

Políticas editoriales en el entorno digital. El caso de los materiales educativos.

Carolina Tosi.

Cita:

Carolina Tosi (2014). *Políticas editoriales en el entorno digital. El caso de los materiales educativos. I Jornadas Nacionales de Humanidades Digitales. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/aahd2014/80>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eXtF/4qd>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras
Universidad de Buenos Aires



Las Humanidades Digitales desde Argentina

Tecnologías, Culturas, Saberes



Buenos Aires, 2014

Actas de las I Jornadas de Humanidades Digitales



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras

FILODIGITAL
Repositorio Institucional de la Facultad
de Filosofía y Letras, UBA

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Decana Graciela Morgade	Secretaria de Investigación Cecilia Pérez de Micou	Subsecretario de Publicaciones Matías Cordo
Vicedecano Américo Cristófalo	Secretario de Posgrado Alberto Damiani	Consejo Editor Virginia Manzano, Flora Hilert; Carlos Topuzian,
Secretario General Jorge Gugliotta	Subsecretaria de Bibliotecas María Rosa Mostaccio	María Marta García Negroni Fernando Rodríguez, Gustavo Daujotas; Hernán Inverso, Raúl Illescas Matías Verdecchia, Jimena Pautasso; Grisel Azcuy, Silvia Gattafoni Rosa Gómez, Rosa Graciela Palmas Sergio Castelo, Ayelén Suárez
Secretaria Académica Sofía Thisted	Subsecretario de Transferencia y Desarrollo Alejandro Valitutti	
Secretaria de Hacienda y Administración Marcela Lamelza	Subsecretaria de Relaciones Institucionales e Internacionales Silvana Campanini	
Secretaria de Extensión Universitaria y Bienestar Estudiantil Ivanna Petz		

Cantamutto, Lucía

Actas de las I Jornadas de Humanidades Digitales / Lucía Cantamutto; Gimena del Río Riande; Gabriela Striker (eds.). - 1a ed. . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires, 2015.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga
ISBN 978-987-3617-89-8

1. Ciencias Sociales y Humanidades. 2. Aplicaciones Informáticas.

I. Río Riande, Gimena del II. Título
CDD 301

LAS HUMANIDADES DIGITALES DESDE ARGENTINA: CULTURAS, TECNOLOGÍAS, SABERES

Gimena del Rio Riande, Lucía Cantamutto, Gabriela Sriker (eds.)

PRELIMINARES

Sobre la Asociación Argentina de Humanidades Digitales y sus Primeras Jornadas. Palabras preliminares. FUNES, Leonardo (IIBICRIT, CONICET)

La Asociación Argentina de Humanidades Digitales. Punto de encuentro para las culturas, las tecnologías y los saberes. RIO RIANDE, Gimena del (IIBICRIT, CONICET)

I. REPRESENTACIONES SOCIALES Y HUMANIDADES DIGITALES

Asuntos globales en clave digital: mapeando prácticas, herramientas y desafíos. BRUSSA, Virginia (CIM, Universidad Nacional de Rosario)

¿De qué hablamos cuando hablamos de Humanidades Digitales?. DEL RÍO RIANDE, Gimena (SECRIT-IIBICRIT, CONICET)

Narrativas sobre salud materna. ORTIZ, María (GarageLab)

El Laboratorio de Innovación en Humanidades Digitales y la redefinición del perfil del humanista y la academia en el siglo XXI. GONZÁLEZ BLANCO García, Elena (Universidad Nacional de Educación a Distancia, España)/MARTÍNEZ CANTÓN, Clara Isabel (Universidad Nacional de Educación a Distancia, España)/ RIO RIANDE, Gimena del (IIBICRIT, CONICET)

II. REPOSITORIOS, DOCUMENTACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y EDICIÓN DIGITAL ACADÉMICA

Una propuesta metodológica de relevamiento para iniciar proyectos de digitalización y preservación. BORREL, Marina (Universidad Nacional de La Plata)/FUENTE, María Virginia (IdIHCS, Universidad Nacional de La Plata)/GONZÁLEZ, Claudia (IdIHCS, Universidad Nacional de La Plata)

Transformación de datos y jerarquización de saberes. Notas acerca del proyecto ReMetCa. BARRIOS MANNARA, Mariana (Universidad de Buenos Aires)/ RIO RIANDE, Gimena del (IIBICRIT, CONICET)

Cóncavo y convexo: Documentación y Humanidades Digitales, punto de inflexión. BOSCH, Mela (CAICYT, CONICET)

Repositorio colaborativo de comunicaciones digitales: aproximación a un corpus para el español. CANTAMUTTO, Lucía (Universidad Nacional del Sur-CONICET)/VELA DELFA, Cristina (Universidad de Valladolid)

Proyecto Archivo Digital Dr. Alberto Rex González: digitalización y catalogación de un fondo documental en dirección al acceso abierto. DOMÍNGUEZ, Marcelo Adrián (DILA-CAICYT, CONICET)

Plataforma Interactiva de Investigación en Ciencias Sociales. LEFF, Laura (PLIICS, CONICET)/PLUSS, Ricardo (PLIICS, CONICET)

Propuestas y desafíos para una base de datos de mujeres artistas en Argentina. GLUZMAN, Georgina (Universidad de San Martín-CONICET)

Un proyecto de edición digital académica en Argentina. *Diálogo Medieval.* RIO RIANDE, Gimena del (IIBICRIT, CONICET)/ZUBILLAGA, Carina (IIBICRIT, CONICET/Universidad de Buenos Aires)

III. LA PUBLICACIÓN DIGITAL

Herramientas de publicación académica en la web 2.0: ¿tercera vía para el acceso abierto?. DE GRANDE, Pablo (Proyecto Acta Académica)/QUARTULLI, Diego (Proyecto Acta Académica)/RUSSO, Alejandra (Proyecto Acta Académica)

Publicaciones digitales: hacia una edición profesional. DIEZ, María Clara (Universidad de Buenos Aires)/KESSLER KENIG, Carola (Universidad de Buenos Aires)

Editing de publicaciones digitales. ESPÓSITO, Cecilia (Universidad de Buenos Aires)

Políticas editoriales en el entorno digital. El caso de los materiales educativos. TOSI, Carolina (CONICET – Universidad de Buenos Aires)

Hypothèses: un aliado para las Humanidades Digitales. TEJADA-CARRASCO, Beatriz (Universidad Nacional de Educación a Distancia, España)

IV. REFLEXIONES SOBRE LO DIGITAL

Las humanidades en la era del canon digitalizado. GABRIELONI, Ana Lía (Universidad Nacional de Río Negro-CONICET)

Ejes para un debate sobre el uso ético de datos interaccionales escritos y orales obtenidos en línea. DE-MATTEIS, Lorena M. A. (CONICET- Universidad Nacional del Sur)

Imaginario y Tecnologías Digitales: el sueño del receptor activo. LESTA, María Laura (Universidad Siglo 21)/ORTEGA VILLAFañE, Manuel (Universidad Siglo 21)/RODRIGUEZ, Ana Paula (Universidad Siglo 21)/TORRES, Celeste Rocío (Universidad Siglo 21)

El conocimiento digital desde una visión foucaultea. PIRIZ, Franco (Universidad Nacional de Mar del Plata)/ CAMARA, Ezequiel (Universidad Nacional de Mar del Plata)

V. EDUCACIÓN Y DESAFÍOS DIGITALES

La implementación de las tecnologías móviles en las escuelas: las ciudadanías digitales. HANDAL, Boris (Universidad de Notre Dame, Australia)/WATSON, Kevin (Universidad de Notre Dame, Australia)/DENG, Hui Hong (Universidad de Notre Dame, Australia)

Conectar Igualdad, la política de inclusión tecnológica del Estado argentino. Reflexiones sobre la escolarización en el siglo XXI. NECUZZI, Constanza (Programa Conectar Igualdad, Universidad de Buenos Aires)

Construcción de espacios interculturales en la educación superior: un abordaje desde las clases invertidas. POZZO, María Isabel (Universidad Nacional de Rosario)/TALLEI, Jorgelina (Universidad de Integración Latinoamericana)

Producción y gestión de contenidos educativos digitales y una nueva agenda. SAGOL, Cecilia (Ministerio de Educación, Portal educ.ar)

Comunidades de práctica virtuales: conocimiento compartido para el crecimiento profesional y personal de los docentes. SCORIANS, Erica Elena (Universidad Nacional de La Plata)/VERNET, Mercedes (Universidad Nacional de La Plata)

VI. COMUNICACIÓN. TEXTO E IMAGEN DIGITAL (Imagen y comunicación digital)

La comunicación por mensajes de texto en el español bonaerense: uso y percepción. CANTAMUTTO, Lucía (Universidad Nacional del Sur-CONICET)

Las nuevas tecnologías y los estilos comunicacionales de jóvenes universitarios. GIAMMATTEO, Mabel (Universidad de Buenos Aires)/ PARINI, Alejandro (Universidad de Belgrano)

La imagen en Facebook y la comunicación visual móvil. El caso de la fotografía celular. GUREVICH, Ariel (Universidad de Buenos Aires)/SUED, Gabriela (Universidad de Buenos Aires)

Contenido digital accesible. Accesibilidad de los materiales y entornos virtuales académicos. MARTINEZ, María del Milagro (Universidad Nacional de Córdoba)

Los dos Borges. Imágenes de un escritor en YouTube. De la cultura textual a la cultura visual. SUED, Gabriela (Universidad de Buenos Aires)

De lo vertical a lo disperso. Apuntes para una historia de la perspectiva. MENDOZA, JUAN (Universidad de Buenos Aires-CONICET)

VI. LAS HUMANIDADES DIGITALES EN PRÁCTICA

Introducción a la edición digital académica. MARTÍNEZ CANTÓN, Clara Isabel (Universidad Nacional de Educación a Distancia, España)/RIO RIANDE, Gimena del (IIBICRIT, CONICET)

Gestores de referencias bibliográficas. Zotero y Mendeley. CAMPOS, Guadalupe (Universidad de Buenos Aires)/VILAR, Mariano (Universidad de Buenos Aires)

Introducción a la edición de textos en LaTeX. DE-MATTEIS, Lorena (Universidad Nacional del Sur-CONICET)

Archivos y mapas. NAVARRO, Gustavo (Universidad Nacional de la Patagonia Austral)

Bibliotecas y archivos digitales con Greenstone. PICHININI, Mariana (Universidad nacional de La Plata)

Scrapping visual. CINGOLANI TRUCCO, Gino (Universidad de Buenos Aires)/RODRÍGUEZ KEDIKIAN, Martín (Universidad de Buenos Aires)/VACCARI, Gonzalo (Universidad de Buenos Aires)/ALONSO, Julio (Universidad de Buenos Aires)

Políticas editoriales en el entorno digital.

El caso de los materiales educativos

TOSI, Carolina / CONICET. Universidad de Buenos Aires – carolinaltosi@gmail.com

» *Palabras clave: edición digital, editor, política editorial, materiales educativos, mercado.*

» **Resumen**

El presente trabajo ofrece un recorrido a través del ámbito de la edición digital en la Argentina y aborda específicamente el caso de la publicación de materiales educativos digitales. Por un lado, se analizan los formatos más recurrentes y, por otro, se indagan los materiales educativos destinados a las escuelas, producidos tanto por las editoriales escolares como por el Estado. Finalmente y respecto del rol del editor, se plantea la necesidad de que los profesionales conciban al entorno digital como un *espacio editorial*, que produzca, publique y distribuya contenidos innovadores.

» **Introducción**

El presente trabajo se ocupa de ofrecer una aproximación al actual panorama de la edición digital en la Argentina y, sobre la base de trabajos previos (Tosi, 2013 y 2014), se analiza, específicamente, el caso de la publicación de materiales educativos digitales. Los objetivos principales consisten en caracterizar el mercado de las publicaciones digitales e indagar las formas de apropiación de las nuevas tecnologías por parte de las editoriales escolares y del Estado.

En el marco de la perspectiva de los estudios de la historia de la lectura y la cultura escrita (Bourdieu, 1992, 1999 y 2007; Chartier 1992 [2005], 1993, 1995 y 2000; A. M. Chartier & Hébrard 1994 y 2002; Cavallo & Chartier, 2001, entre otros), analizamos el estado actual de la edición digital en un campo cultural en especial, el educativo, y damos cuenta de algunas de las políticas editoriales escolares implementadas tanto en el ámbito privado como en el estatal.

Como es sabido y, según los estudios ya clásicos de Bourdieu (1992) -que Thompson (2005) retomó y amplió para estudiar la industria editorial de la última década-, dentro del mundo editorial es posible distinguir campos con sus propias características, dinámica e historia (por ejemplo, los campos educativos, literarios, académicos de autoayuda, etc.)¹. En este sentido, cada campo no solo abarca un mercado, sino también a sus integrantes, organizaciones y las relaciones entre ellos. Por eso cada campo editorial se posicionará de forma diferente frente al paradigma de la edición digital y realizará elecciones específicas según sus objetivos e intereses y de acuerdo también con su sustrato económico. Evidentemente, una editorial pequeña no podrá enfrentar de igual manera la inversión en tecnología que una grande². De ahí que pueda concebirse al campo como un espacio de recursos y poder con sus “propias formas de competición y recompensa” (Thompson, 2005: 6).

Por otra parte, resulta de vital importancia para nuestra investigación el concepto de *políticas editoriales* desarrollado en de Diego (2006 y 2014). Desde tal perspectiva, las políticas editoriales se relacionan con las decisiones que las empresas toman respecto de los procesos de producción y edición, que incluyen también las condiciones materiales de los libros. Entre las decisiones que se tomen, no hay dudas de que el soporte elegido para la publicación, ya sea impreso, ya sea digital, cobra especial interés para el estudio de las características de una determinada política editorial.

Como instrumento de trabajo central de esta investigación, se recurre, por un lado, al análisis documental (Bachelard, 1978) de diferentes fuentes. Entre ellos, se destacan los catálogos, los materiales impresos y online e informes de la Cámara Argentina del Libro (= CAL). Por el otro, se aplicaron entrevistas a editores de editoriales escolares como instrumento de trabajo, con el objetivo de obtener un mayor conocimiento sobre el campo y facilitar la comprensión del objeto así como para poder establecer relaciones más precisas entre los libros, sus productores y sus usuarios.

En lo que sigue, primero se presenta el estado actual del sector del libro digital, de acuerdo con las estadísticas e informes elaborados por CAL. Luego, se muestran ciertas políticas editoriales y estatales del material educativo digital y se indaga la función que cumple el Estado en la democratización del conocimiento. A partir lo desarrollado, se replantea el rol del editor de contenidos dentro el entorno digital.

› ***Una aproximación al mercado digital en la Argentina***

¹ En los estudios centrados en la edición, resultan nodales las nociones de Bourdieu (1992) de “fluidez del espacio social” e “independencia de los campos”, en la medida en que estas posibilitan comprender que cada campo cultural está regido por sus propias leyes. Para ampliar el tema, consultar Bourdieu (1992, 1999 y 2007).

² No obstante, según se analiza más adelante, las empresas pequeñas pueden utilizar la edición de publicaciones digitales como una forma más democrática de acceso a la información y como una posibilidad de acotar los costos que supone el papel, lo cual puede posibilitar una circulación bibliográfica más dinámica.

No hay dudas de que la edición de libros electrónicos aún es muy reducida en comparación con la impresa. En efecto, según el informe estadístico realizado por la CAL para 2013, que se basa en los registros de libros realizados por las editoriales en la Agencia Argentina de ISBN, solo un 16% de los libros se editan en formato digital³:



Imagen 1. Soportes de edición. Fuente: CAL.

No obstante, se observa una marcada diferencia entre los tipos de editores que se inclinan por la edición digital. Las instituciones educativas y las universidades son las que cuentan con más presencia: promedian el 40% frente a empresas editoriales, comerciales, ediciones gestionadas por el autor, instituciones privadas y entidades públicas, que oscilan entre un 13 y 18% de producción digital. Sin dudas, el segmento que más impulsa la edición digital es el conformado por instituciones universitarias y educativas en general:

³ Las imágenes 1 a 4 fueron extraídas del informe estadístico anual de producción del libro argentino 2013, realizado por la CAL sobre la base de la información proporcionada por la Agencia Argentina de ISBN.

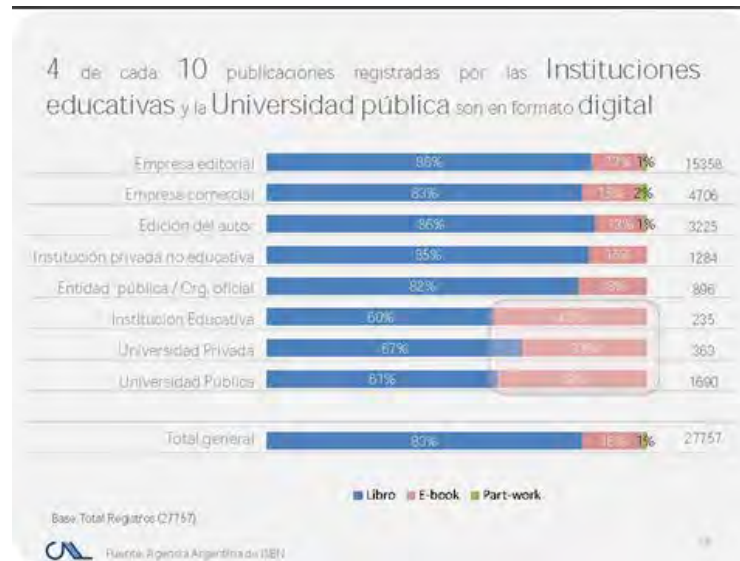


Imagen 2. Tipos de editores en el entorno digital. Fuente: CAL.

Además, el informe consultado manifiesta que la distribución de los *e-book* se realiza por dos vías: la venta directa y la distribución gratuita (*Imagen 3*). Esta última modalidad evidencia algunas de las ventajas que otorga la publicación digital: la promoción y el acceso libre a la información. Ejemplos de este tipo de publicaciones lo constituyen las actas de congreso, de jornadas y de otros tipos de eventos, así como las revistas científico-académicas. De hecho, Esteves (2014) subraya que, como soportes de información, los medios digitales se han transformado en artefactos más eficientes que el libro en papel; esto es “en cuanto a capacidad de almacenamiento, velocidad y costo de actualización; prueba de ello son las guías telefónicas, las enciclopedias, los diccionarios, los vademécum farmacéuticos o los catálogos bibliográficos” (Esteves, 2014: 99).



Imagen 3. Canales de distribución digital. Fuente: CAL.

Por otra parte, los campos culturales que publican sus textos en formatos digitales son las Ciencias Sociales y la literatura para adultos (*Imagen 4*). En cuanto a la literatura para adultos, se registra, en general, una tendencia a que haya versiones digitales de los libros en papel y, en particular, las editoriales independientes han apostado y revitalizado el canal digital para publicar las novedades. Sin embargo, aún los índices de venta son muy inferiores respecto del libro impreso, tendencia que se replica en los mercados de la edición en inglés:

Si en Estados Unidos y Gran Bretaña ocho de cada diez libros de ficción se venden en papel, la relación es inversa en el caso de los diccionarios, las enciclopedias, las guías telefónicas y el resto del conjunto de libros que, al decir de Umberto Eco, “sirven para consultar” (Esteves, 2014: 99).

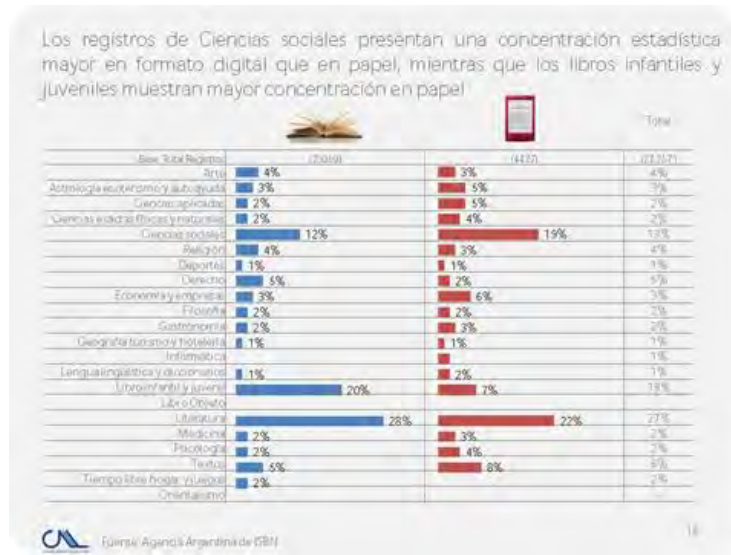


Imagen 4. Ámbitos de edición digital. Fuente: CAL.

A partir de esta aproximación inicial, a continuación se procede a indagar el caso particular de la publicación de materiales educativos digitales.

› **Formatos digitales**

Antes de presentar el análisis, es preciso dar cuenta de los géneros o formatos característicos de las tecnologías digitales. Entre aquellos que menciona Cassany (2012), se encuentran el chat, los juegos de rol, el correo, el foro, la web, la wiki, el blog y las redes sociales. Más de allá de que podamos cuestionar si la web y las redes sociales son “géneros” en sí, ya que estos conforman plataformas de publicación de otros géneros y formatos variados, es significativo que Cassany no haya incluido en su clasificación a los libros digitales, los audiolibros, las revistas digitales, etc. Atento a ello y, sobre la base de la investigación que efectuamos en el campo de la edición educativa, es posible rastrear ciertos formatos digitales, que son caracterizados en lo que sigue.

En primer lugar, uno de los formatos más utilizados –pero que presenta la menor especificidad en el ámbito digital– es el *archivo de un texto en pdf* (programa *Adobe Acrobat Profesional*) subido a una página web. Se trata de un modo de publicación que implica el mero

traslado del texto impreso a la pantalla y prácticamente no posee ninguna característica propia correspondiente al ámbito digital. Tengamos en cuenta que:

Un texto “estático” era una de las características distintivas del libro en papel. Las nuevas tecnologías hacen posible la interactividad con el lector, la inclusión de videos, ligas a *web sites*, infografías animadas y otros recursos digitales complementarios al texto y muy útiles para los libros de “utilidad práctica” (Esteves, 2014: 118-119).

Entonces, un texto o libro en pdf subidos a la web estaría amulando al texto en papel: constituye una traslación de soporte, que no da cuenta de la especificidad multimodal. Actualmente, diversas editoriales escolares comercializan los pdf de los libros en *bajalibros.com*. Si bien en algunos casos, les agregan ciertos recursos digitales (como links u otros archivos en PDF insertados), no terminan de aprovechar cabalmente las posibilidades que brinda el entorno digital, y las propuestas editoriales se limitan, entonces, a ofrecer un libro con algunos agregados, con “un bonus”, como lo denomina García (2013), pero sin potenciar la interactividad con el lector que mencionaba Esteves (2014).

En segundo lugar, registramos diversos formatos que podemos englobar en el grupo *recursos educativos* que suelen encontrarse en páginas educativas específicas, como el portal *educ.ar*. Los recursos implican una amplia variedad de materiales pedagógicos destinados tanto para el alumno como para el docente: juegos, videos, actividades interactivas, cazas del tesoro, audiolibros etc., que logran plantear la interactividad con los usuarios.

En tercer lugar, podemos referirnos a las *revistas científico-académicas digitales*. Respecto de las revistas científicas, estas privilegian el acceso gratuito de la información, así como permiten la renovación constante e inmediata de los contenidos. De este modo, garantizan el almacenamiento y la actualización de los datos. Un ejemplo de ello son las revistas que se alojan en las *Revistas Científicas de Filo*, un portal de publicación de la Universidad de Buenos Aires que ha digitalizado el fondo de las revistas científicas de la Facultad de Filosofía y Letras⁴. Si dentro del campo científico-académico, nos referimos a ejemplos de publicaciones con ISBN, podemos mencionar como ejemplos ilustrativos el caso del Instituto de Lingüística, que ofrece de forma online libros y actas de congresos, jornadas y otros eventos. Vale aclarar que en 2014 se ha dictado un curso de XML para los editores de las editoriales universitarias nacionales, con el fin de que puedan realizar la edición digital de sus materiales.

Para concluir este apartado, mencionamos a los *libros digitales*, que se conforman a partir de la inclusión de recursos interactivos y multimedia, como videos, mapas, infografías y audio, entre otros, que pueden utilizarse en distintos soportes o dispositivos (computadoras, *tablets*, etc.) y se caracterizan por garantizar la interactividad con el lector.

Sin dudas, en el ámbito de la edición de materiales escolares, los formatos más usuales son

⁴ En <http://revistascientificas.filo.uba.ar>. Para ampliar el tema, consultar Diez & Kessler Kenig (2015), trabajo que figura en este mismo panel.

los recursos digitales y los libros digitales, cuyo análisis será presentado a continuación.

Los materiales educativos para la escuela

Respecto de los materiales educativos, en lo que sigue vamos a referirnos primero a la producción actual de las editoriales y luego a las del Estado.

Las empresas editoriales

Cabe recordar que, según Porter (1987), dentro de un sector industrial las estrategias genéricas comerciales son dos. Por un lado, el *liderazgo en costos*, a través del que se procuran productos con los precios más bajos dentro del sector. Por el otro, la *diferenciación*, que posibilita que el cliente perciba algún atributo exclusivo y que justifique el pago superior a otro producto de la competencia.

Esta última estrategia es la que despliegan muchas de las editoriales escolares líderes. Se trata de grandes grupos, que disponen de estructura, tecnología y recursos para ofrecer un producto diferenciado, que es el libro digital, publicado y distribuido a través de una plataforma educativa.

Si bien la producción de este tipo de material es incipiente, las editoriales, generalmente multinacionales, ofrecen libros digitales interactivos, aunque suelen replicar la experiencia de sus casas centrales (europeas). Se aplican en plataformas ya creadas -como *Edusfera* de Santillana o los libros digitales de SM, con sus sedes centrales en España- en nuestro país, se elaboran o adaptan los contenidos. Debido a los altos costos de producción y mantenimiento, las empresas apuntan a ofrecer este tipo de productos a escuelas privadas de alto poder adquisitivo. De hecho, para que el negocio sea redituable, la plataforma tiene que ser utilizada por cada escuela en su totalidad, es decir por todos los cursos de una determinada institución.

A modo de ejemplo, presentamos el caso de la plataforma *Edusfera* de Santillana (*Imagen 5*). En el marco de este proyecto, desde hace aproximadamente seis años, se producen contenidos digitales escolares. Consisten en las versiones de los libros impresos, aunque en los diferentes capítulos se incorporan videos, animaciones, actividades interactivas y enlaces a páginas web. Además, el formato permite que el docente y el alumno personalicen el libro y lo intervengan. Las ventas de este producto se realizan vía web y las descargas son controladas y no se pueden copiar de una máquina a otra.



Imagen 5. Edusfera, plataforma digital de Santillana. <http://www.edusfera.com.ar/>

Asimismo, los libros digitales de editorial SM ofrecen, por un lado, contenidos y acompañamiento al docente, y, por el otro, software y equipamiento tecnológico.

Según se observa en la doble página del libro de SM⁵ (Imagen 6), se trata de la conversión del libro impreso a formato digital, al que se le suman diferentes recursos multimodales (enlaces, videos, PDF, etc.). Al igual que en el ejemplo previo, el editor incorpora una barra de herramientas para el profesor, que le permite introducir recursos (crear enlaces, subir videos, etc.) y otra para el alumno, que le da la posibilidad de intervenir el texto.

⁵ Disponible en: <http://previewlibros.grupo-sm.com/A1CE1B69-0212-4626-BDB3-9FA00B1B7B68.html>



Imagen 6. Libro digital de SM.

Tales ejemplos evidencian una política editorial que promueve la innovación digital ya que no solo incluye la aplicación de recursos multimodales sino que también hace posible la interactividad de los usuarios en la medida en que estos pueden intervenir el texto, incorporar sus propios archivos y compartir los materiales entre sí. De ahí que pueda afirmarse que en estos productos la experiencia de lectura y escritura tradicional se transforma. No obstante, vale aclarar que dichos materiales se generan a partir de la conversión del texto impreso en digital: por ahora no hay una producción autónoma e independiente de *e-books*. Por otra parte, sin dudas, el problema más importante que presenta dicho modelo de negocio es el precio elevado, que limita la adopción de la plataforma a una cantidad reducida de instituciones que cuenten con alto poder adquisitivo.

Por el contrario, las editoriales más chicas (medianas y pequeñas) aún no suelen producir contenidos digitales, debido a que, según nos informaron los editores a través de las encuestas realizadas, la inversión es muy alta, puesto que supone la implementación de una plataforma en los colegios y en cada una de las computadoras de los alumnos, así como la asistencia continua a los usuarios.

El Estado editor

Respecto del rol del Estado como editor, debemos referirnos al Programa Conectar Igualdad, que impulsa el modelo 1 a 1 y fue creado en abril de 2010 a través del Decreto N° 459/10. Fue implantado en conjunto por Presidencia de la Nación, la Administración Nacional de Seguridad

Social (ANSES), el Ministerio de Educación de la Nación, la Jefatura de Gabinete de Ministros y el Ministerio de Planificación Federal de Inversión Pública y Servicios. Concebido como una política de inclusión digital de alcance federal, el programa Conectar Igualdad distribuyó 3.500.000 de *netbooks* a alumnos y docentes de las escuelas secundarias, de educación especial y de los institutos de formación docente de gestión estatal, durante 2010 a 2013.

En este nuevo contexto, adquiere protagonismo el *Portal educ.ar* (creado en 2003), dependiente del Ministerio de Educación de la Argentina (*Imagen 7*). Se trata de un sitio con contenidos, plataforma de formación a distancia y otros servicios del ámbito digital, destinados a docentes, alumnos, familias, directivos, investigadores y organizaciones. Los recursos son gratuitos y muchos de ellos están instalados en las mismas *netbooks* de los usuarios; otros pueden descargarse de la página web. Pueden buscarse a través de diferentes criterios: por tipo de recursos (actividades, aplicaciones, efemérides, infografías, mapas, juegos, *webquest*, etc.) o bien a partir del formato (audio, colecciones, enlaces, galería de imágenes, libro electrónico, recurso interactivo, *software* y video)⁶.



Imagen 7. Portal educ.ar. <http://www.educ.ar/>

Como es evidente, este tipo de proyectos digitales aprovecha las ventajas que brinda el entorno digital. Funciona, en términos de Adell (2004) –cuando se refiere a los alcances de Internet–, como biblioteca, imprenta y canal de comunicación. En efecto, en tanto biblioteca, el

⁶ Además, hay actividades de capacitación docente mediante talleres virtuales y presenciales en todo el país, así como postítulos, como la Especialización Docente en Educación y TIC.

portal aquí abordado pone al alcance del usuario un gran acervo bibliográfico digitalizado; como imprenta, difunde sus producciones y proyectos; en tanto canal de comunicación, garantiza la comunicación entre docentes, alumnos e instituciones de todo el país. Pero, además, es posible plantear que el entorno digital puede funcionar, como *editorial* que elabora, publica y distribuye contenido y el editor es quien debe aprovechar esas ventajas y sacar el mayor rédito posible de ellas.

Los destinatarios del portal son los directivos, docentes y alumnos de las escuelas públicas - a diferencia de lo que sucedía en el estudio de caso antes referido-, que acceden a un servicio educativo libre y gratuito. De esta forma, el Estado se reformula y consolida como editor -tarea que no había asumido durante décadas- y distribuidor de materiales digitales.

› **A modo de conclusión**

A lo largo del trabajo, hemos bosquejado la situación actual de la edición digital en la Argentina. A pesar de que el crecimiento en este ámbito es pausado, se detectan sectores que recurren con gran avidez a las nuevas tecnologías para publicar sus materiales. Es el caso de las instituciones educativas y las universidades que se valen de las posibilidades y ventajas que ofrece la edición digital. Hemos visto que esta tendencia se ancla en dos aspectos. Por un lado, la edición digital les permite la *desintermediación*. En efecto, como sostienen Gil y Giménez, “en el campo editorial, hay un enorme mercado de nichos, producido por la hipersegmentación, que inevitablemente solo podrá ser satisfecho desde Internet” (Gil & Jiménez, 2011: 29). Por otro lado, las publicaciones digitales de esos ámbitos ofrecen contenidos de un modo más económico, garantizan, el almacenamiento y la actualización del material y alientan la comunicación entre los miembros de una misma comunidad virtual. En este sentido, la edición digital posibilita un acceso más democrático a la información y promueven que el conocimiento se comparta eficazmente. Además, la edición digital contribuye a la revitalización editorial, en la medida en que los fondos bibliográficos pueden ser digitalizados y hacerse visibles.

Respecto de la edición de materiales digitales escolares, mostramos que se producen cambios en los modelos de formatos comerciales y, por ende, se rastrea una reciente transformación en el paradigma tradicional de la industria. De ahí que el impacto tecnológico genere nuevas políticas editoriales e impulse que el Estado se desempeñe como editor de materiales propios. Según analizamos, desde hace unos años el Estado despliega políticas editoriales continuas a través de la publicación y distribución de materiales digitales destinados a alumnos y docentes de las escuelas públicas, a través del portal educ.ar. De este modo, el Estado se ha convertido en productor de contenidos y editor. Por su parte, las grandes editoriales educativas se están incorporando al paradigma, aunque lenta y paulatinamente, y destinando su material a un

público acotado de alto poder adquisitivo. Lejos de ese contexto, las medianas y pequeñas editoriales educativas por ahora permanecen al margen de la edición digital debido a los altos costes de inversión. No obstante, es posible considerar que en un futuro no muy lejano se logre el trabajo conjunto entre editoriales y Estado. Si en ciertos mercados de Latinoamérica, como Brasil, México y Argentina, el Estado es un importante comprador de libros educativos y literatura infantil (Esteves, 2014: 51), podría esperarse que pronto las empresas editoriales provean de contenidos digitales a los portales educativos estatales.

Finalmente, resta referirnos al rol del editor de contenidos en el entorno digital. Consideramos que se trata de un profesional que no tendría que planificar libros electrónicos limitándose a las características del libro en papel. Solo si el editor abandona la idea de que el libro digital tiene que emular al impreso, podrá descubrir y potenciar las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías. En suma, la misión del editor del siglo XXI consiste, sin dudas, en lograr que el entorno digital se convierta no solo en biblioteca, imprenta y canal de comunicación, en términos de Adell (2004), sino también en “editorial”, que produce, publica y distribuye contenidos innovadores y enriquecidos con recursos multimedia.

› **Bibliografía**

Adell, J. (2004). Internet en educación. *Comunicación y Pedagogía*, 200, 25-28. Recuperado de http://elbonia.cent.uji.es/jordi/wp-content/uploads/docs/Comunicacion_y_Pedagogia_def.pdf el 31/03/2015

Bachelard, G. (1978). *A filosofía do não*. San Pablo: Pensadores.

Bourdieu, P. [1992] (2002). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.

---- (1999). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.

---- (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Cámara del Libro (CAL) (2014). Informe estadístico 2013. Recuperado de <http://www.camaradellibro.com.ar/index.php/panorama-editorial/estadisticas> el 31/03/2015

Cassany, D. (2012). *En línea. Leer y escribir en la red*. Madrid: Anagrama.

Cavallo, G. & Chartier, R. (2001). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.

Chartier, A. M. & Hebrard, J. (1994). *Discursos sobre la lectura 1880\1980*. Barcelona: Gedisa.

---- (2002). *La lectura de un siglo a otro. Discursos sobre la lectura 1880\1980*. Barcelona: Gedisa.

Chartier, R. [1992] (2005). *El orden de los libros. Lectores, autores, bibliotecas en Europa*

entre los siglos XIV y XVIII. Barcelona: Gedisa.

---- (1993). *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid: Alianza.

---- (1995). *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*. Barcelona: Gedisa.

---- (2000). *Las revoluciones de la cultura escrita. Diálogo e intervenciones*. Barcelona: Gedisa.

Diego, J. L. de (Dir.) (2006) *Editores y políticas editoriales en Argentina. 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

---- (Dir.) (2014) *Editores y políticas editoriales en Argentina. 1880-2010*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Esteves, F. (2014). *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*. Buenos Aires: Eudeba.

García, F. (2013, 26 de abril). eBook, ¿cueces o enriqueces? *El País*. Recuperado de <http://blogs.elpais.com/sin-tinta/2013/04/ebook-cueces-o-enriqueces.html> el 31/03/2015

García Canclini, N. (2007) *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa.

Gil, M. & Jiménez, F. (2011). *El nuevo paradigma del sector del libro*. Madrid: Trama editorial.

Porter, M. E. (1987). From Competitive Advantage to Corporate Strategy. *Harvard Business Review*, May/June, 43-59.

Thompson, J. B. (2005). *Books in the Digital Age*. Malden: Polity Press.

Tosi, C. (2013). De los libros de texto de autor a los recursos digitales. Un análisis sobre las políticas editoriales y gubernamentales en torno al manual escolar en la Argentina. En *Actas de la Primera Conferencia de SHARP*. Universidad Fluminense, Niterói: Río de Janeiro (en prensa).

---- (2014). The Role of the Teacher under the Digital Paradigm. A Study on Didactic Materials intended for High School Teachers in Argentina. *IVth International Conference "The Future of Education"*. Florencia: libreriauniversitaria.it.