

No es acabar con los libros, es pensarlos de otra manera¹

Jaime Iván Hurtado Bonilla



En un momento en que la industria del libro encuentra en lo digital una oportunidad, que para algunos todavía es sinónimo de peligro e inestabilidad, vale la pena revisar estas anotaciones sobre los retos por enfrentar y los aspectos que indican que bien vale la pena apuntarle a ser críticos y activos partícipes del cambio que presenciamos.

Pido excusas de antemano por retomar como título de este artículo la idea de la obra *Nadie acabará con los libros* (Eco & Carrière, 2010), recientemente editada por Random House Mondadori. Desde su contraportada se nos dice sugestivamente que “El libro es como la cuchara, el martillo, la rueda, las tijeras. Una vez se han inventado, no se puede

hacer nada mejor. El libro ha superado la prueba del tiempo... Quizá evolucionen sus componentes, quizá sus páginas dejen de ser de papel², pero seguirá siendo lo que es”. Lo compartimos, sin duda: el papel se ha mantenido y vivirá perdurablemente en el tiempo, a diferencia de diversos formatos que, siendo mucho más recientes que éste, ya son historia (betamax, disco de acetato, CD, VHS, Video Láser, proyector de diapositivas, etcétera). Nos interesará, como objetivo principal de este artículo, identificar el común denominador de este amplio repertorio, **los contenidos**, y la forma como podemos aprovecharlos para potenciar y hacer realidad los anhelos de bibliodiversidad y amplia circulación —controlada, por cierto— de toda producción intelectual, que garantice simultáneamente la supervivencia y continuo desarrollo de la industria editorial.

“Lo que menos queremos es que a la industria del libro le pase lo mismo que a la de la música”, es la frase recurrente cuando se habla del tema que nos ocupa. No hacemos relación a cosa diferente que aquello que ha marcado la vida de los pueblos, de lo que identificamos como instrumento sinónimo de la cultura, del saber, de la recreación o del ocio. Y sí, es cierto, para alegría o pesar de algunos (según desde donde se le vea, porque como todo, depende del cristal con el que miremos):

el libro está cambiando, mejor dicho, las formas de materializarlo han variado significativamente. No migrantes, migrantes digitales y nativos digitales son hoy tres públicos que acceden a los libros (a los contenidos, ya lo veremos) de manera diferente. Seguramente usted está entre los primeros o los segundos (aspiraríamos entusiastamente que hoy día todos, o casi todos los mayores de 30 años y menores de 80, fuésemos migrantes). Una forma de averiguarlo es saber si lee estas líneas en papel, en la pantalla de su computador, en un lector de libros con tinta electrónica, en una tableta o en su teléfono celular; claro, antes tendríamos que constatar si los editores de esta publicación han permitido y han dispuesto este contenido en estos múltiples formatos, otra cuestión problemática sobre el tema y que nos da luces para entender que el asunto va más allá del medio en el que se publique (por ello también le hemos pedido a los editores de la *Agenda Cultural* Universidad de Antioquia, que gentilmente nos han invitado a escribirlo, que el mismo esté licenciado bajo Creative Commons del tipo Atribución, donde cualquiera pueda copiarlo, distribuirlo, presentarlo públicamente o desarrollar trabajos derivados, siempre y cuando se reconozca y cite adecuadamente su fuente y autor original).

La irrupción de los “cacharros”

Algunas cifras de interés, vigentes al momento de escribir este artículo, llevan a reafirmar lo evidente: la preeminencia de una serie de tecnologías que se relacionan con múltiples formas de producción, promoción y comercialización de libros o contenidos. Veamos quizás las más representativas:

- Google, en su polémico proyecto de digitalización de libros, dio a conocer en la versión más reciente de la Feria del Libro de Frankfurt, que ya son más de 13 millones de libros digitales los que tiene en su proyecto y, de estos, 2 millones con derechos de autor vigentes; próximamente lanzará su versión comercial Google Editions que, sin duda, causará más controversia.
- De las cifras del International Digital Forum Publishers³ se deduce que para cada uno de los dos primeros trimestres del año 2010, la venta de libros electrónicos en los Estados Unidos estaba alrededor de los 90 millones de dólares en promedio. Estas ventas han significado un incremento para este año de más del 183% (con respecto a 2009) y cerca del 700% si se compara este periodo de 2010 con el respectivo de 2008.
- La tableta iPad de Apple ha vendido en el mundo cerca de 20 millones de unidades y se pronostican ventas de alrededor de 55 millones en 2011, lo que supone un crecimiento del 181%⁴; en Colombia ha vendido más de 20 mil unidades, sólo tres semanas después de su lanzamiento en septiembre de 2010. Antes de terminar este año ya se tendrán otras marcas de tabletas compitiendo, intentando capturar las cuotas de mercado en el territorio colombiano. Entre sus variadas funciones se destaca la lectura de libros electrónicos desde las plataformas pertinentes y con el mayor número de contenidos disponibles, aspectos en los que se han afanado sus creadores.
- El reconocido distribuidor de contenidos digitales, Publidisa, España, toma cada vez más una

posición destacada en el ámbito de las soluciones integradas de e-distribution para actores de la cadena del libro en Iberoamérica. Su modelo de e-books de descarga, en el que participan centenares de editoriales de diversos países asociadas a esta empresa, combinado con soluciones de Print On Demand (POD) y de gestión de catálogos editoriales, vislumbra las nuevas formas como se pueden hacer negocios, en un esquema donde los contenidos (impresos, electrónicos) están siempre disponibles para el lector (con *stocks* de 1 a 1), en dirección opuesta a los modelos tradicionales de distribución que todos conocemos hasta ahora.

- La incorporación de lectores electrónicos, pizarras digitales y otros dispositivos, con contenidos predefinidos, brillan por su diversidad y variedad. Recordemos la iniciativa en 2009 del actor Arnold Schwarzenegger como gobernador de California de reemplazar los voluminosos libros de texto por dispositivos con contenidos electrónicos para los estudiantes, iniciativa que parece cumplirse antes de dejar este cargo y que ya se ha replicado en otros lugares del globo, con los riesgos que ello implica, como no contar con los repertorios de contenidos necesarios para cada ámbito de intervención pedagógica o que se pongan los dispositivos, los que hemos denominado en este acápite “los cacharros”, por encima de los contenidos.
- Barnes & Noble acaba de lanzar Pubit!, herramienta de autoedición –self-publishing– para autores que no han logrado acceder a editoriales y que se suma al amplio

repertorio de este tipo de servicios (como Lulu, Bubok, Authorhouse, entre otros). Es un tema que muchas veces se trata “con pinzas”, porque tiene amplias complejidades, comenzando por los propios modelos de negocio y la gran diferencia que existe entre un autor que edita su propio libro por medio de una de estas plataformas y otro que lo hace con el apoyo de una editorial.

A cada cosa su lugar. No es nuestra intención hacer una oda a la tecnología, porque los extremos son viciosos y porque “los cacharros”, los avances y modelos de gestión que se derivan de las múltiples posibilidades que abre esta nueva industria deben estar al servicio de las personas, del lector, diríamos mejor. El libro electrónico no puede ser la *vedette* o un *cliché* al que se llega como un lugar común. Son muchos los retos que existen por delante y se requiere inteligencia para que esta etapa de cambio y de esfuerzos que demanda entender lo que vivimos, nos ponga en un estadio donde el desarrollo del libro pueda seguir siendo tan espectacular, como lo es hoy, pero con lineamientos que cimienten el camino seguro de la industria editorial.

Apocalípticos e integrados... ¿la historia se repite?

Algunos quizás tuvimos la fortuna de leer este clásico de Umberto Eco, modelo 65. Lo recuerdo en mis clases de teorías de la comunicación, por allá en la década del 90. Como se me ha pedido para este artículo prever un público amplio, cuestión que me parece bien, porque si la historia del libro está cambiando no debe serlo sólo para



entendimiento de los especialistas, he encontrado en la Wikipedia una forma aceptable de explicarlo: “Los apocalípticos son aquellos que miran hacia el pasado y se aferran a las viejas costumbres, a las antiguas teologías y a los métodos reaccionarios de rechazo para hallar la verdad. Son los que prefieren obedecer a la autoridad impuesta, en lugar de la guía autoimpuesta del intelecto iluminado. Siguen a una iglesia y a un gobierno, se caracterizan por la devoción y el amor puros, pero no quieren reconocer al espíritu santo como la inteligencia de la que están dotados. Pertenecen a la vieja generación. Los integrados incluye a los místicos intelectuales, a los conocedores de la realidad, que no pertenecen a una religión u organización definidas, pero se consideran miembros de la humanidad, aprenden mediante los mismos símbolos y son el principio unificador que oportunamente salvarán al mundo”⁵.

En los últimos cinco años, especialmente, he podido constatar en diferentes actores de la llamada cadena del libro (autores, editores, impresores,

distribuidores, lectores) posiciones antagónicas cuando se habla de libros y de su relación con la tecnología. Hasta hace unos dos años estas posturas eran extremas entre sí la mayoría de las veces. De este tiempo para acá la postura ha cambiado por un halo de incertidumbre, resignación o espera, para saber los senderos que deberán transitarse. Algunos siguen aquellos que otros se han animado a explorar, otros, irremediablemente, siguen esperando.

El contenido es el rey

Me causó sorpresa escuchar de un librero argentino, en el marco de un evento especializado de la Feria del Libro de Buenos Aires, una pregunta sobre el futuro de las ferias del libro y la aseveración, por lo que venía escuchando, que éstas deberían llamarse “feria de contenidos”. ¿Premonitoria conclusión de alguien que en el noble oficio de librero y en medio de las montañas de libros que ve ir y venir, percibe que más allá del papel lo que importa es lo que estos tienen dentro, sus contenidos?

Afortunadamente son cada vez menos los amigos que me dejo de ganar cuando afirmo que un editor es, ante todo, un gestor de contenidos. Lo importante no será el formato en el que éste los ofrezca (libro impreso, libro electrónico, audiolibro, videolibro, libro multimedia...), sino las múltiples posibilidades y soportes que tendrán los lectores para acceder a estos.

Sin pretender ser anecdótico (pero donde más se aprende es en el diálogo con quienes, como el suscrito, estamos todo el tiempo pensando y desarrollando acciones sobre esta empresa), un colega hacía con picardía

un símil entre lo que pasa hoy con la industria del libro y la partida de un juego de póquer: las cartas se están repartiendo nuevamente. Coloco las cartas de la partida en orden y veo cinco escenarios posibles: 1. Que puedan llegar algunos jugadores que sin ser reconocidos por su tradición editorial, ocupen lugares preponderantes que impactan toda la industria (es lo que está pasando hoy con Apple, Google, Adobe, Amazon, que, literalmente, se están peleando las cuotas más gruesas del mercado). 2. Que otros, a los que llamaré “advenedizos”, puedan tomar lugares destacables en la industria, en detrimento de ella, en las cuestionables modas postmodernas de lo banal, lo inmediato e intrascendente (dejo a criterio del lector el desarrollo de esta idea). 3. Que editores que han hecho toda su vida las cosas de una cierta manera, tomen la firme decisión de diversificar su portafolio de productos aprovechando lo que hoy les ofrece la tecnología y las empresas que trabajan por brindarles las mejores opciones, con la clara intención de ocupar un lugar destacado y garantizar la supervivencia de sus propios proyectos editoriales (a ellos nuestro reconocimiento y mejores deseos). 4. Los que esperan terminar pensionándose antes de que la “debaque” ocurra o que cuando pase ya se encuentren en otro lugar (los “resignados”). 5. Los que prefieren no prestar atención al tema o concentrarse en otras situaciones (como se diría, “no hay peor ciego que aquel que no quiera ver”).

Cuando hago este tipo de disquisiciones siempre debo aclarar que quien escribe no es el tecnófilo, tecnómano o alguien a quien pueda aplicársele cualquier epíteto parecido que se desprenda de acá; ni el “integrado” al que hacía referencia líneas atrás. Quizás pueda ser

un “promotor cultural” a quien le resulta difícil entender la razón por la cual hay todavía tan pocos contenidos, en español por ejemplo, disponibles en la red, dispuestos en plataformas que garanticen el respeto por los derechos de autor, que consoliden oportunidades de negocio para todos los actores y posibiliten el acceso de información para quienes lo requieren.

Nuestra experiencia puntual en el tema, entre ella la propia que hemos podido desarrollar desde Colombia combinando teoría y práctica en www.lalibriariadelaU.com, apunta a concluir que las cifras citadas no son propias de los países más desarrollados o de quienes podría pensarse nos llevan años luz en esta tarea. Existen múltiples experiencias iberoamericanas, latinoamericanas y colombianas, específicamente. El Primer Encuentro Internacional del Libro Digital⁶, llevado a cabo el pasado mes de agosto en el marco de la 23^a Feria Internacional del Libro de Bogotá y promovido por la Cámara Colombiana del Libro, se constituyó en un escenario en el cual un conjunto de expertos reconocidos nacional e internacionalmente abordaron los ejes principales de cuestiones que ocupan a quienes están pensando y repensando estos asuntos: el libro y los modelos de promoción y comercialización (descarga, acceso, publicidad, entre otros); el libro y las redes sociales o denominada “Web 2.0”; el libro, la educación y las plataformas virtuales; el libro y los derechos de autor.

No hay cuestión más inquietante que sentarse a dialogar sobre esto con un editor, un autor, un librero, un bibliotecólogo o un abogado, con rasgos notorios de aquellos a los que Eco llamó “apocalípticos”. El nuevo vocabulario al



que nos enfrentamos pone en el escenario una maraña de variables que no resultan fáciles de entender a primera vista. El tema es saber que el proceso de cambio y reconfiguración, al que hoy irreductiblemente nos vemos abocados, requiere de actores dispuestos a afrontar estas situaciones y a emprender acciones para llegar a nuestro objetivo más preciado: los lectores. Algunas de las tareas pendientes para hacerlo bien son: 1. Oferta de buenos contenidos, correctamente editados y convertidos a las plataformas disponibles o a las elegidas con criterio adecuado. 2. Interacción y participación de los títulos disponibles en las redes sociales. 3. Implementación de adecuadas e innovadoras estrategias de marketing online. 4. Establecimiento de modelos claros de desarrollo, en los que el editor sea el primero en saber cuáles son las posibilidades técnicas que le brinda una manera de hacer las cosas en particular (e-book, descarga, impresión a demanda, e-distribution, acceso a

contenidos, etcétera) y en los que el lector pueda acceder a las producciones fácilmente. 5. Definición de reglas de juego claras, soportadas en adecuados contratos de edición que den entrada a los nuevos medios en los que las obras puedan promoverse y que consoliden el rol del editor (el que algunos estiman que se está perdiendo debido a la aparición de las ya citadas plataformas de autoedición, y el que algunos editores aspiran que los posicione mucho más porque saben cómo hacer las cosas, y sus autores son los primeros en darse cuenta de esto). 6. Formulación de políticas públicas que incentiven la producción y distribución de contenidos en nuevos formatos, en el marco de los derechos de autor y de las leyes vigentes y de las que toque reconstruir, si de lo que se trata es de promover adecuada y asertivamente toda esta producción intelectual.

En lo tocante a políticas públicas, aparece como uno de sus mayores retos el aumento desmedido de la piratería en Internet, llámese en este caso versiones electrónicas de libros impresos escaneados por personas inescrupulosas que en pseudo-redes de lectores los ponen a disposición del público. La más reciente noticia⁷ que vale la pena citar, es la reclamación que hizo al gobierno español el señor José Manuel Lara, Presidente del Grupo Planeta, quien afirmaba: “el autor es libre de colgar su texto en la red y que lo cojan gratis, pero no es lícito que ese libro lo cuelgue en Internet otra persona sin el consentimiento de su autor”. Soy de los que cree que este proceso de maduración se comenzará a dar, y que el apoyo de los gobiernos para ello, entre esto las políticas públicas, es algo fundamental. Contrario a lo que muchos piensan, el avance de lo digital es una buena forma de atacar el fenómeno de la

piratería, en la medida en que, en paralelo, se dé el apoyo de los gobiernos a los contenidos legales disponibles y a buen precio.

A manera de cierre

No podría terminar sin al menos enunciar otra problemática: la densidad / extensión de los textos vs. la banalización / poder de síntesis de las nuevas formas de comunicación. Hace apenas unas horas, cuando estoy terminando de escribir este artículo, se ha anunciado que Amazon acaba de lanzar un formato digital para libros cortos llamado *Kindle Singles*, para contenidos con una extensión entre 10 mil a 30 mil palabras (para quienes usamos Twitter, podría ser el equivalente a la longitud máxima de 140 caracteres), lo que, en la versión del coloso norteamericano, es un “llamamiento a los escritores serios, pensadores, científicos, líderes empresariales, historiadores y editores”. Los libros fragmentados, adjetivo que no me gusta demasiado pero que hace referencia a los contenidos capitulares, ya han hecho su arribo.

Con su reciente premio Nobel, Vargas Llosa será mucho más citado de lo que con justo mérito ha sido reconocido hasta ahora como gran escritor de la humanidad. Nuestra modesta citación apunta a recordar la posición que ha mantenido sobre el libro electrónico; él habla de una “desconfianza visceral”, por ser una banalización de la literatura si se le compara con las obras en papel. Pero también el propio Vargas Llosa anota que es un “proceso irreversible y que este formato servirá para acercar la literatura a un público más amplio”. He aquí el reto, la responsabilidad y las formas como esto puede hacerse, pese a

las banalizaciones, que no faltarán, cuando el sueño de todo bibliotecólogo hoy está más que cumplido. La tecnología ha logrado con creces la bibliodiversidad y la circulación del libro, rompiendo barreras de espacio, tiempo y lugar. Lamentablemente, todavía hay quienes no quieren dar este salto o se muestran demasiado cautos cuando se trata de usar las opciones que existen para la promoción y distribución electrónica de sus contenidos. Todavía hay muchos textos que no circulan por falta de gestión en temas de derecho de autor, conocimiento de los editores o lo que yo llamaría “actitud por ponerse a la vanguardia”, cuando la tecnología nos lo permite, porque si algo nos enseña la tecnología es que podemos en un solo paso subir más de un escalón. Todo depende de saber hacerlo.

La barca ya ha llegado a la otra orilla. Algunos creen que todavía no es el momento, o simplemente no lo quieren percibir. Ese 2% que muestran las más recientes estadísticas de la industria española como ingresos generados por venta de libros electrónicos, o el poco más del 9% del mercado estadounidense, pueden parecer cifras muy modestas. El tiempo (no mucho, sin duda) terminará demostrando lo que ya se vislumbra como una realidad. La cuestión será establecer qué contenidos y en qué medios estarán leyendo los lectores en breve tiempo, en qué estado del proceso estará cada editor con sus contenidos y qué libros y tipo de libros leerán los lectores (especialmente los migrantes y nativos, a los que hicimos alusión al inicio).

Se acerca el día en que nuevos millones de contenidos estén disponibles ampliamente en la red de forma controlada, y que las joyas de la corona de algunos editores que no se animaron

a dar el salto dormirán el sueño de los justos, reposando en almacenes llenos de papel, sinónimo de un modelo que hoy ya ha cobrado fatiga. Cada quien tomará su propio camino, está claro en cuál estamos nosotros y que nadie quiere acabar con los libros.

Bibliografía

Eco, Umberto y Carrière, Jean-Claude, *Nadie acabará con los libros. Entrevistas realizadas por Jean-Philippe de Tonnac*, Barcelona, Random House Mondadori, 2010.

Libros en la nube, blog especializado en Internet, en: <http://librosenlanube.blogspot.com>.

Libros & Bitios, blog especializado en Internet, en: <http://jamillan.com/librosybitios>.

Libros & Tecnología. Revolución silenciosa del sector editorial, blog especializado en Internet, en: <http://www.librosytecnologia.com>.

Mula, Luis Abril *et al*, "Convierta sus acciones de marketing editorial tradicional en acciones de marketing", [on line], en: *Marketing On Line y comercio electrónico como estrategias para enfrentar la crisis*, Publidisa, España, abril de 2009, 170 p.

Notas

1 Este artículo está licenciado bajo Creative Commons (Attribution License).

2 La negrita es nuestra.

3

http://www.idpf.org/doc_library/industrystats.htm, consultado el 12 de octubre de 2010.

4

<http://www.elmundo.es/elmundo/2010/10/15>

[/navegante/1287137432.html](#), consultado el 15 de octubre de 2010.

5

http://es.wikipedia.org/wiki/Apocal%C3%ADpticos_e_integrados, consultado el 1 de octubre de 2010.

6 Mayor información y memorias de este encuentro se puede consultar en: <http://muestrayencuentrodellibrodigital.net>.

7 Mayor información en <http://www.adn.es/cultura/20101014/NWS-1748-planeta-lara-premio-libro-pirateria.html>.

Jaime Iván Hurtado Bonilla

(gerencia@lalibriadelau.com).

Comunicador Social-Periodista,

Especialista en Gerencia Educativa, con formación permanente en mercadeo, comunicación, edición, edición universitaria, semiótica, e-learning, e-commerce y educación superior, áreas de las que ha sido docente en diversas universidades colombianas. Fue director de Publicaciones de la Universidad de La Salle, vicepresidente y presidente de la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia – Aseuc – y director del Centro de Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación de la Universidad Pedagógica Nacional. Actualmente es gerente de Hipertexto Ltda, gestor y gerente de www.lalibriadelau.com, miembro de la junta directiva de la Cámara Colombiana del Libro y coordinador del Comité de Tecnología de este organismo.