



alliance lab

La edición digital en la era móvil: América Latina (1/3)

<http://alliance-lab.org/archives/2866?lang=es#.V4U9ZPnhDIU>

28 MAR 2016 ESCRITO POR OCTAVIO KULESZ

*Este artículo constituye la primera de 3 entregas sobre la edición digital en América Latina. El texto es en buena medida una actualización del informe **La edición digital en los países en desarrollo** (2011), aunque con un énfasis aun mayor puesto en los dispositivos móviles. En esta entrega, nos concentraremos en la influencia de las redes sociales en la lectura digital, en el desarrollo de tiendas en línea y en el surgimiento de las bibliotecas virtuales o “Nubes de libros”.*

Cinco años han transcurrido desde la publicación del primer informe sobre la edición digital en los países en desarrollo. En el caso específico de la edición latinoamericana, una mirada retrospectiva muestra que buena parte de los emprendimientos que por entonces se habían lanzado a experimentar con las nuevas tecnologías aplicadas al libro han cerrado sus puertas o han modificado por completo su modo de trabajo. Con excepción de las grandes plataformas globales –que generalmente disponen de recursos abundantes y pueden resistir largos períodos sin percibir beneficios–, la escena de la edición electrónica en América Latina está hoy conformada por nombres nuevos.

Sin embargo, buena parte de los **retos, oportunidades y tendencias** señalados en el informe original siguen presentes o se han incluso intensificado. Nos referimos principalmente a la demanda creciente de contenidos en línea, a la implementación de políticas públicas para la reducción de la brecha digital, al claro liderazgo de Brasil y al protagonismo imparable –subrayado a lo largo de todo el informe– del teléfono móvil como plataforma de lectura.

Dentro de este marco, proponemos aquí una actualización de los principales datos referidos a la edición digital latinoamericana, así como algunas reflexiones adicionales. Por supuesto, este análisis no aspira a constituirse en una lista exhaustiva de casos –esfuerzo que resultaría vano, dada la rápida evolución que caracteriza a cualquier sector digital. Se trata más bien de un intento por comprender cuáles son las principales fuerzas que operan –y probablemente operarán en el futuro– en el interior de este rico ecosistema.

Una región diversa

Como bien se sabe, América Latina se caracteriza por una gran riqueza cultural y étnica. En la región coexisten diversas lenguas, pero los dos idiomas mayoritarios son el portugués –hablado en Brasil– y el español –hablado en casi todos los demás países. Esta división en dos “mundos” lingüísticos –uno lusófono y otro hispanófono– permite explicar un buen número de tendencias relacionadas con la edición en general y con la edición digital en particular.

Por empezar, desde el punto de vista de su industria editorial, los países hispanohablantes aprovechan las ventajas de la lengua y se relacionan entre sí de un modo dinámico –en términos de venta de ejemplares, asistencia a ferias, etc. Sin embargo, en ocasiones estos intercambios resultan condicionados por las especificidades normativas de cada nación –regulaciones, monedas, precios, etc.– e incluso por algunas variantes lingüísticas del español. Así, a pesar de contar con un mercado potencialmente gigantesco, el sector editorial del bloque hispanófono presenta una estructura, por decirlo así, de “archipiélago”. Esto contrasta con la situación de Brasil: en efecto, la industria de este país puede aprovechar su mercado interno de un modo mucho más eficaz y hacer que cualquier proyecto se torne más fácilmente escalable.

Tecnología y redes sociales

En los últimos años, el equipamiento tecnológico de los usuarios ha mejorado considerablemente. Según **datos de eMarketer** de julio de 2015, América Latina presenta una penetración de Internet de más de 50%, al tiempo que se posiciona como una zona de gran desarrollo de la telefonía móvil, con alrededor de 400 millones de usuarios de celulares (64,7% de la población), de los cuales más de 155 millones son dueños de un *smartphone*. Asimismo, más del 15% de la población utiliza una *tablet*. No obstante, el uso de *e-readers* de tinta electrónica se encuentra mucho menos extendido.

La región es sumamente activa en las redes sociales. Por cierto, América Latina aloja a más de **217 millones de usuarios de Facebook** y, respecto de Twitter, registra una tasa de crecimiento que se encuentra entre **las más altas del mundo**. Whatsapp, por su parte, también presenta niveles de penetración **extremadamente elevados**. Hay que advertir que la sociabilidad *online* latinoamericana no sólo se expresa a través de las grandes aplicaciones globales, sino que incluso las redes locales alcanzan una masa crítica considerable: un caso destacado es **Taringa!**, portal argentino que – según se indica en las estadísticas del propio sitio– ya cuenta en la región con más de 27 millones de usuarios registrados.

De hecho, existen en América Latina numerosas iniciativas que aprovechan el poder de las redes sociales para difundir la lectura. Desde 2015, el proyecto brasileño **Leitura de Bolso** distribuye textos breves que se leen exclusivamente a través de Whatsapp. Han surgido además poderosas plataformas de recomendación de libros. Un caso destacado es **Skoob**, creada en Rio de Janeiro en 2009: este portal –cuyo nombre constituye un anagrama de la palabra “books”– cuenta con **más de 3 millones de usuarios** que comparten información sobre los libros que han leído o prevén leer en el futuro.

El avance del comercio electrónico: libros impresos y digitales

A pesar de la desaceleración económica que afecta a numerosos países de la región, el comercio en línea creció **22.9% en 2015**. Por su parte, como resultado de la masificación de los *smartphones*, los medios de pago móviles **se han expandido sostenidamente**.

Al igual que ocurre con las redes sociales, los usuarios latinoamericanos acuden a los sitios globales, pero también a grandes plataformas nativas como **MercadoLibre** – fundada por el argentino Marcos Galperín en 1999– o **Submarino** –creada en Brasil, también en 1999. Para tener una idea de la envergadura de estos portales regionales, MercadoLibre **declaró** contar, a fines de 2015, con más de 138 millones de usuarios y un volumen de transacciones de 1.842 millones de dólares.

En el sector editorial, el impacto de la digitalización es cada vez más evidente, incluso en el rubro de libros impresos. Para empezar, la venta de ejemplares en papel **migra** progresivamente hacia la web. Otra tendencia a subrayar es el avance de la impresión bajo demanda como tecnología de producción –tal como lo sugiere por ejemplo el **reciente lanzamiento** de Bibliomanager, una alianza de imprentas regionales.

En el terreno específico de los e-books, hay que señalar que sólo existen datos muy estimativos respecto de las ventas. En general suele observarse que la facturación de este segmento representa **menos del 1%** del total de la industria editorial y que – podría suponerse– los libros electrónicos constituyen aún un segmento irrelevante. Sin embargo, hay algunos matices a tener en cuenta:

- En primer lugar, la cifra de facturación suele obtenerse de los datos de las cámaras del libro, es decir, de las editoriales “tradicionales”. Esto deja de lado las ventas de las grandes plataformas que operan por fuera del sector y que comercializan, por ejemplo, textos auto-publicados.
- Además, las ventas contabilizadas en el cálculo anterior sólo reflejan el comportamiento del mercado formal, que efectivamente es aún bastante reducido. Ahora bien, **según datos de Latinobarómetro**, la lectura en soportes

electrónicos se ha convertido en una de las actividades más practicadas por los usuarios locales. Esto podría indicar que los usuarios de la región están obteniendo los textos por vías informales –tal como ocurre con los textos descargados de la web sin autorización de los derechohabientes– u otras variantes gratuitas. Así, el mercado potencial –la “base del iceberg”– sería gigantesco, a pesar de que no se plasme todavía en un circuito formal.

- Más allá de lo que ocurre con el consumo, otro signo de que las publicaciones electrónicas están creciendo de manera acelerada en América Latina se halla del lado de la producción. Según cifras compiladas por el CERLALC, los registros de ISBN correspondientes a publicaciones digitales ascendieron en 2013 a nada menos que el 21% del total de obras inscriptas.

Tiendas de libros electrónicos

Sea como fuere, actualmente hay numerosas tiendas de libros electrónicos –tanto globales como nativas– que trabajan en el terreno. Amazon ya cuenta con portales en **Brasil** y **México** –inaugurados respectivamente en 2012 y 2015–, desde donde comercializa sus e-books y sus dispositivos. Kobo abrió operaciones en esos dos países en fechas similares, aunque con una estrategia diferente. Esta empresa fundada en Toronto trabaja en colaboración con librerías nacionales: en Brasil, ha establecido una alianza con Livraria Cultura y, en México, con Gandhi y Porrúa –de esta asociación tripartita ha nacido la plataforma **Orbile**.

Entre las tiendas nativas, vale la pena subrayar el caso de **Bajalibros**. Esta empresa creada en Buenos Aires mantiene actividades en la mayoría de los países de la región y cuenta con un catálogo de **más de 500.000 obras** en español y en inglés, de distintas editoriales.

Si a estas tiendas tanto globales como nativas les sumamos las librerías tradicionales que también realizan ventas de e-books desde sus páginas web, comprobaremos que la oferta de libros electrónicos en América Latina resulta abundante. Sin embargo, existen algunos retos a tener en cuenta –y que pueden explicar en parte por qué los usuarios optan por otras fuentes de lectura:

- Los precios de los e-books suelen ser bastante elevados para el comprador local, ya sea que los establezcan los editores –en los países de precio fijo como Argentina– o las mismas plataformas. Además, si tomamos el caso de los portales globales, sus precios –aunque expresados en moneda local– están frecuentemente atados al dólar y por lo tanto aumentan de manera automática si se produce una devaluación.

- Si bien en términos cuantitativos la oferta de e-books es copiosa –cientos de miles o millones de obras–, lo cierto es que dentro de ese total, la porción de títulos en español o portugués resulta exigua. Lo que es más, incluso los textos propuestos en lengua local en ocasiones están poco adaptados al público de cada país. Frecuentemente, este problema puede explicarse por el hecho de que los e-books ofrecidos por los portales nativos provienen de e-distribuidores generalistas internacionales, al tiempo que los agregadores domésticos **no consiguen despegar**.

Nubes de libros (y audiolibros)

Además de las tiendas de venta de e-books, hallamos en América Latina un buen número de bibliotecas virtuales comerciales: se trata de las denominadas “nubes de libros”. En contraste con el modelo de copia –adoptado por las tiendas, que venden e-books por unidad–, estas plataformas trabajan con el esquema de suscripción: los usuarios pagan mensualmente una suma fija para acceder a un vasto catálogo. Se trata mayoritariamente de obras en lengua local que han pasado por un proceso de selección, lo que las vuelve más atractivas para el lector. A continuación, enumeraremos algunos ejemplos destacados, todos provenientes de Brasil.

En junio de 2011, cuatro editoriales académicas brasileñas –**Grupo A, Atlas, Grupo GEN y Saraiva**– presentaron la iniciativa **Minha Biblioteca** (“mi biblioteca”). Con un claro foco en la educación superior, este proyecto ha logrado reunir un fondo de 5.000 títulos académicos. Los usuarios tienen la posibilidad de combinar capítulos de diferentes obras y obtener libros personalizados, gracias al sistema **Pasta do Professor** (“Carpeta del profesor”).

El portal **Árvore de livros** (“árbol de libros”) vio la luz a fines de 2013. Su catálogo abarca una pluralidad de géneros –más de 14.000 obras de ficción, literatura infantil, autoayuda, entre otros– y apunta a un público amplio. La plataforma está sobre todo orientada a clientes institucionales –sector público, escuelas y empresas. Las editoriales que participan del proyecto pueden monitorear el desempeño de los préstamos en tiempo real.

Con todo, es tal vez el proyecto **Nuvem de Livros** (“nube de libros”) el que más impacto ha logrado. Desarrollado por la empresa **Gol Mobile** y presentado en la Bienal de Rio de 2011, este portal ha alcanzado una masa de usuarios asombrosa: gracias a un convenio con la operadora **Vivo** y con el portal **Terra**, cuenta actualmente con más de 2,5 millones de abonados. Nuvem de Livros ha dado incluso los primeros pasos para conquistar el mercado español, al punto que se presenta como un digno rival de Amazon en Iberoamérica. Según **Jonás Suassuna**–fundador de la empresa–, la clave del éxito se encuentra en la calidad de los títulos escogidos, más que en la mera cantidad:

Nube de libros nace con un espíritu familiar. Sin el control de nuestro personal experto no se cuelga en nuestra biblioteca ningún libro. Tampoco aceptamos la auto-publicación. Lo que puede servir para otras plataformas, y de hecho es una de sus señas de identidad, a nosotros no nos vale. Nosotros creemos en la labor de una editorial, de los editores, como paso previo para publicar un libro, como filtro entre el escritor y los lectores. Internet es todo: puede ser una cloaca a cielo abierto, por eso es necesario que existan lugares donde es aplicado cierto nivel de exigencia.

Existe también un buen número de plataformas globales que trabajan en América Latina con el modelo de suscripción. Un caso insoslayable es Kindle Unlimited, disponible en Brasil y en México: allí Amazon ha logrado reunir miles de títulos pensados para el lector local, aunque las negociaciones con las editoriales **no siempre han sido sencillas**. Otros dos jugadores internacionales de peso son **24Symbols** y **BookMate**: estas plataformas han establecido alianzas con empresas telefónicas que operan en la región –**como Tigo**–, lo que les ha garantizado una considerable masa de usuarios y la posibilidad de cobrar mediante la factura del celular.

Hasta ahora nos hemos concentrado en el ámbito de las publicaciones escritas, pero en la región existe también una oferta creciente de audiolibros. El servicio **Ubook**, presentado en Brasil a fines de 2014, ofrece un fondo de 1000 obras, leídas por locutores, actores o los propios autores. Sus **más de 650.000 suscriptores** tienen la posibilidad de pagar un abono mensual de R\$ 18,90 (aproximadamente 4,5 dólares) para acceder a ese fondo, via *streaming*.

La edición digital en la era móvil: América Latina (2/3)

<http://alliance-lab.org/archives/2934?lang=es#.V4U8YPnhDIU>

La edición tradicional y las nuevas tecnologías

Tal como señalaba Jonás Suassuna, el éxito de una plataforma depende en buena medida de que los contenidos hayan sido trabajados y seleccionados de manera cuidadosa. Así, la figura del editor seguiría siendo absolutamente relevante en la era digital. Dentro de este marco, ¿qué está ocurriendo al nivel de las editoriales latinoamericanas?

En el informe de 2011, se sugería que, para los sellos tradicionales, las nuevas tecnologías representaban **tanto una oportunidad como un reto**. Cinco años más tarde, la ambivalencia parece mantenerse: las ventajas son evidentes para algunos sub-sectores, mientras que para otros aún existen desafíos.

Entre las editoriales universitarias, por ejemplo, la utilización de herramientas digitales se extiende de manera progresiva. En mayo de 2015, **Eudeba** –el sello de la Universidad de Buenos Aires y el mayor en su tipo en la Argentina– presentó su propio dispositivo de lectura electrónica, denominado **Boris** –en honor a Boris Spivacow, uno de los principales impulsores de la editorial en los años 50 y 60. Al momento del lanzamiento, Gonzalo Álvarez, presidente de la empresa, **dejó en claro** cuál es su visión a futuro:

Como empresa de contenidos, seguimos editando en papel y en formato digital [...]. Usamos herramientas modernas para cumplir los objetivos de siempre de la editorial: vender muchísimo más barato, casi a la mitad de precio, con el aparato más barato del mercado en Argentina.

Video-lanzamiento del dispositivo Boris

<https://www.youtube.com/watch?v=Edo9GSaiVK4>

Entre las editoriales independientes, son muchas las que ya han digitalizado su catálogo. Sin embargo, la incorporación de herramientas digitales implica retos de toda clase, tales como el riesgo de la piratería, las complejidades jurídicas o las dificultades técnicas. Deborah Holtz, directora de **Trilce Ediciones** –prestigioso sello mexicano, reconocido por sus libros de arte, poesía y cultura popular– y presidente de la **Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes**, sintetiza los obstáculos que han enfrentado en su experimentación con los nuevos formatos:

Hemos pasado al menos un año y medio deshojando la margarita. Dado que la mayoría de nuestros libros son ilustrados, nos da terror que las imágenes acaben por doquier. Otra parte del problema es volver a revisar contratos, ya que la mayoría no preveía el formato digital, lo cual provoca que el proceso sea todavía más engorroso. Otra decisión tiene que ver con los DMR y el acceso que se le permite al usuario. Esta es otra complejidad adicional, ya que hay ventajas y desventajas en cada modelo. [entrevista personal]

Editoriales digitales: entre el catálogo propio y la oferta de servicios

Si bien numerosos sellos tradicionales ya están trabajando con libros electrónicos, surge poco a poco una nueva categoría de jugadores: nos referimos a las editoriales nacidas digitales. Dentro de este grupo, hallamos en primer lugar un sinnúmero de emprendimientos que desarrollan *apps*, pensadas para un público infantil. Un caso interesante es la aplicación **Love**: se trata una adaptación digital del libro homónimo publicado en 1964 por el artista italiano Gian Berto Vanni. La obra, editada por **Niño Studio** (Argentina), recibió una acogida muy favorable, al punto de que resultó ganadora en 2014 del Ragazzi Digital Award (Feria del libro de Bologna).

Trailer de la aplicación Love

<https://www.youtube.com/watch?v=DfGbrQ4-Zf4>

Por otro lado, existe en América Latina –y sobre todo en México– un interesante movimiento de editoriales digitales dedicadas a la narrativa y al ensayo. El sello **Malaletra**, por ejemplo, apuesta desde 2011 a la publicación de e-books de literatura hispanoamericana. Las obras se comercializan desde la propia web de la editorial, en formato EPUB y PDF. Interrogados sobre por qué decidieron incursionar en los libros electrónicos, los fundadores del proyecto **explican**:

La literatura en Hispanoamérica está más aislada que nunca. Las obras de nuestros escritores, salvo excepciones, y aunque se an publicadas por transnacionales, no son distribuidas fuera de sus países. Mediante la publicación digital y la distribución en línea, este fenómeno puede cuando menos mitigarse.

El sello digital **Nieve de Chamoy**, liderado por la poeta y editora Mónica Braun, fue fundado a fines de 2014. De su catálogo sobresale el e-book **Mastodonte**, del escritor y periodista Jaime Reyes: se trata de una novela escrita para dispositivos móviles que incluye hipervínculos y un *soundtrack* que puede escucharse gratuitamente en Spotify. Ante la pregunta acerca de si acaso tendría sentido pensar una versión impresa, Reyes ofrece una **respuesta** decisiva para comprender la potencia de la edición electrónica:

Sí, pero hubiera sido complicado que lograra transmitir fácilmente la idea de la experiencia hipertextual o multimedial, pues hubiera implicado más acciones del lector para completar la vivencia. Creo que no lograría su objetivo completo en una edición en papel. Sería como una de esas ediciones comentadas abigarradamente, que el lector compra entusiasmado, pero que pocas veces termina de leer porque la cantidad abrumadora de notas al pie que contiene lo obligan a realizar acciones que en lo físico son exasperantes, aburridas, distractoras, torpes.

La empresa **Ink**, por su lado, **se presenta** como “la única editorial mexicana que produce libros de arte en formato interactivo”. Asimismo, el sello **Tesseract pages** comercializa desde 2011 obras de ciencia ficción, teatro y divulgación científica, únicamente en formato digital.

En Chile, vale la pena destacar el caso de **Ebooks Patagonia**. Fundada en 2010, esta editorial ha conformado un variado catálogo de narrativa latinoamericana, ensayo y literatura infantil. Javier Sepúlveda –creador del sello– **se muestra optimista** respecto del potencial de la edición digital chilena, en particular por el impacto de los *smartphones*:

Los teléfonos móviles representan el futuro del acceso y de la lectura. Un país con más teléfonos celulares que habitantes constituye el escenario perfecto para la revolución que está teniendo lugar: por un lado, nuestros autores están publicando más y se vuelven más internacionales; por otra parte, los usuarios disfrutan de un acceso más fácil al contenido.

El sello colombiano **eLibros**, por su lado, está enfocado a la edición de literatura latinoamericana clásica y contemporánea. Sus títulos pueden comprarse desde las principales plataformas, así como a través de un sistema propio, denominado “**Tarjeta eBook**”.

Una tendencia clara entre las editoriales digitales nativas es que combinan la distribución de publicaciones propias con el suministro de servicios para terceros – instituciones, autores individuales e incluso otros sellos. Puede tratarse de trabajos de corrección, conversión a EPUB3, digitalización, reconocimiento de texto y desarrollo de *apps*, entre otros.

De hecho, siguiendo esta línea, en América Latina ha surgido un buen número de editoriales que no comercializan un catálogo propio, sino que están enfocadas por completo a proporcionar soluciones digitales para otras empresas del sector. La firma mexicana **Manuvo**, por ejemplo, ha desarrollado aplicaciones móviles para diversas entidades de la región, **tales como Conaculta o la Biblioteca Nacional Digital de Chile**. Por su parte, el equipo de **Libresque** (Argentina) ofrece un

acompañamiento para editoriales interesadas en producir libros en formato EPUB o apps. Asimismo, el proyecto **Simplissimo** –basado en Porto Alegre– consigna más de 3.500 obras convertidas a formato e-book desde el año 2010; publica además un **seguimiento semanal** de los libros electrónicos más vendidos en Brasil y brinda incluso **servicios de publicación para autores**.

El *boom* de la auto-edición

Por cierto, el segmento de la auto-edición está registrando un avance considerable. Además de las plataformas globales como **KDP** (Amazon) o **Writing Life** (Kobo), un número creciente de portales nativos apuestan a este nicho. En Argentina, Bajalibros ha puesto en marcha su sistema **Indielibros**, para la edición de obras en formato impreso y digital. El sitio **Clube de Autores** (Brasil) –que opera desde 2009– cuenta con un catálogo de decenas de miles de títulos y se posiciona como “la mayor comunidad de auto-publicación de América Latina”. **Widbook** –también brasileña, fundada en 2012– es una plataforma en la que los escritores pueden subir sus textos para que cualquiera los lea en línea, haciendo un uso intensivo de las redes sociales. Un sistema similar ha sido implementado en México por el portal **Novelistik**. Por lo general, los modelos de negocio de las empresas de auto-edición se basa en el cobro de una comisión por la venta de ejemplares –tanto en papel como en digital–, o bien en ingresos por publicidad.

Vale la pena subrayar que la potencia de estas plataformas no sólo reside en su eficacia para la auto-publicación, sino también en su gran capacidad de recolección de datos –en particular acerca del comportamiento de los lectores que interactúan con los textos. Tales informaciones pueden ser de gran interés para otras empresas, por ejemplo para las editoriales tradicionales. En efecto, son conocidos los casos de textos auto-publicados a través de plataformas como Wattpad que luego fueron publicados en papel: así ocurrió con *O Amor Não Tem Leis* –de la escritora brasileña Camila Moreira– **que fue retomada por el sello Suma de Letras, de la editorial Objetiva**.

En este contexto, Alberto Lujambio –co-fundador de Novelistik– **explica**:

No solamente captamos la voz activa del lector, sino también la pasiva –que se refiere a la lectura silenciosa. Yo puedo pensar que un libro es muy bueno, pero no sé hasta dónde lo leyó la gente. Ésos son datos distintos, y Novelistik puede entender y comparar ambos. Ahí está la posibilidad que tienen los autores para ser mejores cada vez: entender a su audiencia. Sólo así un autor puede convertirse en un fenómeno editorial. Y vivir de escribir.

La edición digital en la era móvil: América Latina (3/3)

29 JUL 2016 ESCRITO POR [OCTAVIO KULESZ](#)

[HTTP://ALLIANCE-LAB.ORG/ARCHIVES/2974?LANG=ES#.V6TC1_NHDIU](http://alliance-lab.org/archives/2974?lang=es#.v6tc1_nhdiu)

A continuación ofrecemos la tercera y última entrega de la serie sobre la edición digital en América Latina (la parte 1 puede descargarse desde [este enlace](#); la parte 2 se [encuentra aquí](#)). El artículo describe las actividades digitales de las ferias del libro, así como las iniciativas tecnológicas de los Estados, y concluye con un repaso de los principales desafíos que enfrenta la industria editorial.

Las ferias del libro en la era digital

La incorporación de nuevas tecnologías en la cadena del libro impacta de lleno en las actividades de las ferias. La Feria Internacional del Libro de Bogotá (FILBO) presentó en 2015 su espacio Alejandría Digital, en el cual se expusieron diversos proyectos de nuevas tecnologías aplicadas a la edición.

<https://www.youtube.com/watch?v=OK9DmOTqC2s>

Video-presentación del sector Alejandría Digital

Por su parte, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL) ya cuenta con un [área específica del libro electrónico](#), diseñada para proveedores de soportes, contenidos y servicios relacionados con la edición digital; esta zona no sólo alberga stands de más de 20 expositores sino que desarrolla también un programa profesional. Asimismo, la Feria Internacional del Libro de Santiago (FILSA) organizó en 2015 el [primer seminario del libro electrónico](#): allí confluyeron expertos de diversos países para discutir de qué manera se puede facilitar la distribución digital del libro chileno “en todo el continente y en las principales bibliotecas del mundo”.

Nuevas políticas de acceso: el impacto de la digitalización en las bibliotecas y en los planes de educación

Hay que advertir que en Chile, la migración de la lectura y la edición hacia estándares digitales constituye una política de Estado. La nueva [Política Nacional de la Lectura y el Libro](#) (2015-2020) se propone, entre otras cosas:

- Fomentar proyectos que permitan la edición de libros “accesibles para todo público en formatos impreso, digital, audio y video”;
- Estimular la creación de premios literarios para libros digitales;

- Promover las ediciones electrónicas y “facilitar el acceso a contenidos digitales en bibliotecas públicas”.
- Acelerar la conversión del libro chileno a soportes digitales “para su distribución y conservación y asegurar la migración/emulación de la producción digital nacional”.

Por cierto, la inauguración de la [Biblioteca Digital de Chile](#) en 2013 representó un claro anticipo de los nuevos tiempos. Esta plataforma brinda hoy un servicio de préstamo gratuito de libros digitales para todos los habitantes de Chile y para los chilenos residentes fuera del país.

También la Biblioteca Nacional de Colombia ha puesto en marcha diversas iniciativas en torno a la edición digital. Además de ofrecer “[libros digitales 100% colombianos](#)”, la entidad cuenta con su propio [laboratorio de experimentación](#) con nuevos formatos. Y tal como ocurre en el caso chileno, estos proyectos se hallan en sintonía con la política nacional del libro. En efecto, el [Plan Nacional de Desarrollo](#) de Colombia (2014-2018) es, en este punto, contundente: el artículo 224 llama a “fomentar y apoyar la digitalización y producción de libros, mediante el estímulo a su edición y comercialización, facilitando el acceso a esta herramienta tecnológica tanto en zonas urbanas como en rurales”.

<https://youtu.be/ECn1TjcpGMQ>

Video-presentación del Laboratorio de la BNDC

En Brasil, la [Biblioteca Nacional Digital](#) (BNDigital) ha conformado un rico acervo en línea que recibe [millones de visitas](#) por mes. El portal organiza muestras virtuales y produce artículos de investigación sobre los contenidos exhibidos.

Por otro lado, hay que señalar que las numerosas iniciativas de reducción de la brecha digital llevadas adelante en la región también están promoviendo la producción y el consumo de textos electrónicos. Por cierto, programas de entrega de laptops a los estudiantes, tales como el [Plan Ceibal](#) (Uruguay) o [Conectar Igualdad](#) (Argentina), han propiciado la creación de materiales digitales *ad hoc*, la distribución de [clásicos digitales](#) y la adquisición de e-books [provistos por las editoriales](#).

Retos y oportunidades

En América Latina, la edición electrónica conlleva grandes desafíos, a la vez que oportunidades innegables. En el campo de los retos, existe una suerte de círculo vicioso que afecta la sostenibilidad de una parte del ecosistema:

1. las tiendas de e-books no siempre consiguen ofrecer materiales relevantes, a un precio asequible para el lector local;
2. así, muchos lectores terminan descargando los e-books por vías informales o recurren a otras variantes gratuitas;
3. como resultado, las editoriales tradicionales no ven demasiado interés en ofrecer sus textos en versión digital y prefieren seguir jugando en terreno seguro –el formato papel;
4. esto repercute negativamente en la oferta de contenidos: por consiguiente, se regresa al punto 1 y así sucesivamente.

Con todo, hay que advertir que el círculo vicioso es particularmente perjudicial para el modelo de venta de e-books por unidad –es decir, para el esquema que imita el funcionamiento de la cadena analógica. Pero existen otros actores ubicados por fuera del sector tradicional que consiguen aprovechar el nuevo estado de cosas, de una manera más eficaz. Nos referimos principalmente a:

- las plataformas de suscripción y los grandes portales globales, que captan enormes masas de usuarios;
- las editoriales electrónicas nativas, que pueden subsistir gracias a que combinan su actividad con la oferta de servicios digitales;
- el sector público, que entrega materiales muchas veces gratuitos, en el campo de las bibliotecas y en el ámbito educativo.

Como hemos señalado, los usuarios se están equipando de forma acelerada –en especial con dispositivos móviles. Las poblaciones están demandando contenidos digitales de manera creciente y los costos de distribución disminuyen progresivamente. Dentro de este contexto, los jugadores antes mencionados – grandes plataformas, editoriales electrónicas nativas y sector público– seguirán cosechando los frutos del cambio. Para los actores de la cadena tradicional se revela entonces urgente redoblar los esfuerzos para poder encontrar –y reinventar– su lugar. Sin duda, para ello será necesario poner en práctica alianzas originales e incorporar habilidades nuevas. La tarea no resultará sencilla, pero los beneficios podrían ser considerables.

Acerca del autor

Octavio Kulesz es Licenciado en Filosofía por la Universidad de Buenos Aires. En 2007, creó la editorial Teseo, especializada en publicaciones académicas en formato ebook e impreso bajo demanda. Es el autor del informe “La edición digital en los países en desarrollo” (2011), auspiciado por la Fundación Prince Claus y la Alianza Internacional de Editores Independientes.