

# *Modelos digitales de autopublicación y su adaptación en México*

Fernando Cruz Quintana  
*Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Universidad Nacional Autónoma de México*

## *Introducción*



A

Al tratar con materia de libros y publicaciones digitales aún es muy frecuente escuchar o leer un aire de novedad o frescura y ello es comprensible dada la corta historia de los libros electrónicos, en comparación con la longeva vida de los impresos. Sin embargo, aunque aún hay muchos cambios y un largo trecho que recorrer en cuánto al devenir de la edición y las nuevas tecnologías, existen ya consensos que parece que llegaron para quedarse. Lejos también están los años de incertidumbre en los que se pensó que los libros de papel se acercaban a su defunción en favor de los nuevos formatos; tenemos ya más de 15 años desde que Amazon puso a la venta el Kindle en 2007 y con ello se afianzaron poco a poco los formatos digitales y la manera en que éstos podían adquirirse y ser leídos. En este recorrido, también surgieron algunos modelos de explotación en plataformas de suscripción para libros electrónicos y audiolibros (mismos que fueron muy socorridos y redituables en

tiempos de la pandemia por COVID-19). Y también en todo este tiempo aparecieron en el panorama del libro algunas plataformas de autopublicación, que habrían de cimbrar algunas nociones clásicas de la labor editorial que parecían inamovibles.

No es una novedad propia de la era digital que existan las autopublicaciones, puesto que antes hubo muchos de ejemplos en donde los impresores o los autores, sin ninguna intermediación, eran quienes publicaban sus obras. Esto ha ocurrido desde los años en que los poseedores de las primeras imprentas podían tirar ejemplares de sus propias obras, como ocurrió en la Nueva España con algunos de los impresores como Juan José de Eguiara y Eguren.<sup>1</sup> Lo que es cierto es que la figura moderna del editor estaba aún muy lejos de aparecer en aquellos años y por tanto no parecía algo inusual. Muchos años más adelante, en los albores del siglo XX, se dieron ejemplos famosos de autopublicación, como el Virginia Woolf junto y su esposo Leonard Woolf. Ellos fundaron la editorial Hogarth Press y adquirieron prensas de segunda mano que les permitieron publicarse a sí mismos y a más autores británicos de la época.<sup>2</sup> En México, la práctica de autopublicarse fue frecuente entre varios creadores de cómics, fanzines y revistas independientes en los años 90.<sup>3</sup> Estos no son los únicos casos de autopublicación de impresos que ha habido en la historia, pero resultan interesantes porque, pese a los años de diferencia, en ambos la autopublicación pudo

---

1 Luis González, *Fuentes de la historia contemporánea de México. Libros y folletos I*. (México: El Colegio de México, 1961), xviii-xx.

2 Nicola Wilson, "Virginia Woolf, Hugh Walpole, The Hogarth Press And The Book Society", *ELH* 79, núm. 1. Estados Unidos: The John Hopkins University Press (2012): 244-248.

3 Emmanuel Román Espinosa Lucas, "La aclimatación de la novela gráfica en México (1994-2019). Un género entre la revista independiente, la autopublicación y la edición de lujo" (tesis doctoral, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2021) 182-181. <http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/jspui/handle/231104/2986>

darse gracias a que poseían los medios de reproducción que les permitían hacerlo.

De manera distinta de los ejemplos de autores que tienen una editorial o una imprenta, en el siglo XXI comenzó a surgir un nuevo tipo de autopublicación que cada vez gana más adeptos y se da casi siempre en formatos digitales, aunque también brinda posibilidades para impresos. La aparición de estas opciones no se ha dado como un caso de generación espontánea: responde al propio desarrollo que Internet ha tenido. Por ejemplo, con el advenimiento de la era 2.0 de la web, que suscitó poco a poco una nueva dinámica de comunicación en la que los internautas eran copartícipes del contenido que consumían, se modificó la situación pasiva de solamente estar a la expectativa de producciones culturales. Lenta pero progresivamente, las nuevas generaciones de usuarios de Internet han llevado esta característica a diferentes niveles con las redes sociodigitales, pero también con la creación artística o comunicativa.

El caso de la autopublicación de textos podría enmarcarse en este grupo de prácticas más amplias que han puesto a los cibernautas en primer plano. Si bien pueden ser radicalmente distintas, en algo se parecen las motivaciones de individuos que deciden crear un podcast, o las producciones caseras –y a veces con calidad profesional– de grupos de fans que hacen cortometrajes y videos alternativos con sus personajes favoritos. Aunque estos creadores en ocasiones logren trascender y llamar la atención de otros usuarios en la red, esto sólo pasa en casos excepcionales; a veces, incluso, cuando su impacto se vuelve viral y sostenido, son cooptados por las industrias de la cultura, como mostraré con ejemplos más adelante. Sin embargo, pareciera que no son en principio motivaciones económicas las que promueven la participación de autores en estos ámbitos; más bien se trata de razones de facilidad de acceso y también de eliminar a intermediarios de los procesos productivos, como es la labor que realiza un editor.

Aunque todos estos fenómenos hayan comenzado en países fuera de México, en la medida en que suponen una moda internacional también hemos recibido su impacto en nuestro país. Esta es la razón de por qué incluir un capítulo sobre autopublicación digital en un libro sobre la historia de la producción editorial en México. Además, aunque la enorme mayoría de las plataformas que proveen servicios de autopublicación se encuentran fuera de nuestras fronteras, también existen ejemplos nacionales que mencionaré en este trabajo. Estoy convencido de que los ejemplos que aquí se analizarán constituyen un aspecto necesario e ineludible de cómo se está transfigurado la edición en el siglo XXI, en el marco de la era digital.

### *La autopublicación en el siglo XXI*

Como mencioné en el apartado anterior, la autopublicación no constituye un fenómeno exclusivo de la era digital puesto que antes existieron innumerables ejemplos de personas que por sí mismas, sin la mediación de una editorial, publicaron un libro. Los diferentes avances tecnológicos de cada época han sido determinantes en esto, como la etapa en que los primeros impresores aprovechaban sus herramientas de trabajo para este propósito, pero también hemos conocido casos donde una sola persona asumía labores no sólo de escritura sino también de diseño, composición de página, corrección o edición, y ella misma se encargaba de costear, por medio de una imprenta, una publicación. Actualmente, cuando hablamos de autopublicación es muy probable que refiramos a la utilización de alguna plataforma en línea que provee diferentes tipos de servicio donde se prescinde ya sea de las labores editoriales o de las de impresión. Pero, conceptualmente hablando, ¿a qué nos referimos cuando hablamos de autopublicación?

Una primera y rápida aproximación nos permite inferir que la autopublicación de un libro implica que el autor publica la obra sin la intervención de un editor. En otros términos, el autor se hace responsable de todo el proceso: diseño de la cubierta y el interior; adaptación del contenido a los diferentes formatos; definición del precio y el modelo de negocio; la estrategia de distribución y las acciones de mercadeo y visibilidad, entre muchas otras tareas que realizan frecuentemente los editores. Llegamos, así, a una conclusión importante: la desintermediación que propician las nuevas tecnologías no necesariamente elimina las tareas que están implícitas en ese proceso. Los autores se encargan de cada paso en el proceso o subcontratan colaboradores en las etapas donde lo consideren necesario. En este escenario, los dos únicos elementos de la cadena de valor del libro que parecen imprescindibles son el autor y el lector.<sup>4</sup>

Como refiere el Cerlalc, el factor determinante en el tema de la autopublicación de nuestros días lo constituye la desintermediación. Esto significa que un autor decide prescindir de uno o varios de los elementos que componen la cadena de valor del libro. Las ausencias más obvias son la de omitir el trabajo editorial y el de impresión, aunque este último más que eliminarse se contrata ahora con empresas que anteriormente no estaban relacionadas con los entornos editoriales y el mundo del libro. Sin embargo, existen más actividades, como el proceso de distribución, que también pueden realizarse ya sin la intervención de una casa editora. Lo que es cierto es que ahora los autores han cobrado una relevancia inusitada

---

4 Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc). *Radiografía de la autopublicación en América Latina* (Colombia: Cerlalc, 2018), 11 y 12.

en detrimento del resto de los roles y labores editoriales. “La autopublicación se trata sobre el uso de nuevas tecnologías para eludir a los roles e instituciones tradicionales del mundo editorial que controlan el acceso a los canales de publicación: los agentes literarios, los editores y las editoriales tradicionales, entre otros [...]”.<sup>5</sup>

Para quienes alguna vez han intentado publicar algo sin éxito, la oferta de autopublicar un texto sin mayores complicaciones es una opción muy atractiva. No incluyo aquí la formalidad que entrañan algunos tipos de publicaciones como las académicas o científicas, que no pueden estar exentas de un proceso de revisión, pero en otros casos donde se trata de literatura –y particularmente la narrativa ficcional–, ¿qué problema podría haber en publicar la obra de algún creador? Aunque reconozco la importancia y el valor que aporta el trabajo editorial en la publicación de un libro, debemos preguntarnos y analizar –más allá de las preferencias y convicciones de quienes amamos a los libros impresos tradicionales– qué ocurre con este tipo de obras. La falsa ingenuidad de mi pregunta es sólo para permitirme explorar escenarios que son una realidad fehaciente hoy en día.

Uno de los aspectos más interesantes en el tema de la autopublicación es la existencia de un estigma negativo para quien decide optar por esta vía, y que es identificable sólo en la medida en la que se le otorga un reconocimiento simbólico al mundo del libro.<sup>6</sup> Sin embargo, esto que

---

5 John B. Thompson, *Book Wars. The digital Revolution in Publishing* (Reino Unido: Polity, 2021), 283. “Self-publishing is about using new technologies to bypass the traditional gatekeepers in the publishing world who control access to the channels of publications –the agents, the editors and the traditional publishing houses, among others [...]”. La traducción es mía.

6 Henrik Fürst. “Subordination and Legitimation of Self-Publishing: Shifting the Basis for Evaluation of Cultural Goods”, *Cultural Sociology*, Vol. 13 (4), Reino Unido: British Sociological Association. (2019): 483-502. DOI: 10.1777/149975519859698

puede ser una característica indeseable para quien está cercano a los entornos editoriales y del libro, para otras personas puede no ser perceptible. El rechazo puede provenir de asumir que, en la medida en la que en las plataformas de autopublicación parece no haber filtros a la hora de elegir qué se publica y qué no, existe mucho más riesgo de que una obra no cuente con el mínimo calidad para ser considerada como una buena obra.

Más allá de cualquier susceptibilidad, el editor Fernando Esteves reflexiona respecto de las decisiones que pueden conducir a un individuo a optar por la autopublicación y propone seis argumentos de ello: 1) la libertad creativa con la que cuenta un autor, 2) la reducción o inmediatez en el tiempo de publicación, 3) la facilidad para introducir cambios en una obra publicada, 4) una mayor proporción de ganancias para autores (en comparación con los esquemas tradicionales), 5) la facilidad de acceso a mercados internacionales y 6) la información inmediata respecto del comportamiento de una obra en el mercado.<sup>7</sup> Justamente los primeros de estos tres puntos son parte de los argumentos que pueden ser considerados como virtudes o aspectos negativos, dependiendo de quien haga la observación. Todos ellos reposicionan el protagonismo de los autores, quienes ahora parecen decidir por completo y sin restricciones cuándo, dónde y qué quieren modificar.

Los tres puntos finales señalados por Esteves tienen que ver con aspectos de distribución y comercialización. En el esquema clásico, la enorme mayoría de los autores en el mundo reclama entre un diez y un quince por ciento de las ganancias de un libro.<sup>8</sup> La actividad de distribución de impresos es la que mayor porcentaje se lleva de

---

7 Fernando Esteves, *Manual de supervivencia para editores en el siglo XXI* (Argentina: Eudeba, 2014), 115.

8 "How do authors get paid", The Society of Authors, acceso el 26 de marzo de 2023, <https://www.societyofauthors.org/Where-We-Stand/buying-choices/How-do-authors-get-paid>

cada ejemplar vendido. En el entendido de que la enorme mayoría de los ejemplos de autopublicación tienen que ver con obras electrónicas, estos porcentajes se invierten incluso hasta en un setenta por ciento de margen de ganancias para los escritores. También, gracias a los formatos digitales es muy fácil llevar un registro de cómo se han vendido las copias y en qué región del mundo se están adquiriendo.

No es sencillo hacer una clasificación de plataformas de autopublicación porque los criterios que las confeccionan son muy diversos: algunas se enfocan principalmente en casos de *fan fiction*, otras ofrecen servicios mixtos de publicación de impresos y formatos digitales, y algunas más operan mediante cambiantes esquemas de financiamiento. Dada la extensión de este trabajo, me concentraré sobre todo en hablar de dos de ellas: Wattpad y Kindle Direct Publishing. Considero que ambas son paradigmáticas de lo que sucede en materia de autopublicación y que su revisión dará luz para entender las generalidades de lo que está ocurriendo en este tema. Sin embargo, haré breve mención de algunos otros casos relacionados y pondré especial énfasis en dirigir mi análisis a lo que sucede en el contexto mexicano.

### *Wattpad y la autopublicación de fan fiction*

Cuando hablamos de la creación de *fan fiction* nos referimos a textos que constituyen una derivación de una obra previamente publicada. A los creadores de "*fan fiction*" les interesan esas obras de éxito en la medida en que pueden personalizarlas, 'tunearlas', convertirlas en estandarte personal y/o de grupo; y, yendo un paso más, en la medida en que pueden 'jugarlas', esto es representarlas de algún modo, gestualizarlas, convertirlas en algo 'ostensi-



ble' como ocurre con el rol".<sup>9</sup> Estos ejemplos del desarrollo de la comunicación en línea que inició con la Web 2.0, se presentan no sólo a la manera de autopublicación de textos, sino también como trabajos audiovisuales.

Resulta muy interesante advertir cómo, en el caso de la literatura, muchos integrantes de las nuevas generaciones de jóvenes ya no necesariamente buscan una firma editorial reconocida, de prestigio, ni tampoco están exclusivamente interesados en obtener ganancias de los textos que escriben. Sin embargo, en ocasiones se han dado casos de éxito en donde los autores han llegado a alcanzar cierta notoriedad e incluso han sacado un rédito económico de sus creaciones. El ejemplo más famoso de esto es el de la escritora Erika Leonard Mitchell, mejor conocida por su seudónimo E. L. James. A través de la plataforma FanFiction.net,<sup>10</sup> ella publicó en 2011 un *fan fiction* erótico inspirado en la saga *Crepúsculo* de Stephenie Meyer. La autora utilizó los nombres de los protagonistas de la obra de Meyer para su historia intitulada *Masters of the universe*. Esta ficción tuvo mucho éxito en la plataforma, por lo que E. L. James decidió mejorarla, reescribirla, renombrarla como *50 shades of Grey* y ofrecerla a la venta bajo el servicio de impresión bajo demanda<sup>11</sup> de la edito-

---

9 Alberto Eloy Martos García, "Los jóvenes ante las pantallas: nuevos contenidos y nuevos lenguajes para la educación literaria", *Revista Qurrriculum*, 24, Santa Cruz de Tenerife, España: Universidad de la Laguna (2011): 22.

10 fanfiction.net es un sitio que funciona como un repositorio de *fan fiction*. Fue creado en 1998 por el programador estadounidense Xing Li. El sitio agrupa su contenido en diferentes categorías de historias escritas: Anime/Manga, Libros, Animaciones, Videojuegos, Cómic, Películas, Obras/Musicales y Programas de televisión. Desde su creación hasta 2022, había publicado más de 14 millones de historias.

11 En el siguiente apartado ahondaré en el tema de la publicación bajo demanda, pero desde ahora me gustaría señalar que esto constituye la impresión de números controlados de copias, distintos de los grandes tirajes, que se realizan mediante tecnologías

rial virtual australiana The Writer's Coffee Shop.<sup>12</sup> El resto de la historia es bien conocida: la saga se adaptó al cine y se convirtió en una de las más vendidas y leídas en lo que va del siglo XXI.

El caso de los *fan fiction* ha suscitado muchas críticas respecto del tema del *copyright* y los derechos de autor, sobre todo porque algunas de estas historias son comercializadas en internet. En los Estados Unidos se han protegido mediante el llamado "*fair use*", o "uso legítimo" en español. Esta es una característica de la legislación estadounidense que permite la utilización de material protegido por *copyright* sin obtener el permiso de quien ostente esa propiedad.<sup>13</sup> Es cierto que en la literatura han existido desde hace mucho tiempo géneros y subgéneros, como la crítica, la sátira o la parodia, que necesitan de la referencia a textos previos y que no por ello se les considera como ejemplos de plagio.<sup>14</sup> Algo de esto entrañan las *fan fiction* en donde lo único que se toma prestado de otra obra es la mención de un nombre, o la construcción de un personaje con ciertas características de uno que existía previamente, pero es

---

aptas para ello. Los tiempos de entrega son muy eficientes y en muchos casos el mismo aparato que imprime puede formar un libro impreso. Aunque en primera instancia el resultado de los ejemplares impresos mediante esta vía "bajo demanda" no es distinto a los que siguen el proceso tradicional, en el detalle se pueden apreciar carencias como la mala calidad del papel o de impresión y un acabado con algunas imprecisiones.

- 12 The Writers Coffee Shop inició en 2009 como un blog. Para el siguiente año se transformó en una pequeña editorial con sede en Australia y también en un repositorio en línea para *fan fiction*.
- 13 Brittany Johnson, "Live Long and Prosper: How the Persistent and Increasing Popularity of Fan Fiction Requires a New Solution in Copyright Law", *Minnesota Law Review*, 210. Estados Unidos: Minnesota Law School. (2016): 1652-1662. <https://scholarship.law.umn.edu/mlr/210>
- 14 Alberto Vital. *Quince hipótesis sobre género*. (México: Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM/ Colombia: Universidad Nacional de Colombia, 2012), 42.

realmente complejo demostrar mediante la vía legal que se ha incurrido en una utilización indebida que amerite una penalización.

Wattpad<sup>15</sup> es acaso la plataforma de autopublicación más famosa y con la comunidad de usuarios más vasta. Lo mismo puede contener *fan fiction* sobre artistas de fama mundial como Harry Styles, One Direction y Justin Bieber; o relatos basados en sagas literarias como *Harry Potter*, *El señor de los anillos* o *Crepúsculo*. Aunque no restrinja la recepción de creaciones originales que no son *fan fiction*, en la comunidad en línea hay un reconocimiento simbólico por la preferencia que tiene de este tipo de historia. Es notorio en este y en otros sitios, que existen mucha ficciones dirigidas a públicos adolescentes, y escritas también por ellos. Desde octubre del 2018, Wattpad comenzó con su proyecto *Wattpad Next Beta*, posteriormente denominado *Historias pagadas*, con el que comenzaron a probar la manera en que la comunidad reaccionaría ante un programa que les permitiera patrocinar historias y brindar recursos económicos a los escritores. Desde entonces, este programa ha brindado una solución efectiva para que los lectores apoyen a escritores y les proporcionen una remuneración económica por sus escritos.

La manera como los usuarios de Wattpad pueden recibir ganancias es diferente a modelos tradicionales como los de YouTube o Spotify, en donde se tasa el rendimiento de acuerdo con el número de visualizaciones o escuchas. El funcionamiento aquí invita a los lectores a

---

15 Wattpad es una empresa fundada en Canadá en 2006 por el ingeniero honkonés Allen Lau y el ingeniero malasio Iván Yuen. Desde sus inicios fue concebida como una plataforma en la que los usuarios pudieran subir y leer historias originales creadas por ellos mismos. Ha tenido diferentes etapas en las que ha creado diferentes modelos de negocio y ha contado con diferentes socios. En enero de 2021 fue adquirido por el conglomerado de internet coreano Naver Corporation en una operación que osciló los 600 millones de dólares.

adquirir monedas digitales por medio de transacciones reales. Con las monedas de Wattpad se pueden adquirir capítulos de obras o los libros completos. Este modelo, a semejanza del *pay per view*, resulta más justo para los lectores, pues pagan realmente por el contenido que adquieren,<sup>16</sup> a diferencia de lo que ocurre con frecuencia, cuando compramos una obra impresa por un solo capítulo que nos interesa. Si bien los autores reciben una parte de ganancias, Wattpad cobra una comisión por hacer uso de su plataforma. Es importante mencionar que no es posible postular cualquier obra en este mecanismo, pues se deben de cumplir ciertas características como contar con una obra completa, publicar en alguno de los 6 idiomas permitidos (inglés, español, filipino, alemán, indonesio o francés) o tener una historia sólida (determinada así por el equipo editorial de la empresa).

Como parte de su diversificación, Wattpad ha creado Wattpad Studios, una división vinculada con la industria del entretenimiento para coproducir para televisión, cine, video digital e impresos. Ejemplos de éxito que pasaron de ser historias autopublicadas en la plataforma y después dieron el brinco hacia otras industrias de la cultura son la película *The kissing booth* (Dir. Vince Marcello, 2018), coproducida por Netflix y basada en la novela homónima de 2011 que Beth Reklees publicara en Wattpad; o la serie *Light as father* (Dir. Lee Fleming Jr.) que se estrenó en Hulu y estaba basada en una novela, también homónima, de 2013, escrita por Zoe Arsen. En febrero de 2022 se anunció que la novela *Boulevard* de la escritora mexicana Flor M. Salvador tendría una adaptación al cine. Con casos como estos se puede advertir una tendencia

---

16 Dosdoce.com, *Nuevos modelos de negocio en la era digital* (España: Dosdoce.com, 2014), 11-17. Dosdoce.com es una empresa consultora española fundada en 2004 por el académico y empresario español Javier Celaya. La empresa se ha convertido en un referente en la realización de estudios sobre la economía de la cultura y las industrias culturales en España.

que es cada vez más frecuente y que ha ocurrido también en otras empresas: la asociación entre diferentes industrias de la cultura con las plataformas de autopublicación.

En México no existe una plataforma nacional de *fan fiction* semejante a Wattpad y esto se explica sobre todo por una razón: los servicios de autopublicación, aunque pertenecen a compañías extranjeras, se pueden contratar o utilizar desde nuestro país. Este es el caso de Wattpad, pero también lo es de fanfiction.net o Archive Of Our Own (AO3),<sup>17</sup> otras dos de las más famosas y que difieren en sus mecanismos de funcionamiento o de pago. En AO3, por ejemplo, la búsqueda permite identificar con mucha precisión el tipo de historia que queremos leer y filtrar aquellas que no nos interesan. Esta plataforma puede tener contenido extremo, historias que son radicalmente violentas o sexuales, pues su ausencia de filtros rigurosos permite casi todo y eso es bien sabido por su comunidad de usuarios.

Distintas del mundo de *fan fiction* existen otras plataformas que no necesariamente conjuntan a comunidades de usuarios interesadas en este tipo de historias derivadas y que lo que hacen es proveer servicios de autopublicación para cualquier tipo de obras originales. Como explicaré en el siguiente apartado, Amazon ha sido una de las empresas que mejor provecho ha sacado de esta modalidad moderna de edición sin editores.

---

17 Archive of Our Own es un repositorio de código abierto sin fines de lucro, en donde se alojan obras *fan fiction* e historias originales escritas por los usuarios. El sitio fue creado en 2008 por la Organización para las Obras Transformativas y entró en versión beta abierta en 2009. Para abril de 2023, Archive of Our Own albergaba más de 10 millones de obras, distribuidas en más de 57 mil *fan-doms*. Este sitio ha recibido una recepción positiva por parte de sus usuarios y esto se debe a la curaduría, organización y diseño, en su mayoría realizados por lectores y escritores de *fan fiction*.

## *Kindle Direct Publishing y las plataformas de autopublicación*

En el marco de la historia de los libros y las publicaciones, y marcadamente en la etapa del comercio del libro que ocurrió posterior a la invención de la imprenta, la selectividad había sido un criterio fundamental que discriminaba entre aquello que valía la pena ser publicado de lo que no.<sup>18</sup> La toma de decisiones respecto de qué obras se consideraban aptas para ver la luz a la manera de un libro eran tan disímiles como variopintas: las más obvias atendían a la calidad de un texto, pero también se esgrimían razones de distancia en una colección, o de pertinencia en un contexto social –y aquí se alude a la estatura moral y política de un editor–, y, por qué no, también de censura. Todos estos argumentos pueden ser fácilmente desechados cuando el filtro para publicar un texto es uno mismo... Aunque la situación es un poco más compleja que eso.

Entre muchas de las virtudes que las tecnologías digitales brindan a los procesos comunicativos se encuentra la de abaratar las dinámicas de producción y distribución de contenidos, y esto aplica para diferentes tipos de productos culturales. Ahora, a diferencia de la época análoga, es relativamente barato contar con herramientas de creación que a su vez posibilitan una gran capacidad expresiva en los autores. No es que antes esto no existiera, pero implicaba mucho más tiempo o esfuerzo para conseguirse. Dos buenos ejemplos son la realización de cine (o audiovisuales) y la escritura. Hoy en día, los teléfonos celulares “inteligentes” de gama alta integran no sólo cámaras que ofrecen una enorme calidad de imagen y video, sino también el *software* necesario para hacer un destacado trabajo de edición. Esta situación, en tiempos en que sólo se filmaba mediante la utilización de cinta, era realmente costosa y poco práctica a la hora de hacer modificaciones

---

18 John B. Thompson, *Book Wars*, 216.

a un trabajo concluido. Con las grabaciones digitales esa problemática se elimina, puesto que un corte se puede filmar las veces que sea necesario sin que ello implique un gasto económico exorbitante; esto ha abierto las puertas a que el número de creadores se potencie insospechadamente.

En materia de edición ha pasado algo semejante desde los años 80.<sup>19</sup> Aunque hoy en día nos resulten naturales y cotidianos los *software* de escritura que utilizamos, esas creaciones modificaron lenta y silenciosamente a todas nuestras actividades de escritura y edición. Piénsese por ejemplo en la enorme cantidad de tiempo que nos ahorran las funciones de copia y pega, o la de autoguardado que tienen nuestras computadoras. Desde hace ya mucho tiempo, la producción en la industria editorial depende de estas circunstancias. Pese a esta tradición que cuenta ya con más de 30 años, no habíamos dado el paso de utilizar las herramientas para prescindir de los roles editoriales, esto ocurrió hasta que algunas empresas tecnológicas –la enorme mayoría de ellas ajenas al mundo del libro– crearon plataformas que revolucionaron el negocio editorial. Al igual que como hice en el apartado anterior, me centraré en analizar aquí el caso particular de una empresa y su servicio de autopublicación, Amazon y Kindle Direct Publishing (KDP), pues además de ser pionera es una de las más exitosas. También al igual que antes, trataré de mencionar algunas otras que brinden servicios semejantes.

Si bien, Wattpad acoge sobre todo a usuarios muy interesados en las *fan fiction*, existen otras opciones que no necesariamente están pensadas para crear comunidad y sí para dar soluciones eficientes e inmediatas para quien tiene deseo de ser publicado. Acaso la más conocida de estas opciones es el servicio KDP de Amazon. Este servicio brinda la posibilidad de autopublicar en formato de libro

---

19 Frania Hall, *El negocio de la edición digital*, (Mexico: Fondo de Cultura Económica, 2014), 7-10.

electrónico e impresos de tapa blanda y tapa dura. Cuenta con diferentes promesas atractivas: la sencillez con la que se tramita, la posibilidad de estar a disposición de millones de lectores en el mundo, y un muy favorable reparto de las regalías por la venta de cada ejemplar.

Cuando digo que existe una sencillez en el trámite de publicación es porque es, en efecto, muy ágil. Una vez que un autor ha concluido con la redacción de un libro y decide publicarlo mediante esta vía, le toma unos 5 minutos subir el archivo digital y completar los diferentes metadatos que se piden: título, descripción de la obra, categoría a la que pertenece y el precio. Después de eso, el sistema de Amazon tardará de uno a tres días para validar que el archivo que se ha cargado no represente un plagio y pueda estar a disposición de los consumidores. ¿No es éste el sueño de cualquier autor intranquilo que siente como una eternidad el tiempo que va desde el momento en que entrega un “manuscrito” y el día que éste sale a la luz? Y si esto no fuera suficiente, en materia económica hay también muchas características positivas.

Si el precio para un libro electrónico que se ofrecerá mediante KDP oscila entre 34.99 y 149.99 pesos mexicanos, la ganancia para el autor es del 70 por ciento en la venta de cada ejemplar, pero si el precio sobrepasa esta cantidad, el porcentaje disminuye hasta la mitad.<sup>20</sup> Si consideraremos sólo este aspecto económico, no existe comparación con el 10 o 15 por ciento que las editoriales suelen otorgar a los autores, sin embargo, esta diferencia se puede explicar por la ausencia de todo el trabajo editorial y de diseño que conlleva la publicación de un libro y que aquí no está presente. La primera vez que escuchamos esto, en automático nos puede venir a la mente las potenciales carencias que

---

20 Los precios varían por país donde se ofrece el servicio, pero mantienen un estándar de 70 o 35 por ciento de ganancias para los autores, considerando el precio de venta al público y el tamaño de los archivos que se suben.



puede tener una obra que decida publicarse por esta vía. Sin embargo, también es cierto que debe haber algunas de ellas –las menos– en las que los autores pueden ser en extremo cuidadosos y hayan tenido un trabajo de cuidado hecho por ellos mismos. Este puede ser el caso de autores que en principio fueron exitosos en la industria editorial y después, aprovechando su fama, hayan decidido autopublicar sus obras posteriores.

A diferencia de muchas otras opciones de autopublicación, KDP no sólo permite autopublicar en formato digital: mediante tecnologías de impresión bajo demanda que se encuentran en distintos puntos geográficos del planeta, también se pueden adquirir libros en formato impreso de tapa blanda y tapa dura. Los países donde esto es posible son Estados Unidos, Canadá, Unión Europea, Reino Unido, Japón y Australia. En este caso los costos se modifican y para la entrega de regalías a los autores descuentan los costos de impresión que correspondan. Amazon no es la única empresa que ha incorporado a la impresión bajo demanda en sus procesos productivos y esto está cambiando nociones tradicionales del modelo análogo en la industria editorial, como la idea de obras descatalogadas.

Más editores están integrando modelos de impresión bajo demanda en sus negocios, a medida que comienzan a comprender las enormes implicaciones para la estructura financiera de sus negocios. La reducción o la eliminación total de la necesidad de imprimir material especulativo, inmovilizar capital en el proceso y luego almacenarlo reduce significativamente los costos del modelo tradicional de publicación de libros, reduce además el riesgo comercial y permite que un editor nunca pierda una venta, especialmente cuando está vinculado a

un mayorista o minorista que posea capacidades de impresión bajo demanda.<sup>21</sup>

Grupo Planeta, la principal editora de contenidos en español del mundo, cuenta con una plataforma de autopublicación denominada *Universo de Letras*. Aunque no se explicitan en su sitio web los procedimientos y pago de regalías para los autores, queda claro que también se han interesado en aprovechar el contenido elaborado por autores en busca de una editorial. En este caso se ofrece hacer un acompañamiento a los textos enviados y no siempre se asegura la publicación. En México, fue el sector librero, antes que cualquier editorial, el que se interesó por los modelos de autopublicación. Concretamente, Librerías Gandhi adquirió la máquina Espresso Book Machine para realizar impresión bajo demanda,<sup>22</sup> y años después crearon un programa de autopublicación que estaba ligado a esta tecnología. Ambos esfuerzos fueron descontinuados antes de la pandemia por COVID-19.

Actualmente, en nuestro país existen algunas otras plataformas nacionales como yopublico.mx<sup>23</sup> que brindan servicios de autopublicación de impresos y digitales en dos modalidades denominadas “básica” y “avanzada”. A este espacio no sólo lo distingue el número de trabajos de autopublicación con los que cuenta (raquítico en comparación con las grandes plataformas extranjeras), sino el

---

21 Kelly Gallagher, “Print-on-Demand: New Models and Value Creation”, *Publishing Research Quarterly* 30, (2014): 244-248. <https://doi.org/10.1007/s12109-014-9367-2>

22 Daniel Estrada, “Espresso Book Machine llega a México”, *Tech Games*, 20 de noviembre de 2012. Acceso 20 de abril de 2023. <https://www.techgames.com.mx/2012/11/20/espresso-book-machine-llega-a-mexico/>

23 Yopublico.mx es una plataforma mexicana que no sólo brinda la opción de autopublicar una obra, sino que vende diferentes paquetes editoriales que incluyen tareas de escritura, edición, corrección, diseño, mercadotecnia, traducción, impresión y publicación de formatos digitales en línea.

hecho de que, más allá de sólo imprimir o distribuir en línea, venden diferentes tipos de actividades editoriales.

No queda claro si el fenómeno de la autopublicación en México y otros países de América Latina pueda seguir presentando más ejemplos de compañías nacionales que se adentran en este tipo de negocio. Por ahora, más bien existen indicios que nos llevan a pensar que, en efecto, la autopublicación es un tema en constante crecimiento, pero son las empresas extranjeras líderes en este rubro, quienes continuarán acaparando el negocio. Aunque las ganancias derivadas de las obras autopublicadas puedan ser magras en comparación con la de la industria editorial clásica, hoy en día han modificado muchas de las ideas que teníamos respecto del papel que autores y editores juegan en el entramado de la cultura moderna.

## *Conclusiones*

Todos los ejemplos de autopublicación que hemos conocido en la historia, desde los ocurridos con las imprentas manuales, así como el que acontece en nuestros días (cumplidas ya dos décadas en el nuevo milenio), tienen una enorme deuda con las tecnologías que se han empleado para el trabajo editorial y de impresión. Quién ha sido poseedor de algún aparato de este tipo, ha tenido también la oportunidad para editar libros propios. Esto ha cambiado un poco en siglo XXI, pero de nueva cuenta la autopublicación no podría entenderse sin hacer un análisis de las recientes tecnologías de impresión y de formación de libros.

No sólo el caso de la tecnología es relevante en materia de autoedición; ahora también son muy importantes las empresas que proveen servicios en línea y que, por ahora, se encuentran casi todas en países extranjeros que no pertenecen a México o América Latina. Hago esta men-

ción por el cariz que tiene esta obra y por considerar que, pese a que los mejores ejemplos puedan verse fuera de nuestras fronteras nacionales y regionales, cada vez es más frecuente observar la incidencia de la autopublicación en nuestros países. Poco importa que las principales compañías que brinden opciones de autoedición se encuentren en el extranjero, pues gracias a la conexión en línea, se puede contar con sus servicios a distancia. Sería un error pensar que, por lejanas, debemos abandonarlas o no ver la influencia que tienen en nuestros contextos editoriales. Como pasa en el caso de muchos ejemplos de tecnología electrónica, los países de nuestra región suelen ser importadores de este tipo de dispositivos y servicios, y eso se puede notar en el grado de acceso que tenemos a ciertos aparatos y la distancia temporal con la que los adquirimos. Algo de esto se replica en el tema de la autoedición.

En este capítulo traté de mostrar algunos de los aspectos generales que actualmente caracterizan a la autopublicación. Preferí hacer una lectura de dos empresas consolidadas en esta materia, pero quedé a deber un listado pormenorizado de qué otras compañías trabajan con esto y qué opciones brindan a los usuarios. Pese a este pendiente, estoy convencido de que una constante en materia de autopublicación, es la desintermediación que están experimentando los autores actualmente. Ahora se puede prescindir de uno o varios elementos de la cadena de valor clásica de un proceso editorial, aunque existen evidentes consecuencias de ello, para bien o para mal. Si las ganancias para los autores que optan por la autopublicación son mayores en proporción, el cuidado textual y estilístico que tienen sus obras generalmente será más deficiente.

No existe ningún indicio económico o de razones prácticas que nos haga pensar que la autopublicación atenta de manera directa con el trabajo clásico de un editor. Por el contrario, creo que ha hecho más llamativa su importancia y la necesidad de contar con él. Si bien las plataformas de autopublicación han generado un negocio

redituable en torno a sí mismas, esto no necesariamente afecta a los intereses de las casas editoras de antaño. Si esto ocurre así es porque los nuevos ejemplos de autopublicación suelen estar acompañados de nuevos grupos de lectores que pueden oscilar entre la tradición (es decir, los libros de las editoriales de siempre) y la novedad (las nuevas obras producto de nuevos autores que se autopublican).

No es difícil anticipar que el uso de las plataformas de autopublicación se incrementa en nuestros países en los siguientes años. Esto podría explicarse, como dije, por el grado de retraso que existe en naciones que son importadoras de tecnologías o servicios que antes triunfaron en otros contextos. En México, al menos, hemos visto surgir modelos de autopublicación que empresas como Librerías Gandhi han intentado colocar sin éxito, pero también hemos atestiguado otras que empiezan a ganar adeptos y sostenerse, como *yopublico.mx*. Habrá que estar al pendiente en los siguientes años de los derrotados que tendrá la autopublicación en nuestro país y en el extranjero.

De estos escenarios por venir, uno de ellos será sin duda el que tiene que ver con la inteligencia artificial. En pleno 2023, incluso, existe ya un avance notorio en esta materia y las consecuencias que tendrá a nivel cultural y laboral comienzan a ser discutidas con seriedad. El debate generado en torno a esto ha llegado al grado de que grandes líderes tecnológicos e intelectuales en el mundo han pedido una pausa que permita evaluar el futuro desarrollo de este tipo de tecnología.<sup>24</sup> Muy reconocido a nivel mundial se ha vuelto ChatGPT de la empresa Open AI. Este *chatbot* de inteligencia artificial utiliza un modelo de

---

24 Samantha Murphy Kelly, "Elon Musk y otros líderes tecnológicos piden una pausa en la carrera de la Inteligencia Artificial por considerar que está 'fuera de control', *CNN en español*, 30 de marzo de 2023. Acceso 23 de abril de 2023: <https://cnnespanol.cnn.com/2023/03/30/elon-musk-y-otros-lideres-tecnologicos-piden-una-pausa-en-la-carrera-de-la-inteligencia-artificial-por-considerar-que-esta-fuera-de-control/>

lenguaje que se perfecciona mediante el refuerzo de su uso y también por técnicas de aprendizaje supervisadas. En pocas palabras, lo que permite este chat es interactuar con una inteligencia artificial que da respuestas coherentes y bien escritas sobre cualquier tema del que pueda encontrar información en línea.

Para muestra de lo bien articuladas que son las respuestas de ChatGPT, citaré aquí el producto de una respuesta que obtuve al preguntar algo a esta tecnología el 17 de abril de 2023. Quiero aclarar que la pregunta la planteé en inglés, pues es el idioma en que mejor funciona por el momento. La traducción de nuestra breve interacción es la siguiente:

Fernando: Estoy escribiendo un ensayo académico sobre modelos de autopublicación. ¿Podrías decirme que crees que ocurrirá en el futuro en esta materia?

ChatGPT: Como modelo de lenguaje de IA, no puedo predecir el futuro con certeza, pero puedo brindarte algunas ideas basadas en las tendencias y los datos actuales.

La autoedición ha ido en aumento en los últimos años y se espera que esta tendencia continúe en el futuro. Con la llegada de la tecnología digital y las plataformas en línea, se ha vuelto más fácil que nunca para los autores autopublicar su trabajo y llegar a una amplia audiencia. Un posible desarrollo futuro en la autoedición es el mayor uso de la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para ayudar con varios aspectos del proceso de publicación, como la edición, el formateo e incluso el marketing. A medida que avanza la tecnología de IA, es posible que sea aún más fácil y eficiente para los autores publicar su trabajo por sí mismos.

Otra tendencia potencial en la autoedición es el crecimiento de nichos de mercado y comunidades. Con la capacidad de llegar a una audiencia global a través de

plataformas en línea, los autores pueden optar cada vez más por dirigirse a grupos o intereses específicos, en lugar de intentar atraer a un mercado masivo.

Finalmente, puede haber un mayor enfoque en el empoderamiento del autor y el control sobre el proceso de publicación. A medida que más autores recurran a la autoedición, es posible que exijan una mayor transparencia y flexibilidad de las plataformas de publicación y los proveedores de servicios, así como un mayor control sobre su propia propiedad intelectual y flujos de ingresos.

En general, es probable que el futuro de la autoedición esté determinado por los avances tecnológicos, la dinámica cambiante del mercado y las necesidades y preferencias cambiantes de los autores.<sup>25</sup>

Habrá que estar muy atentos en el futuro próximo para evaluar la manera en que la inteligencia artificial incidirá en todas las prácticas humanas. Desde ahora es posible demostrar cómo se pueden obtener textos coherentes y muy bien escritos con tan solo la formulación de una pregunta o comando a una tecnología. ¿Podría un ser humano advertir que los textos que la inteligencia artificial escribe para nosotros fueron hechos por una tecnología? Tal vez sí, aunque dada la corrección gramatical que ahora pueden tener estas tecnologías, resultaría mucho más sencillo determinar lo anterior si empleamos una tecnología apta para ello.

Hasta hace no tantos años, la escritura automatizada mediante algún tipo de inteligencia artificial era muy precaria, pero tras ejemplos como los de ChatGPT podemos advertir cómo existe la posibilidad de que la autopublicación no sólo signifique la utilización de un servicio usado para distribuir un texto, sino quizá también escribirlo. Es cierto que, en estricto sentido, pedir que una

---

25 Las negritas son mías.

tecnología nos redacte algo ya no significa autopublicar, pero sin duda esto podrá ser muy útil (o quizá ya lo es) para escribir determinados textos cuya estructura es invariable, como algunos memorándum, comunicados de prensa y, por qué no, la estructura piramidal de las notas periodísticas. Desde ahora se han encendido las alarmas respecto de cuáles profesiones o actividades pueden estar amenazadas por la tecnología.

En suma, la autopublicación reciente resulta en un fenómeno de estudio muy interesante. Principia o depende de un gran aspecto tecnológico –lo cual es difícil de obviar–, pero lo más relevante para lo que tiene que ver con los estudios del libro es la manera que esto afecta a los esquemas productivos tradicionales. Vivimos un tiempo idóneo para estudiar cambios significativos en el mundo editorial: qué mejor que hacerlo en el momento exacto en que todo esto ocurre. Qué gran ventaja tendríamos, por ejemplo, si pudiéramos volver al tiempo en que surgían mucho de los incunables que actualmente alojamos en bibliotecas. Aunque exista cierta incertidumbre y prácticas que parecen modas pasajeras, muchas de ellas ya se han normalizado y han modificado a su paso a la centeneria o milenaria tradición editorial con que contamos.

## *Referencias*

- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc). *Radiografía de la autopublicación en América Latina*. Colombia: Cerlalc, 2018.
- Dosdoce.com. *Nuevos modelos de negocio en la era digital*. España, 2014.
- Espinosa Lucas, Emmanuel Román. “La aclimatación de la novela gráfica en México (1994-2019). Un género entre la revista independiente, la autopublicación y la edición de lujo”. Tesis doctoral, Universidad Au-



- tónoma del Estado de Hidalgo, 2021. <http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/jspui/handle/231104/2986>
- Esteves, Fernando. *Manual de supervivencia para editores en el siglo XXI*. Argentina: Eudeba, 2014.
- Estrada, Daniel. "Espresso Book Machine llega a México". *Tech Games* (20 de noviembre de 2012). Acceso 20 de abril de 2023. <https://www.techgames.com.mx/2012/11/20/espresso-book-machine-llega-a-mexico/>
- Flood, Allison. "How self-publishing came of age". *The Guardian*, versión en línea, 24 de junio de 2011. Consultado en el siguiente enlace electrónico: <https://www.theguardian.com/books/2011/jun/24/self-publishing>
- Fürst, Henrik. "Subordination and Legitimation of Self-Publishing: Shifting the Basis for Evaluation of Cultural Goods". *Cultural Sociology* 13, núm. 4. (2019): 483-502. DOI: 10.1777/149975519859698
- Gallagher, Kelly. "Print-on-Demand: New Models and Value Creation". *Publishing Research Quarterly* 30, (2014): 244-248. <https://doi.org/10.1007/s12109-014-9367-2>
- González, Luis. *Fuentes de la historia contemporánea de México. Libros y folletos I*. México: El Colegio de México, 1961.
- Hall, Frania. *El negocio de la edición digital*. Mexico: Fondo de Cultura Económica (2014).
- Johnson, Brittany. "Live Long and Prosper: How the Persistent and Increasing Popularity of Fan Fiction Requires a New Solution in Copyright Law". *Minnesota Law Review*, 210. Estados Unidos: Minnesota Law School (2016): 1645-1687. <https://scholarship.law.umn.edu/mlr/210>
- Lantagne, Stacey M. "The Better Angels of Our Fanfiction: The Need for True and Logical Precedent", *Hastings Comm. & Ent. L.J.* 33, núm. 2 (2011): 159-180.

- Martos García, Alberto Eloy. "Los jóvenes ante las pantallas: nuevos contenidos y nuevos lenguajes para la educación literaria". *Revista Currículum* 24 (2011): 11-28.
- Murphy Kelly, Samantha. "Elon Musk y otros líderes tecnológicos piden una pausa en la carrera de la Inteligencia Artificial por considerar que está 'fuera de control'". *CNN en español*, 30 de marzo de 2023. Acceso 23 de abril de 2023: <https://cnnspanol.cnn.com/2023/03/30/elon-musk-y-otros-lideres-tecnologicos-piden-una-pausa-en-la-carrera-de-la-inteligencia-artificial-por-considerar-que-esta-fuera-de-control/>
- The Society of Authors. "How do authors get paid." Acceso el 26 de marzo de 2023. <https://www.societyofauthors.org/Where-We-Stand/buying-choices/How-do-authors-get-paid>
- Thompson, John B. *Book Wars: The digital revolution in publishing*. Reino Unido: Polity, 2021.
- Vital, Alberto. *Quince hipótesis sobre género*. México: Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM; y Colombia, Universidad Nacional de Colombia, 2012.
- Wilson, Nicola. "Virginia Woolf, Hugh Walpole, The Hogarth Press, and The Book Society." *ELH* 79, núm. 1. (2012): 237-260. <http://www.jstor.org/stable/41337586>.