

La autopublicación digital vs la publicación digital convencional

Carla Esperanza Celedón L.¹

¹Estudiante de la Licenciatura en Letras Hispánicas, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Campus Guanajuato, Universidad de Guanajuato, Exconvento de Valenciana, s/n, Mineral de Valenciana, Gto., C.P.36240
ce.celedondeleon@ugto.mx

Resumen

En el presente trabajo se explicarán cómo las herramientas tecnológicas han impactado en la sociedad pero, sobre todo, en el área editorial. Reflexionaremos sobre cuáles son las ventajas y desventajas de hacer uso de estas herramientas y softwares para el tratamiento de la autopublicación de una obra o por qué es importante el papel del editor y del corrector dentro del proceso. Para ello, se usarán dos ensayos acerca del uso de las herramientas tecnológicas y de la autopublicación, así como de la información recabada acerca de los beneficios de esta opción como divulgación de una editorial dedicada a ello.

Palabras clave: autopublicación digital, edición, publicación convencional, empresas editoriales.

Introducción

Las herramientas digitales han revolucionado la mayoría de las áreas de trabajo, como en la estadística, economía, administración, música, entre otros, con tal de aminorar la labor humana y hacerla menos difícil. El ejemplo más conocido por las nuevas generaciones son los medios de comunicación. Las redes sociales como WhatsApp o Facebook ofrecen la posibilidad de poder comunicarnos con personas que están a miles de kilómetros sin la necesidad de esperar días, semanas o hasta meses, como pasaba con las cartas. Estas herramientas tecnológicas también han sido denominadas como *asistentes* cuando se trabajan a la par de alguien, tal es el caso de los matemáticos o estadistas con programas como Excel que ayuda a hacer cuentas de manera rápida y eficaz.

Metodología

En el área de lengua y literatura, se ha creído que estas herramientas tecnológicas pueden llegar a sustituir el trabajo humano gracias a las funciones que contienen los programas o servidores. En el caso de la traducción, el software *Cat tools* traslada un texto escrito de una lengua a otra. En cuanto a *Word*, no sólo es fácil identificar los errores gramaticales y ortográficos, sino que también sirve como procesador de textos para el editor y corrector. Así es menos complicado marcar los cambios realizados en el escrito. Pero la posibilidad de que los agentes de la corrección y edición sean reemplazados aún es lejana, pues son ellos quienes le conceden coherencia al argumento a fin de que el mensaje llegue de manera adecuada al lector

Por otro lado, estas herramientas, aplicaciones y programas también han abierto la oportunidad para que las personas suban distintos tipos de contenido sin la necesidad de cobrar o pagar algún servicio además del Internet. Archivos de cualquier índole pueden encontrarse en las variadas plataformas, las cuales están a disposición del público; películas, cortometrajes, dibujos, fotografías e, incluso, textos literarios hechas por autores/directores independientes. Algunas veces, estos creadores no necesitan de una academia para promocionar sus obras, pues ellos mismos se encargan de hacer circular el contenido por medio de redes sociales como Facebook, Instagram o Tik tok. De esta forma comienza una nueva competencia para la industria del entretenimiento: los autores autopublicados.

Bajo la lógica de obtener mayores licencias a un precio reducido, la autopublicación de un libro puede presentar un problema frente a las editoriales gracias a las ventajas y oportunidades que presentan a las nuevas generaciones de escritores. Aunque, primero haría falta definir qué es la *autopublicación*. Julio Alonso Arévalo, exmiembro del Grupo de Investigación E-LECTRA, la define como “la publicación de un libro o cualquier otro documento por parte del autor de la obra sin la intervención de un tercero o un editor”, así pues, la autopublicación ya no sustituye al editor o corrector, en cambio, no los toma en consideración.

Por otro lado, Daniel Benchimol, director de Proyecto451, coloca tres características de la autopublicación en su libro *Radiografía de la autopublicación en América Latina*:

Democratización, cualquier persona con una computadora puede editar y publicar un libro y cualquier lector con un dispositivo tecnológico adecuado puede acceder al mismo.; desintermediación, se eliminan aquellos eslabones de la cadena que no aportan un valor en particular sobre el contenido; y determinación, los autores determinan con absoluta autonomía las reglas que condicionan la distribución de una obra (Benchimol, 2018: 12).

Las tres características pueden cumplirse en las variadas ramas de autopublicación. Alonso Arévalo nos habla de algunas, pero las de interés por su mayor facilidad de uso son las Vanity Presses, que son empresas en donde ponen a disposición del autor el servicio para la publicación sin importar la calidad del producto y las empresas donde el autor puede contratar todo o parte del proceso editorial como Barker & Jules. Para entender mejor, en la primera rama, Vanity Presses, se usará el ejemplo de la plataforma de Wattpad, donde —sin importar el idioma, género literario, advertencias y demás— cualquiera puede publicar. En estas plataformas, los *fan-fiction*, historias creadas por fanes a partir de un universo ya establecido por algún escritor, predominan. No obstante, también hay libros publicados que son obras originales y la plataforma cobra por leerlos —si el autor así lo desea—, sin embargo, esta ventaja de publicación y lectura no siempre es de calidad o ha pasado por un proceso especializado de edición, incluso las portadas han sido creadas por los autores o gente cercana a ellos, rara vez algún diseñador o empresa ha tenido algo de participación en la creación de éstas.

Por otro lado, empresas como Barker & Jules ofrecen a los autores varios paquetes u opciones de publicación en donde no es necesario pasar por el cotejo y, a menos que el creador quiera, la obra pasa por el proceso de corrección. La empresa pone tres paquetes a disposición del autor: el paquete básico, “publicación mundial” y “publicación en dos idiomas”; el primero sólo ofrece cinco servicios de doce, en el segundo sólo la traducción no está añadida y, en el tercero, el paquete es el más completo. En empresas como ésta cualquiera puede publicar su obra escogiendo qué tanta intervención quiere. Además, el autor es quien recibe la mayor cantidad de garantías, llegando casi al 70% en el caso específico de esta empresa. Es por esa razón que se le otorga una ventaja si se toma en cuenta que en una editorial normal, el creador apenas recibe el 7% de las ganancias.

De esta manera, los autores ven más rentable publicarse en plataformas donde sólo se ofertan paquetes que contienen pasos de qué hacer y cómo; asimismo, los escritores pueden ponerle el precio que consideran a sus obras y llevarse la mayor cantidad de regalías, pues ellos mismo se encargan no sólo de publicarse, sino también en la toma de decisiones acerca del diseño de portada, de distribución, entre otras.

Otra ventaja proporcionada por la autopublicación es la nula necesidad de sacar un ISBN, pues existen plataformas que no lo exigen, como es el caso de Amazon. De esta forma, el proceso de publicación es más veloz y no necesita el consentimiento de alguna institución para distribuir la obra, ya que los mismos lectores son quienes piden directamente al creador su libro, por lo que se crea otro mérito a la autopublicación, al contrario de la manera convencional, pues aquí sería la editorial quien se encargaría de esta comunicación para la demanda del escrito.

A simple vista, la autopublicación parece ser más idónea que una editorial convencional. Sin embargo, pese a todas las ventajas que posee como el diseño de portadas, precios escogidos, tener como opción la intervención de un corrector o editor, percibir mayores ganancias, rapidez para la publicación, la realidad depende una sola condición: la demanda del libro. En efecto, el autor gana la mayor parte de las regalías, puesto que únicamente paga a la empresa para la publicación de su obra o lo hace gratis si se trata de una Vanity Presses, pero si el libro no se vende como se esperaba, las ganancias pueden ser mínimas, además de que el escritor mismo se haría cargo de la comercialización y promoción, a menos que la empresa lo incluya teniendo como resultado una mayor inversión en el proyecto. A fin de cuentas, a largo plazo, el autor puede terminar perdiendo más de lo que gana.

Un punto a tomar en cuenta es el riesgo del plagio, pues ha habido casos, menciona Arévalo, donde personas cambian los derechos de autor y el diseño de portadas a los libros publicados en Amazon y, aunque los vendan a precios relativamente bajos que el original, el autor termina perdiendo parte de su patrimonio. Esta situación cambia un poco con la forma de publicación común, pues aunque existan los archivos piratas, los créditos y las ganancias seguirán siendo tanto para la empresa como para el autor.

Por el contrario, la editorial convencional puede obtener algunas de las ventajas de la autopublicación como la incorporación a sus ventas el formato e-book o pdf para las obras publicadas y por publicar, todo dependiendo del contrato y del autor. No obstante, las ventajas que se pueden encontrar en éstas no siempre estarán disponibles en empresas de autoedición como la trata del libro en todo el proceso editorial: desde el cotejo hasta la promoción y venta de las obras, la corrección y edición, en sus distintas fases, considerándose todo parte del mismo pago. También, a diferencia de las empresas que ofrecen paquetes de autopublicación, las editoriales convencionales les facilitan las traducciones de las obras. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, esta opción tiene una gran desventaja: las ganancias son menores y el autor no recibe la mayor parte de las regalías.

Conclusión

En conclusión, con el desarrollo de las nuevas tecnologías, los creadores han encontrado varias alternativas al momento de publicar su obra, ya sea con ayuda de una editorial convencional o comprando paquetes de autoedición o subiéndolo a plataformas como Wattpad, donde está la posibilidad de cobrar sin la necesidad de algún servicio dentro del sistema editorial y con la única intervención del escritor. Por lo tanto, los autores ya no se tienen que limitar a una opción, porque todo depende del gusto y posibilidad del escritor. Después de todo, en ambas alternativas —autoedición o no—, los creadores tendrán que enfrentarse a ventajas y desventajas.

Referencias

- ARÉVALO, J. A. [2013]. La autopublicación, un nuevo paradigma en la creación digital del libro. *Revista cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 25(1), s/p.
<http://www.acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/view/494/368>
- SÁNCHEZ MONTERO, A. M. [2021]. Entre la automatización y la colaboración: Las tecnologías del lenguaje en el proceso de la corrección y traducción de textos. *Jóvenes en la Ciencia*, 9, 1-4.
<https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/3241/2732>
- BENCHIMOL, D. [2018]. Panorama de la autopublicación. *Radiografía de la autopublicación en América Latina* (pp. 9-11). Perú: CERLALC.
- Información de *Barker & Jules*. <https://barkerandjules.com/>