



Lectura, edición y circulación de textos en el entorno digital

Sobre hipertextos
y configuraciones emergentes

DANIELA SZPILBARG (IIGG/UBA/IDES)
16 DE OCTUBRE DE 2018

Textos, soportes y cambios

Se sabe: la palabra escrita puede transmitirse a través de distintos soportes. Según Roger Chartier, los distintos soportes materiales de la escritura han sido los que a lo largo de diversas épocas cumplieron la función de aquietar el miedo a la pérdida. El análisis de las transformaciones en la producción y circulación de libros en la actualidad permite no solamente historizar cambios en la cultura escrita, sino problematizar las nociones de *texto*, en tanto documento escrito que es leído y que tiene una cierta forma física.

Darnton –quien planteó ya en los años 1980 un análisis sobre el circuito del libro– se refiere a la “historia social y cultural de la comunicación por medio de la imprenta”,¹ concentrándose en la experiencia de los lectores y afirmando que la historia del libro es un campo de estudios que comienza desde el momento de la invención de la imprenta de Gutenberg hasta las transformaciones en la cultura escrita mediante la incorporación de nuevas tecnologías en la actualidad. Lo interesante es pensar cómo este esquema que data de pocas décadas atrás debería pensarse nuevamente en la actualidad a la luz de las transformaciones generadas por la digitalización, que alteran este esquema del libro impreso, abriendo el circuito a libros electrónicos y una cantidad de actores como desarrolladores de software, así como plataformas de venta de libros online, que Darnton no hubiera imaginado en 1982.

En las décadas siguientes, otros importantes investigadores como Chartier enfatizaron en la materialidad de los objetos, es decir, que la forma física y soporte del libro era central para reconstruir cómo eran las prácticas de edición y lectura. Por ende, no habría texto sin su soporte, lo que significa que “el proceso de publicación, siempre es un proceso colectivo, que implica a numerosos actores y que no separa la materialidad del texto de la textualidad del libro...”.²

La relación entre la cultura textual y la comunicación social es muy grande, de modo tal que un teórico como Benedict Anderson desarrolló su teoría acerca de que la imprenta fue crucial para la formación de una conciencia nacional al darle una fijeza al lenguaje, que ayudó a forjar la idea subjetiva de lo que era una “nación”.

Llegando a la etapa contemporánea, los autores antedichos sugieren que la forma del texto electrónico plantea una nueva organización de los discursos basada principalmente en el hipertexto y la distinción entre niveles textuales. La característica más sobresaliente del proceso de digitalización es que permite convertir en información elementos que antes estaban sujetos a condiciones espaciotemporales restringidas, lo cual se concretiza a partir del hipertexto. El concepto de lo *hipertextual* se convierte en una representación

1 Darnton, R. (2010). *El beso de Lamourette. Reflexiones sobre historia cultural*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, p. 117.

2 Chartier, R. (2006). *Inscribir y borrar*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, p. 12.

del salto cualitativo que los especialistas en informática han dado respecto del lector, ya que esta herramienta hipertextual proviene del software y lo que permite es enlazar y compartir información desde diversas fuentes a partir de un enlace asociativo, que puede aparecer en forma de hipervínculo o referencias cruzadas que van a otros documentos. El hipertexto, además, no se reduce solamente a posibilidades textuales, sino que aquello que puede enlazarse puede ser sonido o videos. La división de las culturas en orales, gráficas y electrónicas hace referencia precisamente a los sistemas de transmisión de los diferentes contenidos. La “sociedad de la información” o “sociedad digital” se configura mediante la conjunción de dos elementos: la informática, tecnología de procesamiento de datos vinculada con la computadora como elemento central y las redes de comunicación: tecnología que posibilita la distribución de información digitalizada.³

La digitalización y las tecnologías de la información y la comunicación transforman definitivamente el panorama de las industrias de contenidos. El sector editorial, dentro de la publicación de libros se desplaza desde una industria de movimientos lentos, localizada hacia un escenario más abierto, global, liviano y con más liquidez.⁴ Con la posibilidad de la edición digital y el desarrollo de dispositivos de la lectura, las potenciales consecuencias para el formato impreso se debaten a nivel global. Ante la multiplicidad de posibilidades del libro digital, el libro físico como soporte legítimo aparece fuertemente cuestionado y transformado en su forma clásica. Esto se da, especialmente, en los libros académicos, por lo que los vínculos entre conocimiento y libro se modifican.

En Argentina, si bien las cifras de producción no se acompañan todavía con cifras similares de consumo, más del 15% de las publicaciones registradas de libros, lo hicieron en formato electrónico.⁵ Las transformaciones de la industria editorial frente a las TIC, son varias y “se dan en torno al impacto de la digitalización en el catálogo y en la política editorial, los formatos, dispositivos y prácticas de lectura, los canales de distribución y venta, la política de precios y el efecto sobre los recursos internos de la editorial”.⁶

3 Aguirre, J. (1997). La incidencia de las redes de comunicación en el sistema literario. *Revista Espéculo*, 5.

4 Hutnik, E. (2012). Reproducción, norma y valor en el entorno digital: Google Books o la biblioteca de la discordia. *Primer Coloquio Argentino sobre el Libro y la Edición*. La Plata, noviembre de 2012.

5 CERALC-UNESCO, El libro en cifras en Iberoamérica, 2012 y 2014.

6 Hutnik, E. y Saferstein, E. (2014). Las prácticas de lectura en el entorno digital: industria editorial, mercado y consumo. *Revista de Literaturas Modernas*, 44(1), 37-68.

Digitalización e industria del libro: nuevas posibilidades y nuevas categorías

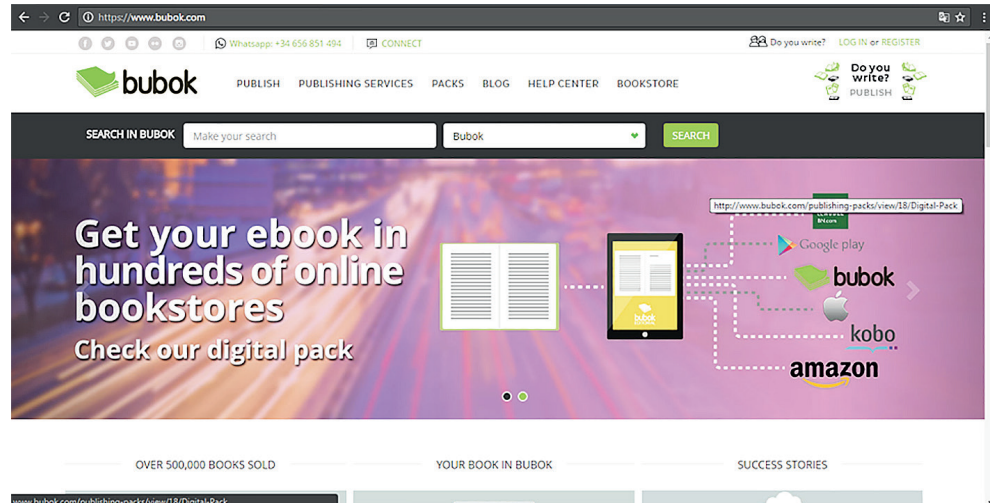
La aparición y la masificación del ebook han generado y catalizado diversos cambios en toda la industria del libro. En principio, podemos ver algunos de esos cambios a través de la aparición de plataformas de autopublicación, la posibilidad de imprimir bajo demanda tiradas cortas, la lectura en soportes digitales, o el nacimiento de editoriales directamente digitales. Estas transformaciones –que se ven primero en el mundo anglosajón y que luego se trasladan a España y a América Latina– han producido distintas modificaciones en los distintos momentos de la cadena de valor tradicional del libro, y que afectan a autores, editores, libreros, librerías, distribuidoras, bibliotecas, y que por supuesto implican que estos actores vayan transformándose en busca de adaptarse a este proceso de implantación o coexistencia con los libros electrónicos. Estos libros llamados “electrónicos”, pueden funcionar en formato PDF, EPUB –es decir, archivos con extensión Pdf o Epub–, pueden presentar o no DRM –es decir, derechos digitales, del inglés *digital rights management*–, y además pueden leerse en multiplicidad de dispositivos, no solamente la computadora, sino también el teléfono móvil y los diversos e-readers.

El sector editorial está integrado por diversos actores, como escritores, lectores, críticos, editores, libreros, y por distintos momentos: “creación o producción”, el momento “productivo-distributivo”, que son los que se encargan de la elaboración material de los textos, es decir su inserción en un soporte determinado, y el momento del “consumo”. El primer gran cambio que se percibe a partir de los medios electrónicos es la separación entre los textos y los soportes, es decir, la separación de información y soporte de la misma, ya que la información contenida en el soporte libro es susceptible de ser digitalizada. Este tema es problemático, ya que si consideramos que los “textos” pueden circular bajo otras formas que no sean los “libros”, la institución editorial no sería ya imprescindible para todos los textos. Otro gran cambio tiene que ver con la autonomía productiva: el autor puede ser su propio editor, es decir que puede controlar todo el proceso de edición de su propia obra. La informática le provee todo tipo de herramientas de producción (procesadores de textos, programas gráficos para diseño), así como dispositivos y plataformas como la que analizaremos en este trabajo para llegar directamente al público a través de las redes sociales como “autores independientes”.

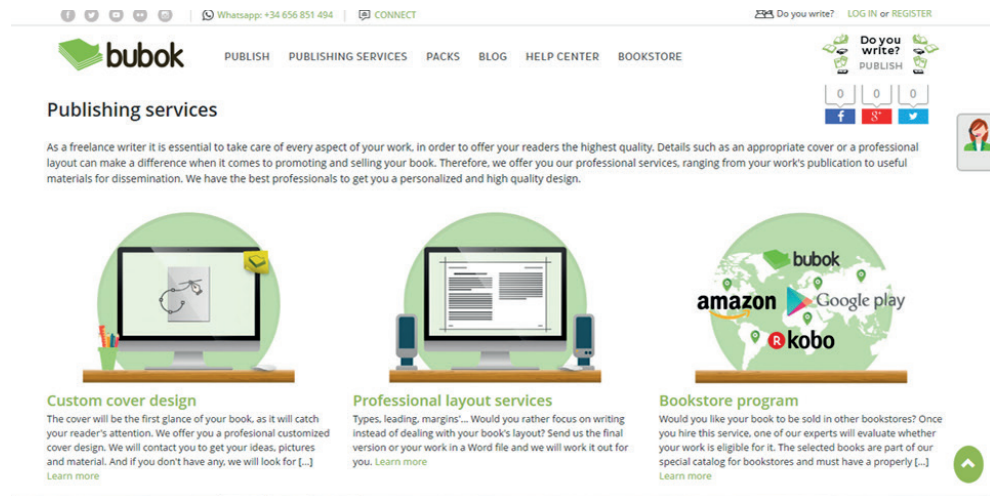
Para historizar esta cuestión, vale la pena recordar que en octubre de 2009 se ponía a la venta el primer e-reader de Amazon (el Kindle) y paralelamente fue lanzada la plataforma Google Books. En una primera instancia, esto tuvo implicancias de índole contractual ya que la mayor parte de los contratos que existían no contemplaban la cesión de derechos digitales. A partir de la venta de ebooks se abarataron los costos de producción, porque ya no era necesaria la impresión ni el almacenamiento, sumado a que se transferían los costos de contar con una distribuidora a pactar con sistemas de software y plataformas online de venta. Por ende, el PVP (precio de venta al público) disminuyó.

Al mismo tiempo, surgió para las distintas editoriales –sobre todo aquellas dedicadas a temas educativos o no ficción– la opción de contar con los llamados “libros enriquecidos”, a partir de posibilidades hipertextuales. Sumado a estas posibilidades, el hecho de poder publicar un libro electrónico y venderlo a través de la web, permite que las editoriales aprovechen más el mercado de hispano-hablantes (alrededor de 450 millones de personas en el mundo), si bien, por supuesto, continúan existiendo los dominios y áreas en las que las plataformas pueden vender los libros. A partir de la digitalización de contenidos, han ido surgiendo distintas posibilidades y modelos comerciales (venta por capítulos, préstamo digital, nuevas formas de promoción, hojear contenidos en línea, etc.).

En Argentina, se puede ver cómo algunas grandes editoriales (pertenecientes a grupos transnacionales, como Planeta o Penguin Random-House), han comenzado a digitalizar en formato Epub y a comercializar a través de sitios web de libros. Para el 2010, Google Books, que en 2004 había propuesto digitalizar 32 millones de libros, ya llevaba escaneados 7 millones de libros. Más allá de esto, que permitía solamente hojear el 20% de los libros, luego comenzó Google Edition, un sistema de visualización completa online de los libros sujetos a derechos de autor mediante distintas modalidades de pago. Surgen así progresivamente desde la década del 2000, distintos agregadores de contenidos, editoriales adaptadas al ebook, editoriales electrónicas, servicios de autopublicación en línea, y plataformas de impresión a demanda, como el caso de Bubok.com o el caso de Teseo en Argentina (editorialteseo.com). De hecho, el portal Bubok se presenta como “solución de publicación” para autores.



Plataforma de autopublicación bubok.com (2017)



Volviendo a considerar los distintos actores y momentos de esta industria, el rol del editor en este contexto ha comenzado a presentar ciertos cambios (por lo menos en aquellas editoriales que comenzaron procesos de adaptación a la realidad del ebook). Lo que ocurre es que en las editoriales comienza a haber una presencia importante de los actores

vinculados al software y por ende el editor pierde su rol como único “curador” de contenidos, sobre todo porque a partir de la existencia de plataformas de venta de ebooks, existe la posibilidad de la autoedición y venta de libros sin pasar por una editorial. Es el caso de plataformas como Bubok.com en España o Bajalibros.com de Argentina. Por lo antedicho, hay una pérdida de importancia de los impresores y distribuidores, que dejan de ser imprescindibles.

Todos estos cambios ligados a la digitalización de las obras literarias, derivan en el lógico problema del derecho de autor, a partir de la imposibilidad de controlar las copias. Si el lector puede realizar múltiples copias a partir de un solo ejemplar digital, el negocio editorial podría resentirse. Es decir que la incidencia de este paradigma comunicacional sobre el sector editorial es alta, ya sea por el desvío de textos hacia la edición digital (que podrá ser realizado por los autores mismos, por nuevas empresas o por las mismas editoriales), por sistemas de edición dobles (digital e impresa) o por la producción de los nuevos tipos de “textos” multimedia a partir de prácticas hipertextuales. La modalidad de intervención del sector distribuidor también sufrió y sufrirá cambios, ya que la posibilidad de intervenir de modo digital, reduce el suministro de libros a las librerías, lugares que, por lo demás, ya no serán absolutamente necesarios a la hora de conseguir un libro. De hecho, como puede observarse, en los últimos años han surgido una cantidad de plataformas online de compra y venta de libros electrónicos, así como de compra de libros físicos a través de “librerías online”.

Si bien el soporte tradicional en papel sigue siendo mayoritario, el crecimiento de los libros electrónicos fue sostenido en los últimos años. Hay un creciente número de sitios gratuitos donde se pueden descargar libros electrónicos. Además, la venta a través del portal de comercio electrónico estadounidense Amazon.com –que comercializa este formato desde 1995– fue mayoritaria por sobre el formato en papel de libros. Es preciso tener en cuenta que la aparición de estas nuevas tecnologías y sus consecuentes prácticas entran en tensión con las instituciones literarias tradicionales y las formas de edición conocidas, así como también ha cambiado a las personas en tanto lectores. Ya no se es “lector” como en décadas pasadas, ni estudiante, ni espectador de una película: hoy los individuos son también internautas: personas que leen, aprecian algo e interactúan, todo al mismo tiempo. Ser

internauta supondría más acciones: mirar, leer, contestar correos y buscar información, lo cual aumenta para muchas personas la posibilidad de ser lectores y espectadores.⁷

Partiendo de la base de que hay una trama de producción autoral, editorial y comercial en relación a la obra, el soporte juega un rol importante ya que con el cambio de soporte aparece un nuevo modelo de transmisión de la información y por ende surgen actores que no pertenecen al mundo editorial, así como surgen los derechos digitales que un autor o una editorial puede tener sobre una obra. Arduo camino que debe la ley abrirse entre los avances vertiginosos de la tecnología. Es justamente en esta encrucijada donde aparecen además los debates en torno al rol que el Estado debe cumplir en la regulación de este tipo de situaciones.

El abordaje de este tema muestra el grado de inestabilidad y dinamismo de los negocios editoriales en el medio digital, que se mueve en un escenario híbrido entre los libros en papel y los libros electrónicos. Asimismo, los editores tratan de sostener plataformas digitales que muestren pero también puedan comercializar contenidos, si bien la hegemonía de plataformas de venta como Amazon parece insoslayable. Además, las herramientas digitales han permitido acercar las diferencias que existían entre las pequeñas y grandes editoriales, ya que las editoriales pequeñas, por sus características de menor escala, son más livianas y tienen más posibilidades para reconvertirse hacia nuevas modalidades de edición.

A lo largo de este texto, hemos visto la emergencia de prácticas y soportes que establecen una circulación virtual de contenidos textuales que progresivamente convive con las tradicionales instituciones del campo. Las figuras del editor, autor y lector, así como las del distribuidor y las librerías se encuentran en permanente transformación, y sus funciones y modos de interacción han ido reconfigurándose a partir de la apropiación social de las nuevas tecnologías y las transformaciones de las últimas décadas que se dieron en el interior del campo editorial.

El futuro ante el paradigma digital: a modo de cierre

Hay posibilidades para indagar o evaluar el grado de adaptación de la industria del libro al entorno digital, analizando algunos indicadores como el porcentaje de contratos de Derecho de Autor adaptados a la publicación en formato digital; el porcentaje de libros digitalizados del fondo editorial; el porcentaje de libros vendidos en formato ebook; el número de plataformas de venta de ebooks, el número de editoriales digitales y proporción en el total de editoriales; el número de e-readers, el porcentaje de libros que se publican en ambos formatos; el porcentaje de facturación del canal digital en relación al total, y el porcentaje de libros digitalizados con contenidos enriquecidos en relación al total.⁸ Sin embargo, es difícil saber cómo se desarrollarán estas tendencias en el futuro: ¿En qué lugar quedará la cultura escrita? ¿Cuál será el rol del editor y las librerías en el futuro? ¿Cuál será la forma que asuman las editoriales? ¿Seguirá habiendo editores, editoriales y librerías? Es innegable que estamos en una etapa de transición, en la cual la hibridez de algunos proyectos descritos en este trabajo (como la plataforma/librería virtual Bubok, así como la Editorial Teseo) es representativa de los cambios culturales que transforman permanentemente la idea de lectura, escritura, autoría y creación. Sin embargo, debemos esperar para poder analizar cuál será en el futuro el impacto de este paradigma digital en el campo editorial local y en sus relaciones internacionales.

8 Costa-Kufinke, J. (2010). Adaptación de las editoriales españolas al libro electrónico. *El profesional de la información*, 19(1), 13-20.