ese sentido, podría ser que el principal rol del librero sea el de gestor cultural. Pero la animación cultural no es el único modo de resignificar la librería. La calidad certificada por terceros puede ser una fuente de valor y una vía de distinción para las librerías independientes. De todos modos, probablemente los mejores rendimientos se obtengan con algún tipo de enriquecimiento de la experiencia de contacto del visitante con el libro.
175. Mientras las ventas en las librerías en línea se mantienen en volúmenes muy limitados, cabe revisar una vez más las bases de la crisis latente. Como ya se expuso más arriba, la proximidad física es para la compra de libros impresos lo que la facilidad de uso y la rapidez de la descarga es para los e-books. Si se considera que

la venta de libros impresos a través de plataformas de comercio electrónico puede ser parte de la solución, aun cuando no sea factible en todos los casos, no deberían descartarse las modalidades combinadas: compra en línea y entrega a domicilio, o bien en la librería elegida por el comprador, o bien en un punto de cercanía al que el usuario suele habitualmente dirigirse.

176. Es ineluctable en el análisis de las estrategias, considerar en su justo valor el rol de los nuevos jugadores en la intermediación, tomar debida nota de los intercambios no comerciales y revalorizar la integración con las bibliotecas. Se trata evidentemente de explorar fórmulas de transición que consoliden y, en la medida de las posibilidades, incrementen los rasgos distintivos tradicionales, además de agregar valor a los usuarios, de forma que la librería mantenga la valoración social de la que goza conforme a su proximidad cultural (anclaje temático, social, político, idiomático), física (localización), económica (precios) y monetaria (modalidades y monedas de pago).

El valor de la creación

177. Los nuevos modelos de negocio surgidos de la era digital generan nuevas tensiones a partir de las transformaciones que introducen en las formas de distribuir los contenidos culturales. Esto implica una puja respecto de la redistribución de los costos económicos y de los beneficios entre los actores sociales de la cadena de valor tradicional, y entre estos y los nuevos jugadores, principalmente los oriundos de la esfera tecnológica.
178. Esta nueva desagregación de valor (nueva economía del libro) entre actores sociales, representa una oportunidad para revalorizar la creatividad, en términos relativos, descomprimiendo la tensión que se había generado en torno a la participación del autor en los rendimientos económicos de sus obras. A medida que fue incrementándose el valor económico de la creatividad en términos del PIB nacional, se fue generando la idea de que en las industrias culturales, en general, y en la editorial, en particular, el peso relativo de la autoría en los beneficios no representaba adecuadamente el valor agregado de su contribución al producto final. La puesta en común de estas potenciales modificaciones en

la cadena de valor no puede eludir la apertura de los viejos paradigmas sobre esta cuestión.

179. Las principales tensiones se generan a partir de la influencia de una nueva lógica de producción más colaborativa y abierta de los contenidos. La explosión de la cocreatividad remota, mediatizada e instantánea, ya sea entre pares, entre autores, y entre estos y los lectores, sustentada en una proliferación de plataformas de interacción social, cultural y económica (*crowdfunding*), requiere una mirada nueva, más integradora y plural para dar respaldo al proceso creativo y optimizar el registro de las obras en la esfera digital. A medida que la multimedialidad y la transmedialidad influyen sobre la oferta y el consumo, más se pluralizan las actividades creativas, distribuidas y parcialmente articuladas por los editores y gestores de contenidos. La gestión de talentos de diversa naturaleza y origen, a la vez crecientemente transnacionales y provenientes de otros sectores de las industrias culturales, como el de los videojuegos, la animación y el audiovisual, impone ejercitar las competencias de negociación y de asociatividad aún no desarrolladas del todo en el sector. De esa ampliación de los criterios de vecindad pueden provenir las vías de una solución al pasaje traumático del «producto-libro» al «libro-servicio» o, más próximamente, a los servicios «alrededor del libro», del producto a los contenidos, y de los contenidos a las nuevas experiencias de lectura. Según los países, pueden existir varias disposiciones normativas y técnicas que desfavorecen la industria en el marco de esa perspectiva, comenzando por la cultura del propio sector.
180. La cohabitación de soportes y servicios requiere incorporar a la mirada una visión más omnicompreensiva desde el punto de vista de la gestión de los derechos. Una perspectiva más sensible acerca de las nuevas disposiciones y formas de acceso a los contenidos y a las nuevas experiencias de lectura, en donde los factores como el licenciamiento, el alquiler de contenidos y el tratamiento fiscal requieren una pronta resolución. Más se inserta el libro en la transmedialidad de los consumos, más quienes gestionan derechos necesitan renovar sus competencias a partir de un aprendizaje acelerado de los acontecimientos, tomando en cuenta la experiencia que están viviendo otras industrias.

181. Por otra parte, la pluralidad de actores que no participan directamente en la producción del contenido, pero inciden de manera directa o indirecta en la formas de acceder a él, complejiza aún más la gestión de los derechos en la medida que, como ya se ha mencionado, implican muchas veces reglas externas al sector que son, a la vez, convergentes, en sentido mediático, y riesgosas para los modelos de negocio desarrollados tradicionalmente en el sector. Desde este punto de vista, no se trata de más o menos regulaciones, sino de un marco de referencia verdaderamente convergente. No basta contar con legislaciones que reconozcan a los autores y creadores los derechos de explotación sobre sus obras si no se acompaña de políticas públicas que permitan hacerlos realidad en el mundo de Internet. Del mismo modo, comienza a ser urgente darle un marco legal apropiado a la neutralidad de las redes, con el fin de garantizar, tanto a productores como a consumidores, que aquellos actores sociales capaces de integrar verticalmente la cadena de valor no acaben discriminando o favoreciendo la discriminación de unos contenidos sobre otros. En este sentido, más temprano que tarde, habrá que explorar las formas ya conocidas para determinar en qué medida y con qué alcance es posible regular mejor la situación actual. Por un lado, debería analizarse si cabe la regulación de la relación de los proveedores de acceso (ISP) con la distribución de contenidos y, por otro, reinterpretarse la participación de la creatividad en los rendimientos económicos, asumiendo un progresivo crecimiento de los servicios de valor agregado alrededor del libro-producto, muchos de ellos susceptibles de introducir nuevas formas de expresión y de comunicación entre los diversos actores sociales, principalmente, de los autores con los lectores.
182. La definición del futuro del sector editorial está sujeta más que nunca a su apertura para identificar y comprender tanto las nuevas formas autorales y creativas, como la fórmula para cohabitar con otros soportes de la manera más adecuada en cada contexto, para entender tanto la complejidad de las expresiones atravesadas por la cultura digital, como las lecturas intervenidas simultáneamente por múltiples sistemas estéticos, narrativos y tecnológicos diferentes. Es dependiente de la justa interpretación del valor

social, cultural y económico que representan las nuevas mediaciones, así como de la capacidad para dinamizar los procesos creativos e innovar, invirtiendo en las oportunidades que ofrece la revalorización de los contenidos de calidad, en el marco de las múltiples rematerializaciones posibles de los textos.

183. Los editores deberán perfeccionar sus maneras de intervenir en el proceso de traducción de una idea en un proyecto editorial y los autores deberán demostrar su capacidad para adaptarse a las disposiciones de consumo. Los contenidos seguirán reglas que no pueden dejar sin marcas la autoría tal cual se ha practicado hasta el presente. El problema reside tanto en desentrañar la complejidad que supone todo cambio cultural, como en la adaptación a la velocidad del proceso de cambio. Esta nueva situación demanda intensidad en el esfuerzo de entender y rapidez en adoptar las nuevas disposiciones.
184. En el sector, la relación con las industrias linderas sigue siendo escasa y precaria, carente incluso de significación ante la envergadura y extensión de los movimientos de los otros sectores culturales a favor de su competitividad. Puede ser que el libro no resulte favorecido en la confrontación o en la negociación, y en ello han puesto particular atención los programas de gobierno, dejando crecer y madurar la industria del libro. Cabe recordar, sin embargo, que antes del desarrollo del videojuego o de la producción de la serie de televisión siempre existe un guión. De un mejor entendimiento de las lógicas de los demás sectores, es posible que surjan estrategias de competitividad, por ahora limitadas a los grandes grupos mediáticos con participación en el sector editorial. La transversalidad entre industrias, el incentivo a las sinergias y la asociatividad y el aprovechamiento del potencial creativo local es un pendiente en la mayoría de las políticas públicas de la región en materia de economías creativas.

La gestión de derechos

185. Las políticas de estímulo y de protección de la creatividad en la cultura digital deberían tener un mayor desarrollo. En ese despliegue, debería considerarse, por una parte, que la competitividad de las industrias creativas en un mundo globalizado es cada

vez mas deudora de su capacidad de «integración con identidad» y, por otro, que la creatividad germina con más fortaleza en las intersecciones, y que de las interacciones entre creatividades diferentes es de donde más puede extraerse valor en un escenario transmedia. La sensibilización y la preparación de los autores, editores y titulares de derechos, en general, es esencial si se pretende asegurar una negociación adecuada al nuevo contexto. Esto puede facilitarse mediante la creación de un manual de buenas prácticas con información actualizada acerca de los nuevos modelos de negocio y de los principales modelos contractuales asociados a esos negocios. La incorporación del libro a los escenarios transmediales de consumo exige agudizar el ingenio. Se trata de explorar las vías de participación en el negocio para fijar su nuevo valor relativo en la experiencia de aprendizaje o de fruición, así como de actualizar los interrogantes acerca de la validez de la instrumentación de disposiciones técnicas para preservar los derechos de la creatividad y la edición. Dadas las nuevas complejidades que supone negociar derechos para estos escenarios, el papel que juegan los agentes literarios demandará un esfuerzo de actualización.

186. No es momento para desestimar formas hasta ahora poco reconocidas para la gestión de los derechos. Como ha quedado demostrado en la región mediante múltiples ejemplos exitosos, la participación de la creatividad en el rendimiento del mercado de bienes y servicios culturales puede gestionarse mediante plataformas de gestión colectiva de derechos. Por un lado, el entretrejo de creatividades de diferente origen que los nuevos modelos integran y, por otro, la distribución de los contenidos en un espacio integrado a nivel global como es la red requieren licencias multi-territoriales, cuya aplicación podría facilitarse a través de las redes existentes entre sociedades de gestión colectiva de derechos. Al mismo tiempo que pueden asegurar el seguimiento y el anclaje jurisdiccional del derecho a la distribución y consumo, aumentan las posibilidades de visibilidad y el control de la explotación de las obras. Cabe seguir con atención la capacidad de negociación que están esgrimiendo estas sociedades de gestión colectiva de los derechos frente a los nuevos jugadores, en especial, los proveedores

de acceso. A todos los fines, gestionar los derechos en multirepertorios y en diversas geografías tiene costos que podrían morigerarse con la integración de las negociaciones a través de una plataforma colectiva. Materia de controversias en la región, esta alternativa goza de la fortaleza de los antecedentes y de su legitimidad política y económica, al mismo tiempo que, además de ser dependiente de la capacidad de buena administración, no parece contar con una opinión favorable de la mayoría de los editores con respecto a sus beneficios. Además, la concentración de la litigiosidad y su visibilidad pública como emblema de los modelos de «protección» ha llevado a que la imagen de algunas se debilitase, arrastrando su legitimidad social, al menos frente a las nuevas generaciones de consumidores.

187. Los nuevos modelos de negocio se sustentan en formas más dinámicas de negociación. La integración de un componente digital dentro de una nueva producción se decide llevando a cabo procesos más livianos y procedimientos más abiertos y colaborativos. Entre la instancia de descubrir el contenido o el objeto digital, decidir sobre su incorporación e implementar la interacción con los demás objetos en la producción no pasa mucho tiempo. En esos contextos, la dinámica de la negociación y el licenciamiento requiere que las partes puedan acceder a información actualizada sobre el objeto (metadatos de la obra y de las partes susceptibles de negociación) y sobre los derechohabientes, organizada y estructurada bajo estándares reconocidos internacionalmente. Esas bases de conocimiento surgen del entrecruzamiento de diversos tipos de registros y licenciamientos, ISBN/ISSN, DOI, de dominio público y de obras huérfanas, entre otras, así como de datos dispersos, la mayoría de ellos accesibles a través de la web, que pueden servir como antecedentes (aplicaciones y producciones en las que el objeto haya sido parte, catálogos nacionales), como indicadores de uso y de su capital social (referencias en entornos wiki, comunidades de usuarios) y como expresiones de un uso indebido (declaraciones de ilegalidad o mal uso). Todo aquello que en otros ámbitos empresariales se identifica como inteligencia de negocios. En esas construcciones podrían jugar un rol positivo las sociedades de gestión colectiva de derechos.

Los roles del Estado

Nuevos y viejos roles

188. El Estado es, a la vez y al menos, una combinación de agente regulador de los intercambios entre privados, prescriptor de contenidos culturales, principal promotor de la lectura, agente fiscal, productor de contenidos y facilitador de las infraestructuras sociales. El papel de agente regulador de la relación entre privados lo ejerce mediante el poder administrativo y normativo, la legislación y las normas técnicas. Como agente fiscal, es el único que gestiona la tributación de las transacciones entre privados, lo que le otorga el mandato de discriminación entre bienes culturales y otros bienes. Dentro de los bienes culturales, en función de su visión ideológica de la producción y circulación de los contenidos culturales, distingue entre contenidos, entre contextos y finalidades, y entre actores sociales. La fiscalidad es un factor crítico para fijar el libro en el universo de las industrias culturales. El sector es uno de los motores de la economía creativa. La industria editorial genera un importante valor económico y social en forma de empleo, a la que la regulación de las actividades económicas debe prestar la atención apropiada. Es ineludible su papel de agente regulador del mercado en cuanto a desarrollar, al máximo posible, los propósitos de la bibliodiversidad, actuando sobre las disposiciones que podrían orientarlo a la concentración, con la mira puesta, simultáneamente, en la competitividad interna y externa.

189. La lógica de las políticas públicas puede influir mediante la fijación de reglas tributarias, la adopción de planes de compras mixtas, la inclusión de contenidos digitales en los programas de educación, la inclusión de la digitalización del aparato industrial dentro de los incentivos al proceso de i+d+i, la subvención a la formación de sus recursos humanos y la exploración de nuevas formas de mecenazgo cultural. También puede apoyar la creación de empresas de procesos de soporte (factorías de conversión y enriquecimiento de contenidos), facilitar la transversalidad del desarrollo creativo entre sectores industriales diferentes (videojuegos, cine, televisión), incrementar la integración regional de los mercados y apoyar la presencia del idioma español en la oferta digital de lecturas en la web.
190. Tiene dos responsabilidades mayores. Por una parte, diseñar e implementar acciones de promoción de la lectura y del libro, en un marco consistente y sustentable, con una visión integradora de las competencias lectoras, cada vez más marcadas por la hibridez en los consumos y la diversidad de experiencias de lectura que combinan lenguajes y medios. Por otra, facilitar las infraestructuras sociales de promoción de la lectura, principalmente las bibliotecas. En ambos casos, la región expresa una gran riqueza de iniciativas que durante las últimas décadas se han ido profundizando, en la medida en que los procesos democráticos se fueron desarrollando y la lectura se convirtió en uno de los principales criterios de democracia cultural y social.
191. El Estado juega un rol mayor y distinto que los privados como facilitador de infraestructuras sociales. Las formas que adopta la regulación de las actividades de los actores privados vinculados con la conectividad y con la distribución y circulación de los contenidos culturales, en general, es fundacional para esta etapa de la lectura. Los avances en acortar la distancia que separa sus políticas activas de promoción de la lectura de las que deben generar la infraestructura social de acceso a las redes, expresan la voluntad del Estado en reconocer una y otra actividad como derechos fundamentales de sus ciudadanos. Que el acceso a las redes se vuelva en la mente de los ciudadanos un factor de desarrollo humano, no debería generar competencia entre las políticas de conectividad

social y de inclusión digital con las de promoción de la lectura. Ambas juegan un papel protagónico en la participación ciudadana. Ambas contribuyen a formar ciudadanos más difíciles de manipular. La infraestructura socio-tecnológica es una condición necesaria pero no suficiente. La biblioteca, en un rol ampliado y más integrador, activa la relación del contenido cultural con los ciudadanos siempre y cuando la proximidad física y el catálogo ofrecido sean facilitadores. El acceso a las redes, en sentido amplio, permite a los ciudadanos sortear las limitaciones en la diversidad y disponibilidad de la oferta impresa y especular, poner en contraste las ofertas, y vincularse con los contenidos desde una posición más dinámica y flexible.

192. Podría ser un error limitar el concepto de infraestructura a la acepción tradicional de biblioteca, la que debería tender a alcanzar nuevas competencias en la promoción de la lectura, probablemente más próximas a un centro de recursos compartidos. La resignificación de las bibliotecas y de los demás espacios de promoción de la lectura, así como de los agentes sociales que los gestionan, es parte de un rol indelegable del Estado. Este debe participar activamente en la formación y en la actualización de los saberes de quienes tienen la responsabilidad de operar en los niveles más próximos a la ciudadanía.
193. En la dinamización de las formas tradicionales de complementación entre Estado y sector privado reside gran parte de las soluciones previsibles. El Estado como productor de contenidos tiene la responsabilidad de completar la oferta allí donde la valoración comercial de los contenidos no le permite al sector privado hacerse cargo de darles visibilidad. Es fundamental cuando introduce competencia si ninguna de las formas abiertas y ortodoxas de hacerlo funcionan o resultan incompatibles con el contexto social, cultural o económico. Cuando resulta imposible la incorporación de nuevos actores sociales, la pluralidad es más deudora del rol del Estado como productor de contenidos. A veces, su participación en la dinamización de la oferta local juega un rol relevante. En todos los casos, es preeminente en la facilitación del contacto del libro con los potenciales públicos cuando las disposiciones del mercado, sujeto a la inversión privada, no alcanzan (p.e.,

bibliotecas donde no hay librerías), lo que en momentos de transición digital, implica coadyuvar a la visibilidad de la oferta local y regional en las redes.

194. El rol del Estado sigue siendo determinante en el aseguramiento de la diversidad cultural, lo que está estrechamente vinculado con el desarrollo de la industria en general y, especialmente, con el de las editoriales y librerías independientes y alternativas. Esa diversidad se ha promovido a golpe de iniciativas privadas, ejercicios de emprendimiento, incubadoras de empresas —públicas y privadas— y voluntariado social. La edición independiente, así como la distribución mediante canales independientes juegan un rol en la promoción de la creatividad, son germen de desarrollo económico y social, y factores fundamentales para la diversidad cultural. Independientemente de la naturaleza de los soportes en los que presentan los contenidos, esa capacidad creativa, situada en los márgenes de los circuitos comerciales por donde circula la amplia mayoría de la producción editorial, representa uno de los canales de mayor importancia para la promoción de la bibliodiversidad. Las corrientes independientes pueden ser menos visibles y estridentes, pero son sumamente eficaces en materia de innovación. Por ejemplo, las editoriales independientes de la región fueron las primeras en probar con la realidad aumentada en los libros como una forma de enriquecimiento de la experiencia de lectura. El rol del Estado en la transición de la producción independiente y de sus canales de distribución será clave tanto para insertarlas en las nuevas formas digitales de consumo como para mantener e incrementar la visibilidad de sus productos entre la sobreoferta digital.
195. Es probable, además, que la competitividad «cultural» de las librerías sea cada vez más determinante en su valoración social y en su preeminencia como canal de distribución. La inclusión en las políticas públicas de las librerías como dinamizadoras de la cultura con anclaje local puede resultar muy beneficiosa, no solo para el propósito de fortalecer los canales de distribución, sino también con el fin de reforzar el libro en su rol de objeto cultural y a la industria editorial en el seno de las industrias culturales. La competitividad económica de la cadena de valor implica

una mayor competitividad del libro entre las industrias culturales, pero también una recontextualización que sea superadora de los resultados obtenidos mediante la integración comercial que llevó el libro a convivir con el CD en los exhibidores del circuito comercial. Tal vez estén llegando momentos en los que la complementación agregue más valor que la competencia.

196. Por otra parte, la promoción y la gestión de la creatividad demandan ampliar la mirada sobre los usos y modos de transmitir y negociar derechos. Como se vio en el apartado «La cadena de valor», bajo el paradigma digital las problemáticas se vuelven más complejas y los impactos de los efectos más sistémicos. El rol del Estado siempre consistió en favorecer el intercambio y promover en la negociación el equilibrio entre las partes. En este sentido, cuanto más el libro se inserta en el proceso de transición, más se vuelve primordial articular políticas educativas que ayuden a concienciar a los ciudadanos sobre la importancia de fomentar y respetar la creatividad. Es obvio que esta conciencia no puede desarrollarse sino en el marco de una reconsideración general de la normatividad y de la legislación. Actualizar y homogeneizar las políticas, los registros de la propiedad intelectual y las leyes correspondientes, así como dotar a la región de una plataforma de intercambio de información entre países son actividades indispensables para asegurar el respeto a la creatividad y preservar los intereses de los creativos y de todos los derechohabientes.
197. En la situación actual, en la que los gobiernos de la región debaten el valor del conocimiento abierto, la gestión de derechos patrimoniales de las obras literarias y artísticas está cada vez más comprometida por la visión del Estado respecto de la diferenciación entre tipos de derechos y objetivos. Siendo las entidades públicas cada vez más activamente participativas como productoras y consumidoras de bienes culturales, la gestión de las obras en el ámbito público requiere legislación actualizada. Para asegurar la transparencia simbólica tanto de sus producciones tecnológicas (software desarrollado sobre código abierto) como de la información pública y de los bienes intelectuales (documentos públicos, informes de gestión, informes de investigación científica), en función de las obligaciones constitucionales y legales que correspondan

en cada caso, se requiere la fijación de criterios y protocolos de gestión y, especialmente, de difusión.

La relevancia de las lenguas originarias

198. Es innegable la importancia de las lenguas indígenas como un factor de identidad cultural y política en la región. En el discorrir de las democracias de las últimas décadas, emergió con fuerza el paradigma originario, más aún a partir de la aprobación de la Declaración sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas por la Asamblea General de Naciones Unidas en 2007. Según datos oficiales, el total de la población indígena identificada en América Latina sería de entre 6% y 10%. Si se consideraran las poblaciones que declaran una «ascendencia» indígena, el porcentaje sería muy superior. Si bien la cantidad de lenguas no es una de las principales características de América Latina respecto de otras regiones del mundo (África cuenta con cerca de 2.000 lenguas, Asia del Sur con 1.500 y Nueva Guinea con 1.000), Latinoamérica esgrime una mayor riqueza en familias lingüísticas con 99 familias registradas. Una de cada cuatro lenguas de la región es transfronteriza. Por ejemplo, el quechua se habla en siete países. Por otra parte, existen más de 100 pueblos indígenas que son transfronterizos: una continuidad cultural que supera ampliamente las administraciones nacionales. Esta situación demanda políticas transnacionales de reconocimiento identitario más próximas a la familia lingüística y a la comunidad étnica. Al mismo tiempo, la realidad impone una convivencia lingüística, económica y política de varios pueblos indígenas dentro de un mismo Estado. Esta complejidad se incrementa en la medida en que crece el reconocimiento autoidentitario de las poblaciones afrodescendientes, con un creciente redescubrimiento de su diversidad cultural, idiomática y religiosa en la región.
199. La falta de políticas públicas adecuadas, junto al valor social y económico del español y del portugués, han sido factores determinantes en el desuso de las lenguas indígenas. Una quinta parte de los pueblos de la región ha dejado de hablar su lengua indígena y una de cada cuatro se encontraría en riesgo de desaparición. El desplazamiento idiomático causado por las estructuras

educativas y económicas ha sido tan fuerte que actualmente varias decenas de pueblos originarios ya solo utilizan el español o el portugués. Si bien la interculturalidad y el plurilingüismo han incrementado su peso relativo en las políticas culturales y educativas de los países de la región, parecerían no haber alcanzado aún el valor suficiente para asignarle a la riqueza idiomática el nivel apropiado dentro de las mismas.

200. Después de cuarenta años de Educación Intercultural y Bilingüe (EIB) en la región, y aun cuando numerosas legislaciones nacionales la reconocen dentro de las modalidades asequibles, la implementación de infraestructuras y la adaptación de los programas de estudios están lejos de concluirse. Para que la educación plurilingüe abandone su marginalidad o latencia, y su carácter compensatorio, es tan necesario reconocer su espacio dentro del sistema escolar, optimizar la coordinación de esfuerzos entre el Estado, las organizaciones indígenas y las organizaciones no gubernamentales en los planes de acción, como maximizar la cooperación internacional. El derecho a la educación asiste a todos los miembros de sociedades multiétnicas y multiculturales. Como lo señala la Convención sobre los Derechos del Niño (art. 30): «no se negará a un niño que pertenezca a tales minorías o que sea indígena el derecho que le corresponde, en común con los demás miembros de su grupo, a tener su propia vida cultural, a profesar y practicar su propia religión, o a emplear su propio idioma».
201. En este contexto sociopolítico distinto, urge repensar el sentido y significado de las políticas públicas. El rol de la educación en contextos de multilingüismo y pluriculturalidad es un factor clave para el desarrollo de las sociedades latinoamericanas en los próximos años. Se trata de promover la comprensión de dos o más cosmovisiones diferentes con la finalidad de hacerlas complementarias, y alentar el reconocimiento del beneficio de contar con saberes, conocimientos y valores culturales distintos. La democracia juega un rol tan importante para las lenguas nativas y afrodescendientes como la riqueza cultural de esos pueblos para el devenir político de la región.
202. Es por ello que una tarea impostergable en la región debe ser la de promover la conservación de los acervos culturales de las

- poblaciones originarias, aprovechando el potencial de complementariedad entre soportes impresos y digitales, tanto para las ediciones bilingües como para resguardar y difundir contenidos en todos los registros posibles, escritos y orales.
203. El papel del libro es trascendente en la materia. Reconocer las prácticas propias de la oralidad, escritura y lectura de los diversos grupos étnicos, implica garantizar a todos los ciudadanos el acceso, en la escuela y en la biblioteca pública, a libros creados y producidos por esas comunidades. La edición de libros impresos y recursos digitales en lenguas nativas, con traducciones al español y al portugués, al igual que las ediciones inversas y las bibliotecas especializadas coadyuvarán en la tarea. Para ello, es fundamental el fomento a la creatividad autoral en las lenguas nativas, así como la producción y circulación de textos escolares, literarios e informativos realizados por los mismos grupos étnicos.
 204. Los planes nacionales deben promover la producción y circulación mediante adquisiciones de ediciones en lenguas nativas y bilingües (lenguas nativas-español/portugués), destinadas a las bibliotecas escolares y públicas y a los centros socioculturales comunitarios. Expandir las modalidades de Educación Intercultural y Bilingüe, con establecimientos etnoeducativos y de educación propia, exige proyectos culturales y pedagógicos de oralidad, lectura y escritura, elaborados y desarrollados *ad hoc*. Explorar nuevas formas de incentivar la creatividad autoral será tan relevante para las políticas públicas como velar para que el costo de las tiradas de las versiones impresas en esos idiomas no resulte una barrera.
 205. A la hora de conservar y fomentar las narrativas orales de esas culturas nativas y afrodescendientes, el uso de nuevas tecnologías puede colaborar de manera decisiva. Los beneficios de las complementariedades entre soportes pueden aportar tanto a la producción y edición de contenidos como a la lectura y a la práctica oral. En algunos casos, pueden aprovecharse los recursos digitales en una lengua para completar la lectura de un libro impreso en otra, y así explotar pedagógicamente los contenidos de un soporte, en vecindad con otros materiales en otros idiomas. Dado el costo de las ediciones plurilingües, el uso de soportes tecnológicos

diferentes al libro impreso puede ser contributivo en aquellos casos en los que las poblaciones tengan acceso a la red, ya sea en la escuela, ya en las bibliotecas, ya en los centros comunitarios, gracias a programas de inclusión digital. Si no fuese así, el uso fuera de línea de dispositivos móviles, con los libros descargados en la lengua de origen y otros materiales digitales, puede permitir la lectura sin conectividad. El costo total de los dispositivos podría no superar el costo de las ediciones plurilingües impresas en varios idiomas. El caso de los manuales escolares es emblemático para entender cómo pueden los programas escolares de inclusión digital favorecer o detener los progresos del plurilingüismo. El salto de paradigma en materia de pluralidad cultural no lo pueden dar las bibliotecas escolares de manera aislada.

Las compras gubernamentales

206. Las compras estatales son un factor determinante para la democratización de la cultura. El Estado es y seguirá siendo, al menos en la región, el principal garante del acceso a la lectura y al libro. Sin las compras gubernamentales, el acceso al libro de las poblaciones más vulnerables, con ningún o un bajo nivel de inclusión digital, estaría en serio riesgo y, con ello, su plena integración ciudadana. El libro impreso es probablemente el bien cultural que más influye en la integración social y económica de los ciudadanos. Su vínculo con los procesos inacabados de alfabetización y con la escuela son irremplazables, al menos en el corto plazo, si se trata de alcanzar al 100% de la población, sin distinción de poder adquisitivo, geografía, lengua y cultura. Es natural entonces que el libro impreso participe protagónicamente en las compras gubernamentales. Raramente su pertinencia es materia de discusión. Por otra parte, en muchos países, las compras del Estado son determinantes para la dinámica de la industria editorial local. Al mismo tiempo que la eficiencia de la gestión de compra redundante en millones de nuevas oportunidades de lectura, las compras del Estado son determinantes para la evolución del sector. No se pueden obviar, sin embargo, las tensiones que se generan entre compras centralizadas y compras descentralizadas, en el propósito de dotar de manera eficiente y específica al sistema bibliotecario de

acuerdo con las necesidades de los contextos locales. La transición de la cadena de valor requiere participaciones comprometidas, entre las que sobresale, más para algunos subsectores que para otros, el rol del Estado como regulador de la velocidad e indicador de las intensidades en los esfuerzos. Todo esto a través de las compras gubernamentales.

207. Por el momento, las versiones digitales representan un escaso porcentaje de los consumos y de la producción. Contribuyen muy escasamente en el rendimiento de la cadena de valor y están ausentes en las mayorías de las compras estatales. Sin embargo, la importancia de las versiones digitales de libros (libros electrónicos en todas sus variantes) podría ser diferente en un futuro próximo. Hasta ahora, compradores frecuentes y lectores sofisticados representan su principal público. Los tres factores fundamentales del cambio podrían ser: i) la profundización y ampliación de las competencias digitales de los usuarios finales de todas las generaciones etarias, que se adicionan a las generaciones de nativos digitales; ii) el incremento de la diversidad de la oferta en los formatos digitales, por ahora muy limitada, y iii) la demultiplicación de los roles del Estado, comprador, prescriptor y agente fiscal.
208. La cantidad y calidad de los contenidos, la mejora y consolidación de estándares de formatos, la consolidación del mercado de plataformas de distribución, y los catálogos colectivos estatales y gremiales podrían jugar un papel relevante en la evolución de la oferta. La ampliación de las competencias digitales en los segmentos adultos, asociadas a la disminución de barreras que genera el comercio electrónico en todas sus modalidades, aumentará la población de potenciales usuarios. Pero el principal factor de aceleración o ralentización del proceso de cambio será el rol que el Estado decida tener en la transición.
209. Estas formas de intervenir en el proceso de cambio pueden fundarse en múltiples razones. En primer lugar, podría pretenderse dar respuesta a la creciente demanda de acceso al conocimiento, mediante infraestructuras sociales más «livianas», sobre todo, para alcanzar geografías y segmentos poblacionales distantes de la oferta. La conectividad social y la oferta digital accesible remotamente no resolverán la cuestión, pero podrían convertirse en

una posibilidad concreta de completar la oferta de educación y cultura con la rapidez de despliegue e implementación que ofrecen las infraestructuras livianas (conectividad inalámbrica, computadoras portátiles y otros dispositivos móviles, plataformas de e-books), en contraposición a la ampliación o creación de una infraestructura «pesada», a la ampliación de las redes de bibliotecas de libros impresos y a la conectividad cableada. Además, las versiones digitales de los libros permiten multiplicar los usuarios potenciales sin las limitaciones que impone la materialización de los libros impresos. Sin embargo, aumentar del modo antes descrito los puntos de contacto con esas poblaciones para alcanzarlas con una oferta diversa, actual y atractiva, podría significar un quiebre y no una transición en la asignación presupuestaria de las compras.

210. Por otra parte, estas compras del Estado estarán cada vez más sujetas al despliegue de los programas de inclusión digital, especialmente, en el ámbito escolar. Prácticamente cualquier modalidad de inclusión digital escolar implica un potencial aumento de la demanda de contenidos digitales, inclusive los programas con laboratorios móviles.
211. Las formas que adoptan las compras del Estado establecen estándares para el desarrollo de la industria. En materia de contenidos digitales, se revela un desarrollo incipiente e inexperto del mercado. Como se sabe, los modelos de monetización de los intercambios comerciales entre privados en la web han sido mayormente fracasos en el pasado y los actuales son demasiado imperfectos. En la región, las especificaciones técnicas (formatos, disposiciones técnicas, criterios de usabilidad, estructura de metadatos, etc.) que el Estado determine acabarán influyendo de manera decisiva en los intercambios comerciales entre privados. En los aspectos técnicos, los gobiernos de la región deberían interesarse por los estándares internacionales ya que estos jugarán un rol más dominante que en otras aplicaciones técnicas (formatos de los pliegos de papel), sobre todo cuando se trata de compras gubernamentales con financiamiento internacional. Es ineludible el papel del Estado en la producción y difusión de manuales de buenas prácticas para la gestión de obras intelectuales, en general,

y más aún de las prácticas vinculadas con la negociación de derechos en los procesos de compras públicas de contenidos digitales. Además, en un mercado de contenidos digitales donde no existe piso ni techo para los precios, las compras gubernamentales acababan fijando un antecedente.

212. Asimismo, el Estado puede aprovechar la situación para revisar algunos de los principios básicos empleados para determinar las compras, como el que establece una selección exclusivamente sustentada en la opinión de prescriptores, ya sea mediante su relevamiento y una compra centralizada, ya sea mediante la descentralización de la decisión hacia los bibliotecarios (cheques de compra que el bibliotecario decida en qué y cómo invertir). La decisión de qué comprar suele fundarse en la opinión de los administradores públicos y su articulación con la de los prescriptores, un modelo fundado más en la discrecionalidad de algunos actores que en una cosmovisión de la experiencia de lectura. Por un lado, podría procederse analizando el rol que pueden jugar los usuarios finales de las bibliotecas en la toma de decisión y, por otro, poniendo en perspectiva las experiencias de promoción fuera de las bibliotecas y escuelas mediante «bonos culturales» de compra, los cuales permiten a los usuarios-lectores adquirir libros solamente o libros y otros contenidos culturales. Habrá que precisar el objetivo de estas iniciativas (bonos culturales), sobre todo, entre los segmentos más vulnerables socialmente y entre los más jóvenes, entendiendo que cualquiera de estas operaciones los activa como «consumidores». Por otra parte, cabe revisar las formas que suelen adoptar las compras gubernamentales como agregado de valor en la integración de la cadena industrial, más concretamente, en el papel que juegan las librerías. En la medida en que las compras se sustentan en la idea de que la desintermediación conduce al mejor precio, las librerías quedarán excluidas del circuito, con las consecuencias que ello puede tener para la revalorización de la cadena en un momento de transición en el que bibliotecas y librerías afrontan una situación de mayor debilidad provisional.
213. En síntesis, las compras gubernamentales seguirán representando el principal fomento a la bibliodiversidad en la medida en que: i)

garanticen la participación de las editoriales regionales y locales en la selección y en las compras; ii) promuevan a un rol protagónico a los bibliotecarios y usuarios en la selección de las colecciones para sus bibliotecas; iii) más allá de asegurarse el precio más bajo posible, consideren el costo de producción y el margen de beneficio de la cadena de valor; iv) observen y gestionen, en el marco del paradigma digital, los alcances y limitaciones de la autorregulación como forma inclusiva de la cadena de valor, en especial, de las librerías.

214. Las estrategias deben tender a establecer los vínculos apropiados con la nueva etapa de desarrollo del sector editorial, en la que los e-books desarrollados en la región han de tener un lugar de privilegio en las políticas y presupuestos del sector cultural y educativo en todos los niveles. Si las estrategias específicas de transición que el sector desarrolla no obtienen las condiciones apropiadas de acompañamiento (financiamiento directo e indirecto ajustado en tiempo y forma a las realidades de la industria y a las políticas de Estado en materia de educación), podría asistirse a una acción combinada de, por un lado, forzadas adaptaciones originadas desde el exterior de las industrias culturales y, por otro, una competencia desleal con contenidos no profesionales. En ese caso, los efectos no deseados podrían incluso dar lugar a la debacle de la industria regional.

Hacer visible lo que no lo es

215. La visibilidad en el nuevo ecosistema está regulada casi por completo por actores sociales privados, escasa o nulamente regulados por los Estados. En esos entornos, el rol de los gobiernos está prácticamente reservado a la regulación de los intercambios entre privados y al de contralor tributario. La visibilidad será un factor cada vez más crítico ya que todas las previsiones dejan en evidencia un crecimiento exponencial de la oferta. Si bien en el mundo analógico de los átomos, existen serias limitaciones para hacer visible la oferta y superar las diferencias notables según el poder de fuego comercial y de marketing entre editoriales, en el mundo digital la cuestión se hace más crítica y la brecha de visibilidad puede incluso aumentar a favor de los más grandes.

216. Mientras que la actual tendencia a la sobreproducción editorial no conlleva una sobreoferta en la medida en que el producto impreso sigue las reglas de la visibilidad de los canales tradicionales, la oferta híbrida o combinada (impreso+digital) se somete a reglas diferentes de visibilidad. Si bien aparentemente cualquier usuario de la red es susceptible de convertirse en emisor en el nuevo ecosistema, la visibilidad de lo que publica estará en función de sus características empáticas para incluirse entre las formas de circular y consumir contenidos en la web (apertura, participación, colaboración), así como de sus capacidades para emerger de la competencia despiadada con abundantes contenidos no-comerciales, generados muchas veces por «autores invisibles» y usuarios que completan, modifican o alteran contenidos de terceros. La visibilidad está en gran parte regulada por las nuevas mediaciones, el modelo de negocio de los nuevos actores sociales y el incremento progresivo de la valoración social de la opinión de los usuarios («democratización» de la web) con la consecuente pérdida de valor de las formas tradicionales de recomendación.
217. Como fue tratado en un apartado anterior, la teoría de la larga cola, que busca explicar el desarrollo de los segmentos de nicho y tiende a sobrevalorar el poder del paradigma digital para hacer visible aquel producto que no encontraba edición en el mundo impreso, ha demostrado en términos de modelo sectorial que las cosas no funcionan como era de prever. No solo los superbestsellers son cada vez más escasos y el «campo medio» ocupado por los productos de mediana tirada tiende a perder fuerza frente al universo de los «nichos», sino que el resultado sistémico se presenta ambivalente.
218. Por supuesto, una variedad de fuentes creativas ha podido encontrar públicos para fundar nuevos negocios basados en la colaboración económica entre autor y lectores, guionistas y televidentes. Pero la sobredisponibilidad de contenidos digitales y en línea acabó por imponer a los usuarios el empleo de un intermediario que, a cambio de una contraprestación no monetaria, como el consumo de publicidad, le ofrece una «vista» de la web compuesta de una jerarquización que necesariamente tiene implicancias

económicas para las industrias de contenidos y efectos culturales para la población usuaria.

219. En este sentido, el papel del Estado puede revelarse como refundacional respecto de la cadena de valor, al interesarse por la visibilidad del producto de la creatividad, como lo hace respecto de las producciones cinematográficas y televisivas. En el ámbito del cine, ya sea mediante una regulación de la distribución, ya sea mediante un tejido de salas de exhibición propias, participa de manera directa en cómo el producto se hace visible para sus potenciales públicos. Ni la logística de la visibilidad ni las prácticas de los usuarios dejan prever algo similar para la producción de bienes simbólicos en su traslación al mundo digital, donde distribuir y exhibir pierden el sentido que tuvieron. En ese contexto, el rol que puede ejercer el Estado es una materia disputada. Desarrollar políticas públicas en la transición implica dejar de lado toda tentación de entender la regulación como una posibilidad de legitimar la censura previa o la discriminación positiva, tanto como dejar de ver en la autorregulación del mercado la única solución viable. La cultura digital no es inocua desde el punto de vista ideológico, como no lo es ninguna política pública de regulación de los contenidos accesibles a través de las redes, incluso la política que consiste en el *laissez-faire*. Es conveniente reconocer las limitaciones de la regulación y de la autorregulación, interpellando las vías desarrolladas en el paradigma tradicional, bajo la óptica de los nuevos paradigmas, en especial, de los efectos de los oligopolios en la principal intermediación que es la catalogación y la jerarquización de los contenidos en las «vistas». Lo urgente pasa por debatir acerca de la mejor combinación posible entre regulación y autorregulación, reconociendo lo que a cada una de ellas se le puede exigir en favor de un ejercicio responsable de la libertad en la producción, distribución y acceso a los contenidos. El posicionamiento del libro en los nuevos escenarios de consumo será fundamental para la transición del concepto de lectura hacia un nivel superador y más integrador de las formas que adopta en la transmedialidad. En ese sentido, la tasa de conversión de producción a oferta es ampliamente deudora de la visibilidad, tanto en el interior como en el exterior de la cadena de

valor, en el contacto con los potenciales públicos. De ahí la importancia del catálogo nacional y de los metacatálogos o catálogos regionales.

220. La transición digital abre nuevas oportunidades y desafíos para el desarrollo de la industria en el marco de un proceso de integración de mercados, más allá de las fronteras culturales y lingüísticas dentro de las cuales opera la industria regional. El desafío de alcance desconocido que supone la era digital no puede afrontarse sin políticas públicas pertinentes que reconsideren las bases de participación del Estado en la promoción de la industria fuera de las fronteras. Bajo el paradigma tradicional, el rol activo del Estado en la promoción de los intercambios culturales ha sido fundamental. En la transición actual, el camino parece abrirse hacia la combinación de estrategias, incluyendo un fuerte énfasis en los intercambios comerciales hacia la región, pero también hacia afuera, considerando el intercambio Sur-Sur como una fuente de riqueza aún muy poco explorada. Bajo el paradigma digital, sobreproducción mediante, la visibilidad dentro de la cadena de valor regional y hacia el usuario final se convertirá en un factor crítico. Los catálogos regionales, respecto de los cuales el Estado tiene un poder de convocatoria y un rol protagónico en su implementación, pueden potenciar la integración de la cadena de valor a nivel regional, ofreciendo nuevas oportunidades a la creatividad local y a la competitividad de la industria. En ello pueden cooperar la visión multilateralista de los intercambios culturales, las políticas culturales adoptadas en el marco de una cosmovisión más amplia que la mirada economicista que suele regir sobre los organismos de integración, y el rol de los organismos intergubernamentales, como el CERLALC-UNESCO.

Los programas de inclusión digital

221. Una de las problemáticas de mayor significación para el sector proviene de dos tendencias observables en el análisis de la mayoría de los programas de inclusión. Por un lado, la tecnología dura (hardware) tiene una participación mayor en los presupuestos económicos respecto de la tecnología blanda (software) y de la conectividad (servicios de acceso). Por otro, la tecnología, en

general, está mucho mejor representada en los presupuestos que los contenidos y la capacitación de quienes deben liderar el cambio, tan indispensables el uno como el otro. En general, la capacitación, incorporada tardíamente, es reducida a un rol secundario, y los contenidos, cuando son considerados, hacen parte de una misión posterior más vinculada con el financiamiento nacional que con el internacional, lo que tiene un lado negativo desde el punto de vista de la inversión y otro que lo es menos al tratarse de una mirada más anclada culturalmente.

222. Para percibir el rol que juegan en la transición de la industria, es suficiente con analizar los presupuestos estatales y las adjudicaciones de equipamiento de educación digital que se llevan a cabo en Latinoamérica. Tres cuartas partes de la inversión acaba en equipamiento, lo que sumado al porcentaje de inversión en acondicionamiento edilicio e infraestructura técnica específica, cableado eléctrico y soporte para la conectividad, deja menos del 10% para otras actividades, como la capacitación docente u otras inversiones, como las compras de contenidos. Esto revela y advierte sobre la preeminencia de la visión tecnocentrista sobre otras miradas. Si además tenemos en cuenta que estas inversiones tendrán otros costos operativos y corrientes, como el del mantenimiento, el servicio de conectividad, el de la protección y la reposición por fallas, robo o vandalismo, entre otros, se observa el escaso margen de maniobra que le queda al Estado para gestionar los contenidos en la nueva cadena de valor. En algunos casos, esos costos adicionales podrían llegar a ser del orden de entre treinta y cincuenta por ciento del costo total del proyecto durante toda su duración. No solo es preocupante para la industria de los contenidos a corto plazo, sino que, desde esta perspectiva, cabe preocuparse por el financiamiento a largo plazo. Adoptar un programa nacional de inclusión digital escolar tiene implicancias a corto, mediano y largo plazo. Exige imponer a los presupuestos futuros un duro cargo para su renovación. Considerando la impronta del paradigma digital, es pertinente asegurarse de que la actualización de los mediadores (bibliotecarios y otros promotores de la lectura) y de los líderes del cambio (los docentes en el aula) tenga un lugar presupuestario a la altura de los desafíos. El paradigma

digital se introduce con tanta fuerza en el ámbito educativo que es inevitable pensar alternadamente en los efectos positivos y negativos a mediano plazo.

223. La demanda gubernamental no escapa a los criterios generales de consumo de la población internauta. La oferta de contenidos abiertos y de acceso gratuito en la red juega un rol determinante cuyo valor relativo probablemente se incrementará. Una estrategia conjunta público-privada es indispensable tanto a favor de las competencias digitales de los docentes como de la curaduría de los contenidos abiertos. Por un lado, toda transición requiere líderes. En este caso, es evidente que el beneplácito y compromiso de los docentes como líderes del cambio es fundamental para el éxito de los programas. Por otro, será definitoria la actitud de todos los actores sociales que participan de la cadena de valor del libro acerca de cómo integrar sus productos y servicios, para contribuir en la inserción del libro impreso y de otros contenidos editoriales en las nuevas experiencias de lectura escolar en el marco de estos programas gubernamentales. En este sentido, la determinación del precio será un factor clave no solo en la evolución de los mercados, sino también en cómo el Estado promueve, acelera o ralentiza la digitalización de la lectura, dentro y fuera del aula. No existe un mercado de contenidos digitales en la medida que no hay precio de referencia, lo que implicará, probablemente, una mayor dinámica y flexibilidad por parte del sector.
224. Extrañamente, los docentes-bibliotecarios y las bibliotecas como espacios de promoción de la lectura suelen participar escasamente de estas estrategias. A veces se dan circunstancias que sitúan el espacio y los actores sociales a mitad de camino entre la exclusión y la autoexclusión. Los programas de inclusión digital representan una gran oportunidad para la tan demandada resignificación de las bibliotecas. Es evidente que es cada vez más difícil vincular a los alumnos con la biblioteca escolar, cuando la hay, y con las bibliotecas en general, cuando estas existen en su proximidad. Desperdiciar la oportunidad que brindan los programas de inclusión digital escolar sería malograr una ocasión valiosa con respecto a la esperada revalorización de la biblioteca. Para ello, es obvio que la biblioteca —no solo como espacio, sino también como «tiempo

de lectura» y servicio— debe estar dispuesta a asumir el ser parte integrante de un proyecto en el que los nuevos lenguajes y soportes requieren nuevas competencias lectoras. A favor del cambio, la biblioteca podría incidir en el anclaje local y en el entrecruzamiento más eficiente de los programas de promoción de la lectura con otros programas, principalmente, el de educación en medios, además de abrirse decididamente hacia las nuevas alfabetizaciones. Los bibliotecarios, a su vez, pueden jugar un rol protagónico en la gestión de los contenidos digitales y de los accesos a los servidores escolares. Estas nuevas competencias institucionales requieren perfiles que intersecten conocimientos técnicos con competencias culturales. En la resignificación de las bibliotecas, los planes de estudio de las carreras de formación superior de bibliotecarios y los planes de actualización requieren una revisión de contenidos y objetivos.

225. Todos los participantes de la comunidad escolar son necesarios para alcanzar los objetivos de los programas escolares de inclusión digital. Las familias también lo son. En definitiva, muchos de esos nuevos dispositivos penetran en hogares de bajos recursos económicos donde los niños no vieron nunca a los progenitores con un libro o un diario en las manos. El valor simbólico y mediático del dispositivo computacional supera el del manual de texto escolar y del libro en general. Si se entiende la lectura en esos nuevos escenarios, se pueden ver los nuevos roles del docente y de los bibliotecarios, pero también el papel de las familias en el uso responsable de la red y en el consumo de contenidos culturales. En este sentido, las políticas deberían considerar la necesidad de un nuevo pacto educativo del que no podría excluirse la lectura.
226. Puestos en perspectiva, los escenarios de la lectura parecen indicar que el ciudadano será cada vez más dependiente de las combinaciones de competencias sobre las que el sistema cultural mediático opera de manera integrada —competencias que el sistema bibliotecario y educativo gestiona por separado—. En la práctica, hacia el público, en general, y hacia el público escolar, en especial, las competencias tradicionales son estimuladas por programas gubernamentales diferentes que, generalmente, funcionan bajo paradigmas estancos: i) los programas de promoción

de la lectura vinculada al soporte libro; ii) los programas de educación en medios orientados a estimular la recepción crítica de los medios impresos y de la televisión, y iii) los programas de alfabetización o inclusión digital que deben ocuparse de las competencias relacionadas con una apropiación significativa de las TIC para producir y compartir conocimientos. A estas tres líneas de trabajo que, *a priori*, corresponden a diferentes etapas de escolaridad, conciernen tres dimensiones competenciales: i) las de acceso y uso; ii) las relacionadas con la comprensión crítica, y iii) las comunicativas y de producción creativa. La transmedialidad y el acceso ubicuo a casi todo tipo de contenido, desde casi todos los dispositivos, implican renovar los programas públicos poniéndolos en proximidad, integrándolos bajo una perspectiva convergente.

Los indicadores de lectura

227. Esta industria, que según el subsector editorial puede incluirse con más facilidad en las vicisitudes del mundo del entretenimiento o del conocimiento, según el caso, parece encontrarse frente a desafíos impensados hace poco más de una década. Que su crecimiento en términos relativos sea similar o inferior a las tasas de crecimiento socio-demográfico es significativo, pero lo es más aún cuando se observan las evaluaciones de los programas de promoción de la lectura y de las encuestas nacionales de lectura. Un mayoría de estos documentos evidencian cierta ambigüedad cuando no un decrecimiento en algunos indicadores, justo en el momento en el que emergen nuevos escenarios transicionales para la práctica de la lectura. Al mismo tiempo, se refuerza la idea de que con los indicadores tradicionales no se representa acabadamente lo que ocurre.
228. Se evidencia cada vez con más énfasis la necesidad de vincular en la observación de la realidad, las prácticas de la lectura con la escritura. Los nuevos escenarios, en los que se incluyen más dispositivos y se inscriben nuevas prácticas híbridas y transmediales de producción y consumo, demandan reconocer la necesidad de nuevas competencias «lectoras». Asimismo, la relación entre lectura y escritura entra en una nueva fase, impulsada por usuarios

que entremezclan las dos prácticas, alternando como nunca antes entre ambas. Nuevas y tradicionales competencias de lectura-escritura. No necesariamente esto conduce al desarrollo de nuevos indicadores de medición para las encuestas sobre lectura y para la evaluación de los programas de promoción. Sin embargo, es casi seguro que esto implique una revisión y rearticulación de los indicadores para dar cuenta de mejor manera de lo que está ocurriendo y mostrar algunos indicios de cómo progresar ahí donde no se están obteniendo los resultados esperados. Utilizar unidades de medición más actuales, como la de dedicación o de consumo de tiempo, puede mejorar la percepción de lo que acontece. En los nuevos contextos en los que se apilan los medios y se solapan los consumos, algunas unidades tradicionales no parecen las más oportunas. Ni las unidades comerciales (libros), ni los contextos de lectura considerados en las encuestas parecen servir para revelar todas las realidades con el detalle que se necesita a fin de rediseñar los planes de gobierno. Algunos indicadores vinculados con los contextos merecerán una desagregación, mientras que otros deberán apelar a una mayor integración con nuevos indicadores o con indicadores externos (búsquedas en el nuevo ecosistema). Las prácticas de lectura se han extendido a múltiples soportes, incluso fuera del sistema de pantallas más tradicionales como la computadora de escritorio (trabajo, cibercafé, centro comunitario) y el televisor, cada vez más leído (videografía, cintas dinámicas, autopromoción). Este tipo de relevamiento implica una complejización de las encuestas y de las evaluaciones, acorde con el nivel de sofisticación que están adquiriendo los nuevos escenarios. Al mismo tiempo, demanda una mayor integración de indicadores en nuevos índices que superen el nivel descriptivo con la intención de alcanzar un nivel explicativo de los fenómenos en curso. Evaluar políticas públicas de educación y cultura demanda además un esfuerzo de integración de indicadores de lectura con otros indicadores culturales, educativos y de desarrollo social.

- 229.** El uso sistemático de indicadores es indispensable a la gestión de los cambios. Más y mejor evaluación es condición para la buena gestión. En un momento en el que los gobiernos de la región

acentúan su interés por la economía de los medios y las cuentas de la cultura, la evaluación permanente deviene una necesidad. Esto podría implicar un rediseño de las encuestas de lectura y repensar la evaluación que se realiza de las campañas de promoción. Sigue siendo fundamental la sistematización (metodicidad, automaticidad, integridad de los datos) en el uso de estas herramientas de medición.

Recomendaciones para políticas públicas

Contexto global y regional: su caracterización

Competitividad

1. Promover la elaboración de un catálogo nacional y velar por la organización de la oferta de derechos de autor disponibles para la venta.
2. Acompañar con recursos e incentivos directos los esfuerzos privados por hacer visible en Internet la oferta de contenidos editoriales de la región.
3. Fomentar la construcción de una base de datos sobre los libros (metadatos de la obra y de las partes susceptibles de negociación) y los derechohabientes, organizada y estructurada bajo estándares reconocidos internacionalmente, a partir del entrecruzamiento de diversos tipos de registros y licenciamientos.
4. Fomentar en las redes la visibilidad del catálogo de las editoriales de las universidades y otros organismos públicos, e incentivar su promoción y las ventas a través de plataformas especializadas.
5. Incentivar el establecimiento y la actualización de bases de datos sobre editoriales y librerías, así como sobre creativos, ilustradores, compositores, intérpretes, guionistas, profesionales y prestadores de servicios, agentes literarios, especialistas del derecho y capacitadores, entre otros.

6. Acelerar, mediante incentivos, la reconversión de los fondos editoriales a formatos digitales y su integración en los catálogos nacionales.
7. Incentivar con financiamiento la renovación de las tecnologías de producción, edición y distribución, así como la capacitación de los recursos humanos vinculados al sector.
8. Impulsar con financiamiento la implementación de plataformas de venta en los sitios web de las librerías y de aplicaciones comerciales de las librerías en las plataformas de comercialización de contenidos para dispositivos móviles.
9. Elaborar manuales de buenas prácticas y usos para facilitar la incorporación de las ediciones locales a las plataformas digitales de venta.
10. Promover los debates acerca de modelos de negocio que combinen acceso libre y de pago, estrategias de promoción de la creatividad mediante el acceso libre a parte de los contenidos, estrategias de uso limitado y de protección de derechos intelectuales e industriales.
11. Velar por la igualdad de oportunidades en el acceso, a través de la web, a los libros y a los contenidos en general, operando sobre la visibilidad de las ediciones locales, en especial, de las ediciones independientes y alternativas, y sobre los riesgos de concentración.
12. Amplificar el valor social, cultural y económico de las ediciones independientes y alternativas (no comerciales) mediante la promoción de emprendimientos, la utilización de las incubadoras públicas y privadas y el voluntariado social.
13. Impulsar la integración de la información de las sociedades de gestión colectiva de derechos con el fin de maximizar las posibilidades de interacción entre sectores de la economía creativa.
14. Sostener las entidades gremiales y profesionales del sector en el rol de interlocutores privilegiados para el debate y la búsqueda de consenso sobre el diseño de políticas públicas.
15. Incentivar la transversalidad entre industrias culturales, las sinergias y la asociatividad, con el propósito de poner en valor toda la potencia creativa local.
16. Incentivar el desarrollo de los mercados de industrias culturales en los países y en la región como una fuente de enriquecimiento creativo y productivo transversal a los sectores, y como dinamizador de nuevas formas de integración horizontal y vertical de los mercados.

17. Estimular la creación de foros de debate sobre problemáticas comunes entre entidades representativas del sector y de otras industrias culturales.

El rol de las traducciones

18. Estimular las editoriales regionales a la compra de derechos de autor para traducción y publicación en el mercado hispanohablante.
19. Incentivar con estímulos económicos la traducción y publicación de autores de la región por parte de editoriales extranjeras.
20. Impulsar la traducción y coedición entre editoriales regionales, así como entre editoriales regionales y editoriales extranjeras.
21. Promover la traducción y distribución regional e internacional de las obras publicadas en las lenguas originarias de la región.
22. Estimular mediante el financiamiento la traducción de contenidos de promoción y de primeros capítulos, así como la producción de book-trailers y otras piezas promocionales, especialmente, aquellas que pueden potenciar la visibilidad en la web.
23. Fortalecimiento de los programas de formación profesional en el campo de la traducción literaria.

El valor de las coediciones

24. Apoyar con incentivos económicos la coedición con editoriales extranjeras en lenguas diferentes al español, para promover la traducción de autores de la región.
25. Difundir las ventajas de la coedición como un vector de integración cultural de la región.
26. Difundir los modelos y manuales de buenas prácticas para la coedición.
27. Desarrollar programas de estímulo fiscal para la traducción y la compra de derechos destinados a la coedición local.
28. Impulsar proyectos de coedición entre los organismos de gobierno y editoriales privadas, en el marco de un esfuerzo conjunto por el acceso a la información pública.
29. Impulsar proyectos de coedición regional entre editoriales universitarias como una manera de ampliar los medios de difusión del conocimiento científico generado en la región.

El comercio internacional

30. Estimular los organismos de promoción de las exportaciones a fin de organizar ruedas de negocios regionales para la negociación de derechos de autor.
31. Promover alianzas entre editores de la región para tener presencia en las ferias internacionales y en los espacios de negociación de derechos de autor, en colaboración con los organismos de promoción del comercio exterior.
32. Promover el comercio intra-regional del libro, a través del estímulo al flujo de intercambios entre las ediciones en español y en portugués.
33. Promover en los mercados internacionales los títulos traducidos fuera de la región, sobre todo, en el mundo anglosajón.
34. Promocionar los intercambios culturales Sur-Sur, las traducciones y las coediciones.
35. Desarrollar instrumentos específicos para el comercio de libros con países que se encuentran por fuera de los circuitos financieros internacionales.
36. Incentivar el reconocimiento del valor de los metadatos para abordar los mercados extranjeros, especialmente en el flujo español-portugués.
37. Promover el desarrollo de agencias literarias locales y la representación de la creatividad regional a través de redes de agencias.

Las competencias profesionales

38. Crear o actualizar los planes de formación superior y universitaria para todos los profesionales de la industria, teniendo en cuenta los saberes prácticos y teóricos vinculados a los roles que demanda la nueva cadena de valor.
39. Fortalecer las acciones de capacitación continua, en modalidad presencial y mediatizada, de los agentes de toda la cadena de valor, con énfasis en aquellas técnicas y aquellos métodos necesarios para la mejora permanente de los procesos de producción y distribución sustentados en tecnologías digitales.
40. Promover la formación de los editores en la gestión integral de proyectos multimedia y transmedia.
41. Promover la actualización de los agentes literarios en la negociación de las formas de explotación de las obras en entornos digitales.

42. Desarrollar acciones de sensibilización y capacitación de autores, editores y titulares de derechos, en general, para la negociación de los derechos de autor sobre las expresiones literarias y artísticas.

Entorno tecnológico

La conectividad y el acceso al conocimiento como derecho social

43. Promover el debate acerca del acceso a Internet como un «derecho fundamental» de la población, a la vez derecho social y cultural, partiendo de sus efectos sobre la democratización en el acceso a la información, la libre expresión, la diversidad en la producción y los consumos culturales y la participación ciudadana.
44. Compatibilizar las políticas de conectividad social y de inclusión digital con las de promoción de la lectura, reconociendo que ambas juegan un papel protagónico en la participación ciudadana.
45. Redefinir las políticas de acceso e inclusión digital en lugares públicos teniendo en cuenta el valor de los contenidos, el rol de los catálogos curados y el valor social, cultural y económico de los buscadores (tecnologías preinstaladas) de información en las redes.
46. Sensibilizar los públicos destinatarios mediante campañas de difusión acerca del uso responsable de las redes, y, en especial, a los más jóvenes, acerca de la relación con el nuevo ecosistema digital en el que la publicidad connota los intercambios comunicativos y los consumos culturales.
47. Estimular la diversidad de contenidos en las redes, especialmente, promocionar el acceso a obras digitalizadas en las lenguas originarias de la región.

Los nuevos jugadores

48. Promover el debate acerca de las interacciones entre la lógica de las industrias de flujo y acceso (conectividad y tecnologías) y la lógica de la industria editorial (contenidos), en beneficio de la neutralidad de las redes respecto de los contenidos, de la promoción de la creatividad y la preservación de sus derechos, así como de la sustentabilidad de la cadena de valor sectorial.

49. Promover el debate sobre la regulación de las previsualizaciones y de todas las formas de exhibición parcial en formato digital no autorizadas expresamente por los derechohabientes.
50. Promover el debate acerca de los derechos del usuario de redes digitales, en relación con la protección de sus datos privados en las plataformas de distribución de contenidos.
51. Estimular el debate acerca de las disposiciones legales, fiscales y técnicas que deben cumplir las plataformas de intercambio de contenidos y servicios no residentes.

Lectura y escritura como herramientas para la democracia

Los programas de promoción de la lectura

52. Dinamizar el ritmo de crecimiento de la inversión en promoción de la lectura para alcanzar una tasa igual o superior a la del crecimiento económico regional.
53. Impulsar una amplia revisión de los principios y postulados que sustentan los programas de promoción de la lectura y el libro, a la luz de los resultados obtenidos y de los nuevos escenarios de lectura transmedial, a fin de optimizar el rendimiento de los recursos.
54. Velar por el establecimiento y cumplimiento de planes de mejora continua en los programas de promoción de la lectura, con el propósito de mejorar las capacidades de lectura y escritura en la población, trascendiendo las simples acciones de alfabetización.
55. Explorar nuevas formas de comunicar los planes de lectura y de desplegar su influencia en el territorio, empleando todos los medios de comunicación, entre ellos, las redes sociales.
56. Incentivar y evaluar nuevas experiencias innovadoras, sobre todo, las iniciativas comunitarias y las basadas en voluntariado social.
57. Estimular las actividades y campañas de promoción de la lectura que integren, según el contexto, las lenguas originarias y el español, portugués y otras lenguas de uso generalizado.
58. Establecer criterios para la promoción de la lectura y la disponibilidad de libros en lenguas originarias y otras de uso generalizado, diferentes del español y portugués, cuando se trata de poblaciones tradicionalmente expuestas a esas lenguas y que son usuarias

cotidianas de las mismas, aun cuando no sean oficiales, nacionales o constitucionales.

59. Estimular el voluntariado social para la promoción de la lectura, sobre todo, entre estudiantes universitarios y adultos mayores.
60. Estimular en las universidades el fomento a la lectura con acciones específicas y coordinadas que promuevan la comprensión lectora en diversos idiomas, y la producción escrita en modo colaborativo, incluso mediante redes interuniversitarias.
61. Desarrollar programas, desde las bibliotecas, la escuela y otros espacios institucionales para estimular la lectura en la primera infancia, incluyendo prácticas de educación artística y oralidad, así como también formación para mediadores y estímulos para las familias.
62. Fomentar acciones de promoción de la lectura en las familias, sobre todo en áreas aisladas y de vulnerabilidad social, creando ambientes y vínculos favorables para la experiencia de la lectura entre padres e hijos.
63. Ampliar la integración de las estrategias de promoción de la lectura y el libro que se realizan en las diferentes divisiones territoriales.
64. Incentivar las iniciativas privadas bajo las diversas formas de responsabilidad social empresarial y de mecenazgo, y ampliar los niveles de colaboración entre privados y Estado.

Las nuevas alfabetizaciones

65. Promover una coordinación, bajo una perspectiva convergente, de las metas e instrumentos de los programas de promoción de la lectura vinculada al soporte libro; los programas de educación en medios orientados a estimular la recepción crítica de los medios impresos y de la televisión, y los programas de alfabetización o inclusión digital sobre una apropiación significativa de las TIC para producir y compartir conocimientos, actualizando y enriqueciendo las alfabetizaciones, evitando divisiones que en las prácticas sociales de producción y consumo cultural no se dan.
66. Incluir, en los programas de alfabetización e inclusión digital, de educación en medios y promoción de la lectura, aspectos vinculados a la formación en valores que permitan reinterpretar las relaciones mediatizadas con los contenidos culturales y con otros usuarios en

los entornos digitales no controlados, así como sobre las formas que adquiere la creatividad y la colaboración en red y sus implicancias.

La promoción de la accesibilidad al libro y a la lectura

67. Fomentar la promoción de la lectura fuera de las bibliotecas y escuelas mediante la distribución gratuita de libros para escolares y colecciones especialmente desarrolladas para la creación de bibliotecas hogareñas, la distribución de «bonos culturales» y otras formas alternativas de subsidiar el consumo, sobre todo, entre los más jóvenes.
68. Velar para que la promoción de la lectura mediante incentivos directos (p.e., bonos, descuentos especiales) a la adquisición de libros o el licenciamiento de contenidos digitales responda a criterios que consideren las implicancias para los segmentos más vulnerables socialmente y los jóvenes de activarlos o introducirlos en operaciones comerciales como ciudadanos-consumidores.

Los mediadores

La resignificación de las bibliotecas

69. Sostener el rol protagónico de la biblioteca en la promoción de la lectura mediante presupuestos actualizados para su mejor posicionamiento en el imaginario colectivo y para la renovación de sus contenidos y competencias culturales.
70. Expandir los alcances de su función cultural y social a partir de una revisión de los principios y postulados bibliotecarios, sobre todo, considerando su rol como agente cultural, que activa el interés por descubrir y conocer empleando la lectura como herramienta; como estimulador de la investigación y del estudio; como agente de promoción de la innovación aplicada a las experiencias de lectura, prestador de servicios de acceso ubicuo al conocimiento, y componente dinamizador y regulador de los intercambios simbólicos distribuidos entre usuarios (servidores, aulas, alumnos, docentes).
71. Recaracterizar las disposiciones estéticas, ergonómicas, organizativas y de servicios de préstamos y acceso a los contenidos, partiendo de la hipótesis de que los usuarios no se relacionan

únicamente con un espacio físico, sino con un espacio simbólico en el marco de una cultura tendiente a los intercambios mediatizados y remotos y a las prácticas compartidas.

72. Incentivar la exploración de mejoras de la experiencia de visita mediante una facilitación de la consulta parcial del contenido digital, de las recomendaciones y comentarios de lectores previos, así como también de la ampliación de la información sobre el libro y sobre otros recursos que podrían interesar al usuario.
73. Ampliar los servicios bibliotecarios de proximidad (envío, entrega, retiro) para alcanzar la mayor diversidad posible de contextos de lectura, aun para las condiciones de recepción más adversas y aisladas (hospitales, residencias de mayores, establecimientos de reclusión temporaria), y en espacios no convencionales.
74. Velar por la accesibilidad a las instalaciones bibliotecarias para personas con discapacidades.
75. Expandir los servicios bibliotecarios con estrategias que combinen contenidos, tecnologías de soporte (dispositivos móviles como tabletas y teléfonos inteligentes) y espacios de lectura con disposiciones apropiadas para personas cuyas discapacidades les imponen barreras a la lectura tradicional.
76. Transformar las bibliotecas en un agente local responsable de articular los programas de promoción de la lectura con los de educación en medios y de alfabetización e inclusión digital.
77. Integrar las bibliotecas escolares en los programas de inclusión digital como centros de recursos multimediales responsables de la gestión de los contenidos, lo que incluye disposiciones institucionales, legales y normativas, así como la curaduría y la regulación de las prácticas de acceso remoto.
78. Promover la coordinación de las bibliotecas escolares en los distritos y jurisdicciones del sistema educativo para facilitar el intercambio de libros y garantizar las oportunidades de lectura en todos los soportes posibles, poniendo especial énfasis en mejorar el acceso de los estudiantes de los establecimientos que no disponen de biblioteca.
79. Establecer, aplicar y mantener actualizadas las normas y estatutos administrativos que regulan las actividades de las bibliotecas escolares y del sistema jurisdiccional que las coordina.

80. Facilitar las condiciones de acceso a la literatura regional a través de las bibliotecas escolares, mediante la gestión de colecciones digitales de autores de la región.
81. Enriquecer la oferta de contenidos y dinamizar el posicionamiento de las bibliotecas públicas en el ecosistema cultural-mediático, a través del acceso en línea a los contenidos producidos por los entes gubernamentales y por los sistemas nacionales de medios de comunicación.
82. Promover las bibliotecas públicas como agentes de integración de los acervos culturales locales, mediante el desarrollo de vínculos remotos y presenciales con otros agentes culturales públicos y privados de la zona de influencia, incorporando y gestionando contenidos impresos y registros sonoros y audiovisuales de la producción cultural local a partir de criterios preestablecidos a tal efecto.
83. Revisar el despliegue territorial del sistema bibliotecario y las intersecciones de la oferta pública, comunitaria y privada, considerando los resultados de las evaluaciones, el desarrollo y planificación de los programas de promoción de la lectura, la disposición actualizada del sistema escolar, los espacios físicos y la cantidad y pertinencia de la localización de recursos bibliográficos y tecnológicos.
84. Crear, desarrollar y mantener un sistema nacional de coordinación de las bibliotecas públicas, sustentado en plataformas digitales, que promueva la visibilidad e intercambio de experiencias innovadoras y sirvan como entornos virtuales de capacitación.
85. Promover la mayor integración local entre bibliotecas públicas y otros agentes culturales, en especial, museos y espacios de producción y difusión cultural, mediante alianzas y programas de acción coordinados y compartidos.
86. Garantizar, al menos, una biblioteca pública en todos los distritos y jurisdicciones escolares del sistema educativo, facilitando así la transición entre la lectura escolar y la posformal.
87. Promover la colaboración entre bibliotecas públicas, entre bibliotecas escolares, y entre ambas, mediante la construcción y mantenimiento de redes nacionales accesibles a través de Internet, para promover el intercambio de recursos y experiencias; la

- coordinación de agendas de servicios y de actividades; la capacitación, actualización y movilidad de los bibliotecarios y para-bibliotecarios, y la evaluación permanente.
88. Promover el vínculo de los servicios digitales de las bibliotecas escolares y públicas con plataformas de gestión de comunidades de aprendizaje.
 89. Coordinar las acciones entre los diferentes niveles de la administración pública, especialmente entre los niveles superiores y los de la gestión municipal y comunal, para optimizar los recursos (bibliográficos, tecnológicos y humanos) destinados a la creación, sostenibilidad y promoción de las bibliotecas públicas en las pequeñas y medianas poblaciones.
 90. Promover la estimulación temprana hacia la lectura en todos los soportes y formatos, con programas específicos en las bibliotecas públicas que motiven las actividades compartidas entre padres y niños, así como la vinculación y movilidad de estos programas con los establecimientos preescolares de la zona de influencia.
 91. Promover la vinculación y la cooperación transfronteriza de las bibliotecas en lenguas originarias, estimulando el intercambio y el acceso remoto a los acervos culturales de esas poblaciones, en todos los registros posibles, escritos y orales.
 92. Explorar combinaciones de estrategias públicas con iniciativas privadas para fortalecer las redes bibliotecarias, promover el intercambio de libros y otros recursos y, sobre todo, la distribución a domicilio o en proximidad de los usuarios-lectores.
 93. Asegurar la conectividad a las redes de las bibliotecas públicas y escolares en las mejores condiciones técnicas posibles, con el propósito de facilitar la transición digital, promover los nuevos servicios y la colaboración en red.
 94. Realizar campañas de promoción de las bibliotecas mediante acciones que visibilicen su doble pertenencia a la comunidad y al sistema cultural, den cuenta de su función social y faciliten el acceso a sus servicios para que el ciudadano pueda redescubrir las.
 95. Promover campañas, programas itinerantes y acciones de larga duración para la revalorización social de las bibliotecas públicas, especialmente diseñados para atraer a los adolescentes y jóvenes adultos, mediante actividades y espacios que promuevan la

creatividad, la participación activa y la colaboración grupal, como la audición, exhibición, edición y producción literaria, plástica y musical.

96. Promover el debate acerca del rol de los servicios de la biblioteca universitaria, especialmente en las universidades públicas, en el marco de una demanda creciente de formación superior en la región, con implicancias presupuestarias y sociales de gran envergadura.
97. Promover acciones específicas de acercamiento entre la biblioteca universitaria y los estudiantes ingresantes.
98. Fortalecer la capacidad de negociación de los editores locales con las empresas multinacionales de prestación de servicios digitales para bibliotecas públicas y universitarias, con el propósito de promover la visibilidad y disponibilidad de los contenidos producidos localmente.
99. Sensibilizar a los organismos internacionales de financiamiento para apoyar los procesos de transición de las bibliotecas públicas, en especial, las transformaciones que requieren su multimediatización y los servicios de acceso ubicuo a los contenidos y recursos.
100. Estimular la producción de informes rutinarios y sistemáticos utilizando estándares homologados capaces de integrarse en un sistema de indicadores nacionales.
101. Enfatizar, en las evaluaciones de las bibliotecas públicas y escolares, el enfoque «centrado en el usuario» y la mirada sobre las prácticas de lectura.

El rol de los mediadores en la transición

102. Promover la actualización permanente de las competencias de los docentes de acuerdo con las necesidades y posibilidades de gestionar recursos digitales en el aula y en la biblioteca escolar, en función del currículo, del contexto social y cultural y del tipo de tecnologías de la información y de la comunicación disponible.
103. Promover la capacitación permanente de los bibliotecarios escolares para la actualización de sus competencias, teniendo en cuenta la gestión de otros tipos de contenidos y tecnologías, la demanda de curaduría respecto de los contenidos abiertos y accesibles a

través de las redes en función del currículo, de la edad y del contexto social y cultural, así como el fortalecimiento de la relación con los docentes a partir de sus necesidades y de una indispensable revalorización del vínculo entre el aula y la biblioteca.

104. Promover la capacitación permanente de los bibliotecarios para la actualización de sus competencias en la búsqueda de un nuevo estatuto como mediador y agente cultural, a partir de las prácticas tradicionales, las necesidades de gestionar otros tipos de recursos y tecnologías y la demanda de curaduría respecto de los contenidos abiertos y accesibles a través de las redes.
105. Recaracterizar la formación de base de los bibliotecarios y de los promotores de la lectura, a través de los contenidos curriculares y de las residencias y prácticas, con la mira puesta en las nuevas formas de lectura y en la hibridez de los consumos culturales, con una particular atención a la creciente transmediatización de las experiencias de lectura.
106. Promover las competencias profesionales de los bibliotecarios para producir y gestionar a través de las redes digitales, comunidades de lectura social y de escritura colaborativa.
107. Promover el rol de los bibliotecarios en la asistencia presencial y remota (personalización, búsquedas, descargas) a los usuarios de dispositivos de lectura dedicados (e-readers) o genéricos (tabletas, teléfonos móviles), sobre todo, de las bibliotecas públicas y comunitarias.
108. Promover la integración de los docentes-bibliotecarios en el diseño contextualizado y en la implementación de los programas escolares de inclusión digital.
109. Promover, en el marco de los estatutos que rigen las actividades de los funcionarios del sistema educativo y cultural, la calificación del personal de las bibliotecas públicas y escolares teniendo en cuenta los saberes pertinentes y las nuevas alfabetizaciones a las que en cada caso coadyuvan.
110. Estimular la investigación bibliotecaria, y su integración en los programas de investigación académica, sobre los consumos y los contextos de lectura, las nuevas narrativas y el uso de servicios y contenidos de enriquecimiento, así como las experiencias prácticas en la incorporación de otros recursos.

La cadena de valor

La integridad de la cadena

111. Auspiciar e incentivar fiscalmente el desarrollo y la implementación de sistemas y métodos de organización que faciliten una mayor integración informacional entre actores sociales del sector de modo que el estado de situación de la cadena resulte transparente, maximizando las oportunidades que brindan las tecnologías para el seguimiento y actualización de la circulación y fomentando la calidad y la integridad de los datos producidos por los puntos de contacto con los públicos.
112. Impulsar un código de buenas prácticas comerciales entre los actores de la cadena.
113. Estimular las ediciones independientes y las ediciones alternativas (no-comerciales) para garantizar la diversidad de la oferta en todos los soportes; promover la pluralidad de lenguas regionales, e incentivar la creatividad y la innovación.
114. Analizar la estructura normativa relacionada con la producción y circulación del libro, con la finalidad de trascender los principios e instrumentos establecidos de fomento industrial y de promoción de la lectura, preservando la identidad del libro entre otros bienes culturales, y adoptando un ordenamiento legal enriquecido por las experiencias del sector y de otras industrias culturales, a la luz del paradigma digital.
115. Velar por el mantenimiento de condiciones tributarias favorables a la circulación del libro (aranceles, impuesto al valor agregado) y promover el mantenimiento de estas condiciones en la circulación de libros electrónicos.
116. Incentivar los proyectos culturales y pedagógicos de oralidad, lectura y escritura, elaborados y desarrollados por las comunidades étnicas en establecimientos etno-educativos y de educación propia, a través de incentivos para la creación, producción y publicación.
117. Promover la producción, circulación y adquisición de materiales de lectura (literarios o informativos) en ediciones bilingües (lenguas nativas-español/portugués), como parte de colecciones y acervos para las bibliotecas públicas y escolares, así como para otros centros socioculturales.

118. Mantener vigente el debate acerca de las ventajas y desventajas del precio fijo, a la luz de las reconfiguraciones de la cadena de valor, de la tendencia a la distribución en unidades desagregadas menores a la unidad-libro y la influencia del paradigma digital en los consumos culturales, así como las experiencias del sector en la negociación con los nuevos mediatizadores, activos e influyentes actores sociales en las plataformas digitales.
119. Fomentar con incentivos fiscales la revitalización y reacondicionamiento de los salones de exhibición y venta de las librerías, incorporando tecnologías que permitan descubrir ediciones que no están visibles físicamente, así como servicios de venta y entrega a domicilio y las descargas directas a los dispositivos de los usuarios.
120. Promover mediante incentivos fiscales directos la producción de actividades de las librerías como agentes culturales mediante la asociatividad y la inclusión en circuitos culturales organizados o promovidos por el Estado.
121. Promover a través de todos los medios posibles, en especial de las plataformas digitales, la actividad de las librerías y la oferta editorial (catálogo nacional) en función de los puntos de venta más próximos a la localización de los usuarios.
122. Incentivar la exploración de mejoras de la experiencia de visita y de compra en las librerías, mediante una facilitación de la consulta parcial del contenido digital, de las recomendaciones y comentarios de lectores previos y compradores, junto con la ampliación de la información sobre el libro y sobre otros libros que podrían interesar al usuario.
123. Explorar la implementación de medios de pago que, ajustados a las economías locales, sean capaces de distinguir el bien cultural con modalidades de financiamiento específicos.
124. Estimular las librerías independientes con apoyos financieros e incentivos fiscales a la especialización, la calidad de los servicios y la innovación en el acceso a los libros y otros contenidos, por ejemplo, mediante tecnologías de impresión o distribución por demanda.
125. Estimular la modernización de la industria gráfica como uno de los eslabones de la cadena de valor del libro.

126. Elaborar y mantener una base de conocimiento sobre tendencias en modelos de negocio en los entornos digitales y de los principales modelos contractuales asociados a esos negocios.
127. Velar para que en los nuevos modelos de negocio se garantice a los autores sus derechos a participar en los rendimientos económicos de sus obras en función de las formas que adopte la distribución de valor y de los beneficios dentro de la nueva cadena del libro.
128. Revitalizar las acciones tendientes a facilitar el contacto del libro con los potenciales públicos cuando la inversión privada no lo permite (p.e., asegurando bibliotecas donde no hay librerías), teniendo en cuenta, entre otros factores, las capacidades de las tecnologías de redes para coadyuvar en la tarea.
129. Estimular los esfuerzos por la incorporación de metadatos de calidad destinados a favorecer la visibilidad de la oferta local, la inclusión eficiente de esta en las plataformas internacionales de comercialización y en los catálogos nacionales y regionales.
130. Estimular la producción de metadatos que incluyan las formas y disposiciones para la distribución, recepción, lectura y conservación de las versiones digitales de libros impresos y de otros contenidos digitales.
131. Establecer criterios y guías prácticas para incorporar metadatos a los objetos digitales que no son versiones digitales de libros.
132. Promover la compatibilidad de los metadatos empleados en la distribución comercial y las estructuras de los registros utilizados en la gestión de las bibliotecas para garantizar la integridad de la información al interior del ecosistema del libro.

Fomento de la creación y del derecho de autor

133. Estimular la creación autoral mediante premios públicos y privados fundados en cánones locales y regionales, así como a través de intercambios y becas culturales de escritores y otros creativos.
134. Promover la visibilidad de la creación regional en los mercados internacionales, incentivando su presentación en los circuitos literarios y en los premios internacionales.
135. Estimular la creación literaria en idiomas originarios mediante premios nacionales y regionales.

136. Estimular la creación literaria entre los adolescentes y jóvenes adultos, con especial énfasis en las nuevas narrativas, a través de un sistema de premiación que asegure tanto la participación ciudadana junto a criterios de reconocimiento institucional, como la visibilidad de las obras.
137. Analizar las implicaciones del marco normativo que rige el derecho de autor para asegurar las mejores condiciones posibles respecto de las nuevas formas de producción y de distribución de contenidos.
138. Actualizar las leyes de derecho de autor en cada país y armonizarlas en el conjunto de la región para asegurar el respeto a la creación y preservar los derechos de los creadores.
139. Actualizar los debates acerca de la legitimación social, el valor económico y la eficacia de las disposiciones técnicas para preservar los derechos de los creadores.
140. Establecer normativas apropiadas para el Depósito Legal de objetos digitales.
141. Elaborar y mantener en línea un manual de buenas prácticas para la explotación de los derechos en el entorno digital, que incluya los principales modelos contractuales, las implicaciones legales de las cláusulas más utilizadas y un foro de intercambio sobre los temas en debate.
142. Promover el debate sobre la necesidad y eficacia de los modelos actuales de administración de los derechos y licencias multiterritoriales y multirepertorio en el entorno digital, especialmente.
143. Fortalecer la gestión colectiva de derechos por parte de los autores.
144. Normalizar y organizar en bases de datos accesibles en línea, toda la información relacionada con los autores, titulares de derechos, licenciantes y licenciataris de obras, para facilitar la dinámica de las negociaciones y dar la mayor transparencia posible a la cadena de valor.

Los roles del Estado

Las estrategias gubernamentales

145. Estimular la representación de todos los actores sociales del sector en la revisión de las políticas públicas, incluyendo los libreros

- y bibliotecarios como actores fundamentales en la promoción del libro y la lectura.
146. Establecer una coordinación sistemática de agendas gubernamentales en Educación, Cultura y Tecnologías de la información y la comunicación, para desplegar acciones articuladas que operen colaborativamente tanto sobre las vías de acceso democrático al conocimiento y la promoción del libro en las nuevas experiencias de lectura, como sobre la sustentabilidad de la creatividad en todas sus formas.
 147. Promocionar una imagen pública del libro y de la lectura más ajustada a las características de las nuevas generaciones, respetando la identidad del sector y sus rasgos culturales distintivos.
 148. Promover el desarrollo de legislaciones nacionales en torno a la lectura y las bibliotecas, o de la inclusión de esos objetivos en los proyectos o modificaciones de las leyes de alcance cultural.
 149. Analizar las ventajas de orientar de manera directa la recaudación de tasas o impuestos al fomento del sistema nacional de bibliotecas.
 150. Promover el debate acerca de la constitución de un organismo centralizado y específico de fomento para la lectura y la industria del libro, por analogía con otras industriales culturales, como las producciones cinematográficas y audiovisuales y el teatro, financiado por un Fondo sustentado en tasas o impuestos específicos.
 151. Promover la edición de libros en formatos digitales de audiotexto y otras formas de recepción y lectura, sobre todo, las versiones desarrolladas con la finalidad de ampliar las oportunidades de las personas con discapacidades de accesibilidad.
 152. Promover el valor de las ediciones pluri-identitarias, especialmente, las multilingües que integran lenguas originarias, el español, portugués y otras lenguas de uso generalizado.
 153. Favorecer la conservación de los acervos culturales de las poblaciones originarias aprovechando el potencial de complementariedad entre soportes impresos y digitales, tanto para las ediciones bilingües como para resguardar y difundir contenidos en todos los registros posibles, escritos y orales.
 154. Establecer las normas jurídicas y las disposiciones técnicas y administrativas para la preservación y usos legales de las obras digitales registradas.

155. Velar por la seguridad informática de los repositorios digitales y de las plataformas de distribución de contenidos producidos por cuenta del Estado o financiados por este, accesibles de manera remota, con especial interés por su preservación y usos legales.
156. Explorar las disposiciones legales, financieras y políticas que deben cumplir las coediciones entre organismos estatales y editoriales privadas, sobre todo para facilitar la distribución.
157. Explorar los beneficios de las ediciones estatales a partir de la adquisición de derechos para complementar la oferta local, disminuir las asimetrías entre sectores sociodemográficos de la población, aumentar las ediciones bilingües y promover la bibliodiversidad.
158. Promover la función social y estimular la edición y distribución de las revistas culturales.
159. Desarrollar campañas públicas, sobre todo en el ámbito educativo y cultural, que ayuden a sensibilizar a los ciudadanos sobre la importancia de fomentar y respetar la creación.

Las compras estatales

160. Destinar una particular atención a los efectos regulatorios de las compras estatales sobre el mercado y sobre la competitividad interna y externa de la industria local, garantizando la bibliodiversidad al mismo tiempo que el acceso de las producciones editoriales regionales y locales a las compras públicas.
161. Promover el establecimiento de un catálogo de la oferta nacional de acceso público en línea que facilite la tarea de los tomadores de decisión y compradores gubernamentales en todos los sectores y jurisdicciones de la administración pública.
162. Asegurar el precio más bajo posible para las compras estatales, considerando el costo de producción y el margen de beneficio de la cadena de valor.
163. Velar por la inclusión directa o indirecta de las librerías en las compras estatales, reconociendo en cada caso los alcances y limitaciones de la autorregulación (mercado) y de la correulación (Estado-industria).
164. Promover un rol protagónico de los bibliotecarios y de los usuarios de las bibliotecas públicas y universitarias en la selección de las compras.

165. Promover la consideración de la opinión de los docentes en la selección de las compras de bibliotecas escolares.
166. Ampliar la proporción de producciones en idiomas originarios, fortaleciendo acciones dirigidas a propiciar su visibilidad y divulgación.
167. Establecer criterios para la adquisición de libros en idiomas extranjeros, sobre todo, en otras lenguas de la región o en lenguas extrarregionales de fuerte incidencia en el desarrollo local y la competitividad laboral de las personas, de acuerdo con las demandas específicas de los currículos educativos.
168. Promover y participar (corregular) en la fijación y uso de especificaciones técnicas (formatos, disposiciones técnicas, criterios de usabilidad, estructura de metadatos, etc.) para los intercambios comerciales entre privados y entre el sector privado y el Estado.
169. Establecer manuales de buenas prácticas para la negociación de derechos en los procesos de compras públicas de contenidos digitales.
170. Establecer criterios que promueven nuevas metas acerca de la representación de las ediciones en lenguas originarias de la región dentro de las adquisiciones públicas.

Los programas escolares de inclusión digital

171. Explorar modelos de colaboración entre privados y Estado para integrar los productos y servicios editoriales a la hora de definir los programas de inclusión digital.
172. Sensibilizar y colaborar con los organismos internacionales de financiamiento en el establecimiento de criterios para incorporar contenidos editoriales y la capacitación de los mediadores en el apoyo a los programas de inclusión digital.
173. Aplicar presupuestos específicos de los programas escolares de inclusión digital para la formación continua y la actualización de docentes, bibliotecarios escolares y otros promotores de la lectura, a la altura de los desafíos que suponen las nuevas experiencias de lectura promovidas por esos programas y, en todos los casos, con la suficiente antelación para que puedan liderar el proceso de implementación.
174. Promover un nuevo pacto educativo que revalorice el vínculo en el interior de la comunidad educativa, sobre todo, entre docentes

y docentes-bibliotecarios, y entre los mediadores, en general, y las familias, con foco en el uso responsable de las tecnologías de recepción y lectura (computadoras portátiles y dispositivos móviles), de las redes y del consumo de contenidos culturales en las nuevas experiencias de aprendizaje y lectura.

Las políticas de acceso abierto

175. Facilitar los procesos de digitalización de los acervos en bibliotecas, centros de investigación, agencias de ciencia y tecnología y universidades, asegurando que sean catalogados y puestos a disposición del público, bajo los límites que establecen las legislaciones de derecho de autor.
176. Promover el debate acerca del acceso libre a los acervos culturales digitalizados organizados en repositorios, cuando son el resultado de políticas públicas de investigación y desarrollo que cuentan con financiamiento público.
177. Promover el debate acerca del rol de las editoriales universitarias, especialmente de las universidades públicas, en la producción y distribución del conocimiento abierto en el marco del paradigma digital.

Investigación e innovación

178. Estimular mediante financiamiento e incentivos económicos y fiscales, las producciones transmedia, especialmente, cuando se trata de coediciones, productos o servicios desarrollados en el marco de alianzas estratégicas y sinergias intersectoriales (software, videojuegos, televisión, cine, teatro, performing, etc.).
179. Promover el desarrollo de tecnologías y métodos para producir a costos asequibles contenidos adaptados a los nuevos paradigmas educativos en los que la semipresencialidad, la mediatización y la ubicuidad de los accesos y servicios juegan un papel de inclusión y retención preeminente.
180. Promover mediante incentivos fiscales los emprendimientos empresariales vinculados con los servicios al sector (edición, desarrollo multimedia y enriquecimiento de contenidos y distribución) tendientes a mejorar la competitividad, especialmente, aquellos de mayor potencial a nivel internacional.

181. Promover mediante incubadoras especializadas el desarrollo de iniciativas privadas y públicas sustentadas en innovaciones tecnológicas o modelos de negocio alternativos.
182. Promover la exploración de nuevas alternativas de apoyo privado a la creación.
183. Estimular el desarrollo de plataformas autogestionadas de intercambio creativo, abierto y multidisciplinar, integradas por autores, editores, diseñadores y desarrolladores informáticos, especialmente orientadas a proyectos editoriales multimedia y transmedia.
184. Estrechar los vínculos entre sectores de las industrias culturales, las universidades y centros de producción artística.
185. Facilitar los espacios de vinculación, transferencia de conocimientos y desarrollos conjuntos entre los agentes del sector y las plataformas y factorías de innovación editorial, especialmente, en nuevas narrativas y técnicas y contenidos de enriquecimiento de las experiencias de lectura.
186. Estimular la constitución de consorcios editoriales universitarios para la producción, edición y distribución de contenidos digitales destinados a la educación, con especial énfasis en la agregación de valor mediante la innovación.
187. Promover los emprendimientos culturales y la exploración de nuevos modelos de negocio con capacidad de completar la oferta en los puntos de distribución o venta a través de la impresión a demanda.
188. Construir una base de ideas y proyectos accesible en línea para promover el intercambio y la inversión privada en innovación, bajo todas las modalidades posibles.
189. Impulsar encuentros de puesta en común de ideas y proyectos innovadores, públicos y privados, especialmente en nuevas narrativas y técnicas y contenidos de enriquecimiento de las experiencias de lectura.
190. Impulsar la investigación a través de organismos de observación permanente sobre las prácticas de lectura, sobre todo, en los escenarios transmediales.
191. Promover el interés académico por el análisis del sector, tanto desde la perspectiva cultural y de los comportamientos sociales como de la economía de los medios.

192. Promover trabajos de investigación sobre consumos culturales entre los adolescentes y los jóvenes adultos.
193. Incentivar la investigación y la elaboración de trabajos de graduación sobre las economías creativas y los nuevos modelos de negocio, en especial en el sector editorial, con la mira puesta en extraer valor de las experiencias de otros sectores en la transición digital y en las ventajas competitivas de las sinergias y de la asociatividad entre industrias de diferentes sectores.
194. Promover la investigación en modelos de negocios de distribución que combinan recursos de naturaleza diferente, tanto impresos como digitales, ya sean contenidos de autoedición, ya sean contenidos abiertos y de pago.

Los indicadores

195. Normalizar y sistematizar (metodicidad, integridad de los datos) las encuestas de lectura, automatizar su procesamiento y facilitar el acceso en línea a los resultados.
196. Revisar los principios y postulados sobre los que se diseñan las encuestas de lectura y las evaluaciones de las campañas de promoción para dar cuenta de las nuevas prácticas de lectura en escenarios de consumos híbridos y transmmediales.
197. Establecer indicadores para las encuestas de lectura que evidencien el vínculo entre lectura y escritura, sobre todo, en los entornos digitales no controlados en los que el lector alterna frecuentemente entre productor y consumidor de contenidos.
198. Enriquecer el análisis de los resultados de las encuestas mediante el entrecruzamiento de indicadores de lectura con indicadores más generales de consumos culturales, e indicadores sociales y educativos.
199. Incorporar, en las encuestas y estudios de comportamiento lector, indicadores de los deseos de los lectores y de los no-lectores, acerca de qué les gustaría leer y dónde y cómo preferirían acceder a los contenidos.
200. Promover el análisis de las encuestas de lectura y escritura (hábitos) distinguiendo y, a la vez, entrecruzando los resultados con estudios sobre comprensión lectora y desempeño escolar contextualizado (p.e., Pruebas TERCE-UNESCO).

201. Integrar indicadores que informen de las prácticas de lectura y usos en las bibliotecas con datos provenientes de los sistemas bibliotecarios.
202. Establecer e implementar indicadores de lectura-escritura fuera de los soportes, contextos y finalidades tradicionales como el trabajo o estudio (lectura de calle, en medios de comunicación), generalmente relevados por las encuestas y trabajos de campo.
203. Realizar una evaluación permanente de los programas de promoción de la lectura con instrumentos más amplios y enriquecidos a través del entrecruzamiento de indicadores sociales y educativos.
204. Promover la inclusión de indicadores vinculados con las prácticas de lectura-escritura en las investigaciones y encuestas sobre consumos culturales, especialmente entre los jóvenes.
205. Integrar los indicadores de lectura y del comportamiento del sector en términos económicos.
206. Informar de manera pública la evolución de cada establecimiento bibliotecario mediante indicadores de contenidos, de la calidad de los servicios y de las prácticas de uso.
207. Implementar y fortalecer los dispositivos de observación permanente del sector, en especial, como herramienta de prospección de tendencias, recopilador de experiencias y prácticas exitosas.
208. Promover, en las encuestas y estudios sobre lectura, la construcción de indicadores y la elaboración de análisis que superen el nivel descriptivo, con la intención de alcanzar un nivel explicativo de los fenómenos en curso.

La integración regional e internacional

209. Identificar y desarrollar las vías más eficaces para la cooperación regional, privilegiando una visión multilateralista de los acuerdos, poniendo énfasis en las políticas culturales dentro de una cosmovisión que supera las estrategias de integración económica, y empleando los organismos intergubernamentales específicos para la dinamización de los debates.
210. Incluir las políticas sectoriales en los debates sobre la integración regional en el marco de los organismos regionales.
211. Incrementar la comparabilidad de los resultados a nivel regional tanto entre programas nacionales y entre sectores industriales,

como entre el sector del libro y esfuerzos y realidades de otros sectores con experiencias más desarrolladas en el proceso de transición, con la finalidad de detectar analogías, mejores prácticas, barreras y desafíos, para lo cual resulta conveniente la revisión, actualización y enriquecimiento de los indicadores desarrollados por el CERLALC.

212. Desarrollar una estrategia regional de promoción de los intercambios culturales y tecnológicos Sur-Sur, para facilitar la apertura de mercados a la creatividad local y potenciar el desarrollo y la implementación de tecnología competitiva para el sector, especialmente en materia de reconversión digital.
213. Promover el debate sobre la armonización de las políticas públicas y el uso de estándares compartidos entre los registros de derecho de autor, el contenido y aplicación de la legislación y de la fiscalidad en los países de la región, tendiente a construir una plataforma de intercambio de información regional.
214. Liderar la construcción de catálogos regionales para potenciar la integración de la cadena de valor, la visibilidad de la creatividad local y la competitividad de la industria de la región.

El Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC, es un organismo intergubernamental, bajo los auspicios de la UNESCO, que trabaja en la creación de condiciones para el desarrollo de sociedades lectoras. Para ello orienta sus acciones hacia el fomento de la producción y circulación del libro; la promoción de la lectura y la escritura, y el estímulo y protección de la creación intelectual.

Son países miembros del CERLALC:

Argentina • Bolivia (Estado Plurinacional de) • Brasil • Chile • Colombia • Costa Rica • Cuba • Ecuador • El Salvador • España • Guatemala • Honduras • México • Nicaragua • Panamá • Paraguay • Perú • Portugal • República Dominicana • Uruguay • Venezuela (República Bolivariana de)

Este documento forma parte de la amplia gama de esfuerzos que el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC, realiza para generar conocimiento, divulgar información especializada e impulsar procesos de formación en todas sus áreas misionales.

Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica se imprimió por primera vez el mes de septiembre del año 2013 en los talleres de Editores Conarte S.A.S. En su composición se utilizó tipo Minion de Adobe Systems Inc.



En tiempos de cambio e imprevisibilidad, la *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica* ofrece una mirada ponderada de lo que, por ahora, es solo el resultado promedio de un cambio de paradigma en el ecosistema del libro, comparable quizás con la aparición de la imprenta. Sin ánimo conclusivo, ni mucho menos condescendiendo al determinismo tecnológico, este libro da cuenta de las transformaciones causadas por la transición de lo analógico a lo digital, cuyas consecuencias alcanzan por igual a creadores, editores, proveedores de contenidos, lectores y mediadores.

La *Nueva agenda por el libro y la lectura* constituye una guía para apoyar a los gobiernos de la región a la hora de impulsar la construcción de políticas públicas dedicadas a la lectura, el libro, las bibliotecas y el derecho de autor; pero es también un indispensable documento de consulta para todo aquel que esté interesado en identificar sentidos de dirección en estas corrientes de cambio.

Este proyecto cuenta con el apoyo de:



Gobierno
de COLOMBIA



aecid



ISBN 978-958-671-172-2



9

789586

711722