



CERLALC/2013/CE-49/PCL/E/PT.2012-2013/8

Original: español

Fecha: 06/11/13

Bogotá, D.C., Colombia



La coedición como estrategia para la circulación de contenidos en Iberoamérica

Producción y Circulación del Libro /
Actividad permanente 2.2 / Componente 1

49ª Reunión Ordinaria del Comité Ejecutivo
Noviembre 6 de 2013, Bogotá, D.C., Colombia

Calle 70 No. 9 - 52
PBX: 571 5402071 FAX: 571 5416398
libro@cerlalc.org • www.cerlalc.org
Bogotá - Colombia





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

CERLALC/2013/CE-49/PCL/E/PT.2012-2013/8

Original: español

Fecha: 06/11/13

Bogotá, D.C., Colombia

CENTRO REGIONAL PARA EL FOMENTO DEL LIBRO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE,
CERLALC-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

Fabiano dos Santos
Subdirector 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

D:\1-datos\100-DIR\APOYO\Consejo y Comité 2013\Entregables final\16_PCL_A2.2.1_La coedición como estrategia.docx

Calle 70 No. 9 - 52
PBX: 571 5402071 FAX: 571 5416398
libro@cerlalc.org • www.cerlalc.org
Bogotá - Colombia



Contenidos

<i>La coedición como estrategia para la circulación de contenidos en Iberoamérica</i>	4
Antecedentes y contexto	4
Políticas públicas para el fomento de las coediciones:	6
Coedición en el ámbito digital	7
Traducción	9
Impresión por demanda	9
Recomendaciones	9



La coedición como estrategia para la circulación de contenidos en Iberoamérica

Antecedentes y contexto

En Iberoamérica son múltiples las barreras y obstáculos logísticos que entorpecen la circulación de contenidos editoriales desde y hacia el resto del mundo. Además de las históricas dificultades de distribución, derivadas de las deficiencias congénitas del sistema, acentuadas, a su vez, por las deficientes infraestructuras de transporte, las políticas arancelarias proteccionistas que gravan los libros con impuestos, la escasez de lectores que aseguren una masa crítica que permita una economía de escala para financiar importaciones, una escueta red de librerías y los escasos subsidios gubernamentales dirigidos a facilitar la circulación de libros, se debe sumar la creciente concentración en el mundo editorial, la cual ha ido acotando los canales de distribución y saturándolos de productos editoriales de rápido consumo y jugosos márgenes de beneficio.

La concentración del mercado también está ligada al monopolio en la adquisición de derechos: una editorial perteneciente a un conglomerado de medios tiene el músculo financiero para hacerse a los derechos de títulos de reconocidos autores, puede ofrecer importantes adelantos e imponer sus libros al mercado mediante la implantación masiva a través de la cadena de distribución, de la cual muchas veces son dueños, o a través de sucursales nacionales con las que cubren toda la región y con ello asegurase, la mayoría de las veces, el retorno de la inversión.

Grandes inversiones en derechos son sustentadas por operaciones logísticas de promoción, circulación y comercialización. Sin embargo, dado que este andamiaje debe justificarse en porcentajes de ventas, en aquellos territorios (países, regiones, ciudades o zonas rurales) donde los índices de lectura son bajos, donde el tejido librero no está consolidado o donde las rentas *per cápita* son insuficientes y, por ende,



no pueden asegurar un retorno de la inversión, dichos contenidos no llegan. La otra cara de la moneda no es menos aciaga: buscando la alta rotación de los títulos se satura el canal y se homogeniza la oferta sobre las mesas de exposición de las librerías. La bibliodiversidad se ve afectada, las editoriales con capacidad financiera y logística sólo se interesan en títulos rentables y dejan por fuera de sus catálogos aquellos que desde su perspectiva no lo son; las editoriales con menos recursos no pueden ir al mercado de derechos y, cuando lo logran, no tienen acceso a la logística que les asegure un espacio en la cadena de distribución o en suficientes puntos de venta.

La circulación de contenidos se encuentra dentro de un embudo cuyo cuello se estrecha cada vez más. Tal y como se ha demostrado con el exitoso caso de la coedición universitaria, que hoy es un ejemplo a seguir, ésta se presenta como un mecanismo que permite la movilidad de contenidos culturales, estimula la bibliodiversidad y promueve la asociatividad en el sector editorial, así como su fortalecimiento. Existen diferentes modelos de coedición y ámbitos editoriales en los cuales se puede encontrar un nicho de trabajo. Pese a la emergencia del libro electrónico y su potencial de distribución global por medio de Internet, la coedición tradicional sigue siendo una alternativa importante para contrarrestar el peso del monopolio en la adquisición de derechos y en la logística de distribución, además de las históricas dificultades de circulación.

Una mirada a las cifras de la coedición en América Latina muestra que este es todavía un proceso de escaso desarrollo. Un ejercicio realizado por el CERLALC con las estadísticas del registro del ISBN, entre 2005 y 2011, en 19 países de la región, evidencia que del total de títulos registrados en esos años sólo el 3,1% corresponde a coediciones. Los países en los que la actividad tiene mayor fuerza son México, Bolivia, Uruguay, Perú y Ecuador. En México, por ejemplo, el peso de la coedición oscila entre 13 y 15% durante el período. En Bolivia, las cifras más altas corresponden a los tres últimos años (con participaciones alrededor del 17%). En los demás países de la región los porcentajes oscilan entre 1 y 3%. El modelo más frecuente de títulos coeditados se



da entre entidades gubernamentales y editoriales universitarias con editores privados.

Políticas públicas para el fomento de las coediciones

El acceso y producción de conocimientos son los ejes del desarrollo en la actual sociedad de la información. El apoyo a las actividades económicas relacionadas con la producción y circulación de contenidos locales permite crear y sostener las condiciones para el intercambio cultural a través del diálogo entre tradiciones locales y universales, así como la inclusión de la cultura en cuanto elemento estratégico en las políticas de desarrollo.

La creación de una política pública que articule efectivamente las acciones en el ámbito de la promoción del libro y de la lectura con las adelantadas en el campo la producción y circulación de contenidos y bienes editoriales debe tener en consideración el fomento a la coedición como un mecanismo fundamental en los procesos de estímulo a la bibliodiversidad y a la circulación de contenidos. Promover proyectos de coedición es una herramienta más en la tarea de posibilitar el acceso a la información y al conocimiento por parte de la ciudadanía, así como también mantener el sustento de la diversidad cultural que permite el desarrollo de las comunidades y la circulación del capital simbólico de los pueblos.

Aunque existen diferentes modelos, ámbitos y proyectos de coedición, una política pública de fomento a la coedición debe procurar, por medio de diferentes instrumentos, tales como contratos y modelos de negocio, que los editores involucrados en el proyecto logren:

1. Fortalecer la visibilidad de las obras nacionales en otros espacios geográficos.
2. Fortalecer la circulación regional de las obras editoriales.
3. Reducir costos asociados al proceso de producción.



4. Ampliar el área de circulación de los contenidos.
5. Fomentar la bibliodiversidad.
6. Recibir respaldo económico o aval institucional.
7. Crear alianzas estratégicas entre el sector público y privado o entre actores privados.
8. Crear alianzas estratégicas intersectoriales (narración transmedia/historias multicanales)
9. Patrocinar autores en países o regiones en los que no se cuenta con un aparato logístico apropiado.
10. Compartir riesgos y minimizar posibles pérdidas.

Coedición en el ámbito digital

La emergencia del libro electrónico y del comercio en línea dibuja en el horizonte cercano unas condiciones que prometen facilitar la circulación de contenidos culturales en Iberoamérica. Las conexiones fijas y móviles a Internet se multiplican a todo lo largo y ancho de la región (según un informe de *comScore*, el crecimiento de la población *online* en Latinoamérica, creció el 12%, pasando de 119 a 134 millones entre 2011 y 2012), pequeñas y grandes librerías en línea hacen sus apuestas y el parque de dispositivos de lectura especializados y no especializados aumenta.

Ante el panorama libre de fronteras y de circulación sin límites que se avecina, los proyectos de coedición cobran una renovada importancia. Dado que los costos asociados a la articulación de una red de distribución vigorosa descienden notoriamente en el ámbito digital, es más factible que un grupo de editores pueda acceder al mercado de compra de derechos con el fin de, por un lado, competir por títulos comercialmente más codiciados o, por el otro, compartir gastos y



asumir riesgos divididos en títulos de menos rotación, pero que contribuyen a la especialización de un fondo, que signifiquen una apuesta editorial o que vayan dirigidos a fomentar la bibliodiversidad.

Más novedosa aún se presenta la coedición transmedial. Tal y como lo apunta la *Nueva Agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica* del CERLALC, “[e]l 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”. En este contexto la compra estratégica de derechos de transformación que permita asociaciones intersectoriales y/o alianzas con actores que trabajan en el desarrollo de tecnología, *software*, contenidos enriquecidos, etcétera, se presenta como una oportunidad idónea para hacer llegar los contenidos al público de forma novedosa y a través de plataformas cada vez más visitadas. El aprovechamiento de los nuevos dispositivos y de los métodos transmediales para crear, narrar y divulgar historias por parte de todos los actores culturales debe llevar a una creciente asociatividad entre editores y representantes de otros medios. Otra de las ventajas que trae consigo una coedición transmedial es que puede ser acompañada por una campaña publicitaria y de mercadeo cuya financiación es compartida por los diferentes actores, cubriendo diferentes medios.

La compra conjunta de derechos y su explotación por diferentes vías y a través de diferentes modelos de negocio (territorialización, segmentación por canales de venta, división de las utilidades globales, colaboración intersectorial, etc.) es una opción de proyecto de coedición alineada con el emergente paradigma digital.



Traducción

La adquisición de derechos por parte de un grupo de coeditores puede estar dirigida a explorar la traducción desde diferentes lenguas. Una coedición que adquiere derechos con el fin de traducir no sólo se beneficia al compartir costos por la adquisición de los derechos, sino por aquellos asociados a la producción, incluidos los de traducción. Por medio de este tipo de proyectos se está beneficiando el oficio de los traductores en la región, el intercambio efectivo del patrimonio cultural global y el fomento a la bibliodiversidad.

Impresión por demanda

Además de las posibilidades en la circulación de contenidos por vía electrónica que pueden ser explotados por un proyecto de coedición, se puede considerar la incorporación de tecnologías de impresión por demanda. Aunque la infraestructura regional para estos servicios no está totalmente desarrollada, su paulatino crecimiento permitirá que más y más editores puedan atender el canal librero y al consumidor final sin necesidad de realizar grandes tiradas e invertir grandes recursos.

Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones van dirigidas a los gobiernos regionales que tengan como propósito fomentar la coedición como pieza fundamental en el estímulo al desarrollo de la cadena de producción del libro, a la distribución y circulación de bienes de cultura; así como a la cadena creativa y a los autores nacionales:

1. Impulsar proyectos mixtos de coedición entre el gobierno y editoriales privadas.
2. Impulsar proyectos de coedición entre editoriales universitarias, una herramienta eficaz para ampliar la frontera de difusión del conocimiento académico generado en la región.



3. Diseñar un programa de ayudas para la compra de derechos para proyectos de coedición. Los proyectos incorporarán estímulos para la traducción. Los instrumentos de apoyo a la participación en ferias internacionales del libro deberían potenciar el emprendimiento de acciones dirigidas a promover la coedición.
4. Diseñar un programa de estímulos para proyectos de coediciones transmedia que incluya una subvención para la adquisición de derechos.
5. Diseñar un programa de apoyo a la coedición, dirigido a editoriales extranjeras y en lenguas diferentes al español, para promover la traducción de autores nacionales, incluyendo una subvención para la adquisición de derechos.
6. Catalogar y organizar la oferta de derechos disponibles para la venta.
7. A través de los organismos de promoción de las exportaciones, organizar ruedas de negocios para la negociación de derechos de autor.
8. Promover el emprendimiento empresarial en el sector de de impresión por demanda.
9. Difundir las ventajas de la coedición como un vector de integración cultural de la región.
10. Difundir los modelos y manuales de buenas prácticas para la coedición.

[Fin del documento]

