

TRANSFORMAR PARA VISIBILIZAR: EL RETO DIGITAL

Alejandra González Barranco

Mucho se ha hablado de una transición o salto de lo impreso a lo digital, tema álgido desde la década de 1990. De acuerdo con Bhaskar y Phillips (2021) un estudio de PwC de finales de este decenio vaticinó que, para mediados de los 2000, el libro electrónico tendría un crecimiento exponencial que amenazaría con desplazar la industria impresa; esta misma empresa publicó un informe, en 2013, que argumentaba que para 2017 el mercado del libro electrónico sería más importante que el del libro impreso; sin embargo, a 2023, este fenómeno no se ha desarrollado como tal, a pesar de la pandemia vivida desde finales de 2019; lo que sí ha sucedido es que los diversos formatos: impresión, impresión bajo demanda y modelos digitales variopintos, han llegado para coexistir y satisfacer las necesidades bibliodiversas de las cambiantes audiencias que conforman el mercado contemporáneo.

En este panorama de incertidumbre los editores alrededor del mundo tuvieron que sopesar los costos y las oportunidades y decidir asumir el reto de subirse a esta tendencia del sector editorial para comprender qué era lo mejor, acorde a los productos que ofrecían. Lo anterior

implicó diversos niveles de dificultad ya que la materialidad clásica del libro como color, olor, gramaje, forma y maquetación fija se modificaba al sustituir las típicas necesidades editoriales de detectar "viudas", "huérfanas" y "ríos" por la idea de ofrecer disponibilidad multipaís, portabilidad, adaptabilidad y una mayor descubribilidad dentro de un universo electrónico. Si se observa cuidadosamente el listado de posibilidades hay una gran oportunidad de aprovechamiento de herramientas digitales para toda clase de editoriales, pero aquellas de menores dimensiones como las independientes o las altamente especializadas, como las editoriales académicas y universitarias, se podían ver realmente beneficiadas. A continuación se comparten algunas ideas sobre las oportunidades y los retos que se han tenido que afrontar ante esta importante transformación, particularmente para las editoriales académicas y universitarias.

Con las ediciones digitales algunas dificultades del modelo de distribución tradicional se lograron sortear; por ejemplo, los trámites aduanales y costos de exportación para estar disponibles en diversos países se eliminaron y múltiples obras pudieron compartirse a nivel mundial "con un click", lo cual en sí representó una enorme oportunidad; sin embargo, ha sido necesario construir bases de datos con información de los libros que están a la venta y comprender la correcta gestión de metadatos, así como hacer una adecuada selección de plataformas de comercialización y distribución. De acuerdo con Giménez y Córdoba (2018), sin estas consideraciones no es posible completar el circuito de acercar a los libros con sus lectores ya que, más allá de facilitar una compra, se tiene que facilitar la "descubribilidad", término empleado para referirse a la posibilidad que tiene una obra para ser encontrada en el ciberespacio; este fortalecimiento de las infraestructuras informáticas ha representado una de las brechas más importantes en la migración a un catálogo realmente digital.

Por otro lado, los modelos electrónicos buscaron incrementar la democratización del conocimiento con la expansión de los modelos de acceso abierto, facilitados por los repositorios institucionales, lo cual ha requerido entender dinámicas particulares tanto para revistas como para

libros, tanto a nivel tecnológico como de operación que si bien, colocan este modelo de distribución como una extraordinaria posibilidad de divulgación y circulación de contenidos académicos, requiere de una infraestructura y nivel de conocimiento que implica que las universidades cuenten con una política institucional sobre el tema, además de una comprensión profunda de las implicaciones económicas y de derechos de autor de este modelo de distribución así como la creación de iniciativas de sensibilización de las comunidades académicas sobre el tema y las fronteras entre acceso abierto y ciencia abierta.

Un tercer beneficio ha sido la apertura de oportunidades didácticas que los formatos digitales han ido develando. En sus inicios hubo una discusión profunda sobre el estándar que la industria debía utilizar hasta que, en 2007, el *International Digital Publishing Forum* (IDPF) colocó al formato ePub como estándar por sus cualidades de flexibilidad y adaptabilidad a los dispositivos móviles, su correcta lectura y la fácil inserción de *Digital Right Management*. A pesar de la definición de un estándar, han nacido diversidad de formatos que han posibilitado la incorporación de elementos que enriquecen este mismo contenedor y que convierten, a algunas obras en ePub3 o en *fixed layout*, en materiales hipertextuales con la adhesión de realidad aumentada o realidad extendida. Otras obras se han salido del molde para convertirse en libros multimedia, que son aquellos que pueden llegar a montarse completamente en *Learning Management Systems* (LMS) o directo en páginas web (ambos formatos HTML5). Por otro lado, existen títulos que surgen en comunidades sociales digitales como las iniciativas de Wattpad y Hooked o que, al menos, tienen un componente social como las obras que están surgiendo con NFT (*non-fungible tokens*) que permiten la intervención multiautor sobre un texto descargable, lo cual permite al creador original rastrear las intervenciones y, en su caso, mejorar la obra, lo cual podría estar acercando a un posible formato óptimo para concretar las tendencias de Ciencia Abierta que han formado parte de la discusión de los últimos años. Finalmente están las iniciativas que son completamente multiformato, que son aquellos textos que inician en una salida y que, para terminarlos,

es necesario acudir a otros formatos, de tal suerte que el lector o usuario termina consultando un impreso, un electrónico, un audiolibro y un juego de video sólo para completar la historia o aprender un concepto o unidad. La elaboración de cada uno de estos tipos de obras abre un abanico de posibilidades para las secuencias de enseñanza-aprendizaje pero, a nivel editorial, implica retos desde el diseño de mecanismos de obras por encargo, que no son muy usuales para las editoriales académicas, y la complejización de los equipos de producción al tener que adicionar perfiles de productores, programadores, editores de video, animadores, ilustradores, entre muchos perfiles que deben contemplarse para ejecutar proyectos de determinada magnitud.

Todas las oportunidades que han sido descritas de manera general, continúan abonando a cumplir con la responsabilidad fundamental que se tiene dentro de las editoriales académicas universitarias de publicar y compartir los conocimientos que se generan dentro de las universidades con la comunidad ya que, independientemente de los formatos de salida que se decida usar y ya sea de forma independiente o en colaboración con los docentes de otros claustros, se busca contribuir a la misión de docencia, investigación y difusión de la cultura de las casas de estudio a las que pertenecen, lo cual es una labor encomiable que definitivamente se puede ver impulsada por las posibilidades digitales. El editor deberá contribuir con su conocimiento sobre el catálogo y las temáticas que abarca para recomendar la experimentación sobre un determinado formato digital que abone ya sea para la difusión, para la contribución a los entornos de Acceso Abierto o bien a la innovación de los modelos de enseñanza-aprendizaje, empatándolo con los perfiles de su(s) público(s) meta y los objetivos de difusión e innovación de la universidad con el fin de ir desplegando estrategias combinadas que abonen tanto a su público interno como externo.

El mundo del libro vive en medio de una intrincada matriz cultural y económica por lo que ha sabido continuar vigente en este entorno, los formatos digitales llegaron para dar mayor bibliodiversidad y abrir oportunidades de descubribilidad para aquellas editoriales independientes

o sectores altamente especializados, como el entorno académico. Será propio de cada editorial hacer su estudio de costo y oportunidad para dibujar la estrategia digital que mejor le funcione y será una oportunidad para cada editor el continuar demostrando la relevancia del libro en cualquier formato de salida. Es importante tener en mente las palabras de Price (2012) para *The New York Times* en las que señalaba que “cada generación reescribe el epitafio del libro, solamente cambia el homicida”; esta sentencia demuestra la consolidación del producto y su posicionamiento como un objeto de alto valor en la transmisión del conocimiento, la cultura y la innovación. Es por eso que celebro con alegría los primeros veinticinco años de la editorial de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, una casa editorial académica universitaria que ha sabido asumir los retos de constantes transformaciones de la industria editorial con éxito, ofreciendo a sus lectores colecciones diversas en temáticas y formatos y no puedo más que desearle otros cien años de adaptabilidad, descubribilidad y excelencia en procesos de edición.

REFERENCIAS

- Bhaskar, M. y Phillips, A. (2021). *El futuro de la edición*. Trama editorial, 46. 11-26. <https://www.jstor.org/stable/10.2307/27201547>
- Giménez Toledo, E., Córdoba Restrepo, J.F. (2018). *Edición académica y difusión. Libro abierto en Iberoamérica*. Editorial Universidad del Rosario. doi.org/10.12804/th9789587841671
- Price, L. (2012, 10 de agosto). *Dead again*. *The New York Times*. https://scholar.harvard.edu/files/leahprice/files/price_dead_again_nytimes.pdf

*¿Los formatos digitales llegaron
para aquellas editoriales
independientes o sectores
altamente especializados,
como el entorno académico.*

Alejandra González Barranco