



**Universidad Autónoma
del Estado de México**

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

***El nuevo ecosistema del libro: circuitos
económicos, autopublicación y
comunidades en la era digital***

ENSAYO

Que para obtener el título de
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

Presenta
GUADALUPE PAULINO CONTRERAS

Director:
DR. JUAN CARLOS AYALA PERDOMO

Toluca, Estado de México, julio 2026.



ÍNDICE	
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I	6
Cultura Digital: El ecosistema de la sociedad actual	6
1.1 Comunidad lectora contemporánea: entre lo presencial y lo digital	8
1.2 Las casas editoriales en tiempos de la ciencia de datos	15
Referencias	18
CAPÍTULO II	19
La cultura y el circuito de producción editorial	19
1. 2.1 La transformación digital y el sector editorial	25
2.2 La autopublicación como una forma de economía circular	27
2.3 El libro como objeto de mercado	32
Referencias	38
CAPÍTULO III	40
Derechos de autor e Inteligencia Artificial	40
Referencias	56
CAPÍTULO IV	58
Lo cotidiano de la lectura	58
4.1 Lectura performativa	63
4.2 El café literario	65
4.3 Los escenarios de un lector	65
4.4 Las comunidades lectoras en la era digital	72
4.5 Libros electrónicos	75
4.6 Marketing editorial	79
4.7 Narrativas en suspenso	83
Referencias	86
CONCLUSIONES	90
FUENTES DE CONSULTA	93
ANEXOS	99

INTRODUCCIÓN

La escritura y la lectura se convirtieron en dos de mis pasiones a lo largo de mi carrera universitaria, y fungieron como ejes primordiales dentro de mi formación. Los libros fueron mis compañeros durante estos últimos años, a través de los cuales no solo aprendí a leer textos de investigadores y académicos, sino también, desde la literatura de ficción, escenarios y realidades que se mantienen latentes en la sociedad.

La lectura es una práctica con una carga histórica importante, mediante la cual se difunden conocimientos e ideas que conforman formas de pensar y percibir el mundo. Es común asociar esta actividad a espacios académicos, donde las instituciones establecen textos y autores para dar lectura a sus obras, sin embargo, la lectura como una práctica cultural se encuentra impregnada en diferentes espacios, donde el libro es el protagonista.

El siguiente ensayo nace de la necesidad de hacer visible lo que pasa desapercibido, es decir, evidenciar el ecosistema del libro y los actores que se encuentran en él; hacer notar que la lectura se encuentra inmersa en diversos escenarios del día de una persona y que el circuito de producción editorial que se encarga de llevar un ejemplar a un librero o a las manos de un lector, representa una dinámica compleja ante la intervención de diversos sectores editoriales.

Asimismo, las páginas de este trabajo enuncian en diferentes momentos el uso de plataformas digitales como un vehículo para la interacción de libros y lo que a ellos respecta. La constante mención de elementos digitales subyace en la observación de entornos virtuales que fungen como contenedores de comunidades y figuras públicas, así como promotoras de espacios físicos a través de contenido multimedia.

El ensayo se articula en cuatro capítulos con su respectiva temática, pero manteniendo una relación significativa enfocada al mundo editorial.

El primer capítulo se titula *Cultura digital: El ecosistema de la sociedad actual*, donde se menciona que la industria editorial representa un área que no se mantiene

estática, sino todo lo contrario, ya que está ligada a la innovación y adaptación de sus recursos para la optimización del proceso de publicación, distribución y consumo, las cuales giran en torno a la producción literaria.

La cultura y el circuito de producción editorial es el título del Capítulo II, en donde se hace un acercamiento a la transformación digital del sector editorial, la introducción de la autopublicación como una forma de economía circular y el papel del libro como un objeto del mercado.

El Capítulo III. *Derechos de autor e Inteligencia Artificial*, habla de la importancia de los derechos de autor y la propiedad intelectual como dos factores importantes dentro del campo literario debido a que son ejes para la protección de las obras creadas, como una forma de asegurar la creatividad de los autores, representando un derecho fundamental dentro de la autoría, asimismo se hace referencia a leyes mexicanas y aspectos relacionados a las normativas vigentes del país.

Por otro lado, en el Capítulo IV. *Lo cotidiano de la lectura*, se enuncia la importancia de espacios donde la práctica de la lectura prevalece, principalmente se hace referencia a aquellos que no están directamente relacionados al sector académico, tal y como lo serían las escuelas y bibliotecas. También me ocupo de entornos que no necesariamente nacen con la intención de ser espacios para leer, tal y como lo son las cafeterías, las cuales también se han adaptado para recibir a grupos de lectores y autores, brindando espacios para la difusión de la cultura, generando una tendencia de las comunidades lectoras para asistir a cafeterías que también poseen sus librerías para adquirir libros o leerlos.

El trabajo de investigación relaciona los elementos de la producción literaria y la manera en que convergen los actores sociales a través de espacios físicos y digitales, de modo que haya un reconocimiento de los escenarios donde se manifiesta la lectura y como es que produce interacciones y formas de socialización.

Como estudiante de Comunicación, las páginas presentadas en este proyecto no solo tienen la misión de mostrar al sector editorial como un circuito económico, sino invitar a una reflexión sobre como las nuevas tecnologías y los procesos de

digitalización han reconfigurado la relación de la sociedad con la cultura escrita. Mi aporte busca dotar a los lectores de herramientas para comprender que el libro no debe encasillarse como un objeto estático, sino como un objeto que se adapta y transforma gracias a las comunidades que lo sostienen. Mi propósito es que estas letras sirvan como una guía para reconocer los nuevos rostros y actores de la gestión cultural, así como preservar la importancia de la autoría humana en un mundo cada vez más automatizado.

CAPÍTULO I

Cultura Digital: El ecosistema de la sociedad actual

La cultura es un concepto importante junto con la vida en sociedad que comprende diversas dimensiones: históricas, sociales, políticas y económicas. Estos ámbitos moldean las prácticas cotidianas que cada individuo interioriza, permitiendo que los conocimientos, habilidades e ideas generadas se integren en la identidad personal. Como resultado, se conforma una sociedad que comparte un acervo de saberes diseñados para responder a sus necesidades.

A través de la cultura se viven una serie de concepciones comunitarias que reflejan la identidad de diversos ejes de la cotidianeidad, tal y como son las costumbres, tradiciones y conocimientos, es decir las prácticas cotidianas. Las comunidades son espacios que implican una participación constante en diferentes proyectos y actividades que contribuyen al desarrollo de estas, las personas que las integran tienden a coincidir en prácticas culturales, ideas, formas de vida, lo que evoca una cercanía entre los que forman parte de ella.

Como concepto básico “generalmente se identifica a la comunidad tan solo con la población, la gente de un determinado ámbito local”. (Marchioni, 1999, p.14), pero es necesario tomar en consideración que no solo se trata de un espacio geográfico compuesto por cierta cantidad de habitantes, también hay una relación entre los miembros de estos grupos sociales, los cuales llegan a compartir valores, intereses y gustos particulares.

Aunque se tenga la prenoción de que la cultura digital es solo una versión virtual de lo que se conoce como cultura, sería equivocado, ya que incluso si comparten atributos, es necesario que cada una sea identificada de manera individual.

La vida digital se ha manifestado en los últimos años de manera recurrente y cotidiana, a lo largo de diferentes regiones del mundo una gran comunidad de personas se mantiene interconectada a través de medios digitales, Byung Chul-Han, filósofo surcoreano presenta una denominación a este proceso: “enjambre

digital”, que hace referencia a la descripción de una experiencia de vida y de convivencia entre los usuarios de las sociedades de la información y del conocimiento (Han, 2014). Dicho postulado se enfoca en cómo estos medios se han adaptado a los usuarios y viceversa, y cómo es que la información está hecha para la satisfacción de necesidades de los usuarios a partir de la configuración de los gustos y tendencias.

Esta premisa es un eje central en la conceptualización de la cultura digital, la cual no debe entenderse como un fenómeno aislado, sino como una amalgama de transformaciones sociales que convergen con ámbitos técnicos. En este sentido, la digitalización se destaca como un componente esencial dentro de la cultura digital. “La digitalización se define como el desarrollo científico-tecnológico diseñado como un nuevo modo de almacenamiento y transporte de datos”. (Murolo, 2010, p.2). Es necesario destacar que este proceso no se da de manera independiente, debido a que su relevancia en la actualidad se deriva de la integración de la hipermediación y la participación del usuario. De esta manera, la cultura digital surge no solo de la capacidad técnica de procesar información, sino por la creación de nuevas formas de interacción y espacios colaborativos que redefinen nuestra realidad cotidiana.

La cultura digital se mantiene latente en diversos espacios virtuales que comparten información que a los usuarios les interesa y proporciona un acervo ante las prácticas de consumo de los individuos.

La “cultura digital” es un nuevo campo de investigación y de aplicación, que se refiere a la versión digital del patrimonio cultural: desde las artes visuales (pintura, escultura), las artes escénicas (música, teatro, danza) y los medios de comunicación (televisión, cine), hasta los entornos artificiales (arquitectura) y los entornos naturales (bajo la forma de paisajes culturales). (Castellary, 2010, p.104)

La *versión digital del patrimonio cultural* es una premisa que permite esclarecer la cultura digital, ya que realiza una difusión de conocimientos a través de medios digitales, un concepto amplio que ayuda a vislumbrar las maneras recientes de consumir productos culturales, sin necesidad de ir a una biblioteca o librería en el caso de que se requiera tener acceso a literatura. En internet se encuentra una gama extensa de sitios donde se pueden encontrar un sinnúmero de títulos para leer. “Al igual que los museos y las instituciones patrimoniales, la cultura digital

asume el reto de coleccionar, contextualizar, conservar y transmitir”. (Castellary, 2010, p.1). Por lo que ahora la cultura también se encuentra en espacios virtuales.

Las comunidades que integran a la sociedad son un eje importante de la cultura, y en la era digital, también se han incrementado en entornos digitalizados, cada una con características específicas. “La cultura digital puede definirse como el conjunto de comunidades, prácticas y objetos enmarcados en el contexto del capitalismo cognitivo en el que las tecnologías digitales ocupan un lugar central”. (Quijano, 2018, p.19). Las comunidades permiten un mayor acercamiento a los espacios virtuales, debido a que dentro de estos se desarrollan las interacciones y socialización por parte de los individuos que usan medios digitales para mantenerse en una red de conexión; a esto se le denomina *comunidades digitales*.

La conceptualización de una comunidad virtual mantiene una amplitud en los elementos que corresponden a estos grupos, por ejemplo: las discusiones públicas, estas propician un intercambio de posturas e ideales que responden a temas de interés común, los cuales son abordados en diferentes momentos y formatos con el fin de alimentar discusiones referentes a temáticas relevantes. Las interacciones se pueden fortalecer a través de la retroalimentación que exista en los canales de comunicación, incentivando las conexiones y sentido de pertenencia de los grupos dentro de las comunidades.

Las sociedades al hacer uso frecuente de las redes digitales, y visibilizar a las herramientas como nuevas formas de comunicación y de hacer *ciudadanía*, son aspectos necesarios para puntualizar que este concepto se entiende como “el estatus de pertenencia que el individuo obtiene respecto a una comunidad, y de cuya pertenencia se derivan derechos y obligaciones” (Brook Manville, 1990, citado en Téllez, 2017, p.49) Este parámetro es fundamental para la concepción de elementos que son parte de esta, tal y como lo son comunidades virtuales.

1.1 Comunidad lectora contemporánea: entre lo presencial y lo digital

Las comunidades que surgen de espacios culturales como las de lectores, nacen

de la necesidad de socializar e intercambiar ideas enfocadas al entorno literario, que consta de libros, autores, editoriales y mediadores. En la actualidad, estos grupos sociales han trascendido los límites físicos, ya que se han expandido a espacios virtuales.

Por medio de redes sociales y plataformas digitales, se han configurado espacios de interacción, donde la lectura no es percibida como un acto solitario sino como un fenómeno colectivo, donde los miembros de la comunidad tienen participación. Estos grupos sociales no solo democratizan el acceso a la discusión literaria, sino que también reconfiguran la relación entre el autor y lector. Por ello, es necesario contemplar los elementos que corresponden a las comunidades digitales y cómo es que estas se rigen a través de los miembros que la componen.

Se debe reconocer que la ciudadanía ha sido concebida como una práctica activa en la que un ciudadano debe mantenerse presente dentro del grupo al que es perteneciente, Téllez en su obra *Reflexiones en torno a una <<Ciudadanía digital>>* hace una distinción sobre la ciudadanía digital, definiendo el concepto de la siguiente manera:

La ciudadanía digital corresponde a los individuos independientemente de la nacionalidad o ciudadanía que tengamos, ya que se interactúa hoy en día en el espacio virtual del Internet, es decir pertenecemos a esta comunidad de usuarios de la red de redes que tiene determinadas características como estar descentralizada. (Tellez, 2017, p.50)

Aquí se denota el aspecto de que la integración de una ciudadanía digital no debe remitir a los ciudadanos a pertenecer a un espacio geográfico determinado, ya que el Internet por sí solo no es un espacio tangible, no se pueden realizar delimitaciones concretas sobre este tipo de ciudadanías, debido a que pueden existir comunidades que estén conformadas por miembros de países distintos.

La ciudadanía digital es capaz de brindar experiencias políticas, sociales y culturales de acción, comunicación, reflexión y creación, inéditas en el mundo contemporáneo. (Natal, Benitez, & Ortiz, 2014, p.9)

Esta definición nos transporta a un aspecto preponderante de las prácticas sociales, del mismo modo está aunado a la conceptualización de la identidad

digital, ya que en esta parte se destaca que el ciudadano digital es participante activo de procesos que mantienen su interés, los cuales conducen a decisiones dentro de espacios digitales que se enfocan en compartir información específica bajo formatos virtuales, de modo que pueden impactar dentro de temas de asunto público, pueden ser benéficos o no, dependerá de las posturas de dichos actores. Lo anterior mencionado sirve como una breve introducción de cómo se construyen las identidades dentro del parámetro digital de aquellos usuarios que se mantienen presentes en las plataformas.

En la publicación de *Escenarios y desafíos de la ciudadanía digital en México* (De la Selva, 2019) se enuncia que:

El proceso de construcción de la ciudadanía digital conlleva en sí mismo el desarrollo de las llamadas comunidades digitales virtuales, fenómeno que le es consustancial. Estas comunidades constituyen agregados sociales que surgen de la red cuando una cantidad suficiente de personas lleva a cabo discusiones públicas durante un tiempo suficiente, formando redes de relaciones personales en el espacio cibernético. (De la Selva, 2019, p.83)

Dentro de la descripción mencionada es necesario enmarcar el aspecto de la formación de redes que generan relaciones personales, ya que es importante recordar que, gracias a estas, las comunidades se pueden conformar de acuerdo a sus necesidades e ideales, puesto que existe una mayor interacción y retroalimentación dentro de los temas de interés que los usuarios consideren idóneos dentro de su marco de preocupaciones en el ámbito digital.

Es pertinente mencionar que estos intereses se verán influenciados por las edades y ámbitos de desarrollo de los usuarios, hablando en términos generalizados, porque también puede haber comunidades en las que los ciudadanos digitales tengan una edad diferente pero que compartan ideas en común, esta parte es necesaria ya que gracias a ese sentido de pertenencia es que se van conformando las comunidades digitales.

Por ejemplo, si existen comunidades donde prevalezca el tema de Literatura puede haber una gama extensa en los miembros de dicho grupo, tomando en cuenta la edad, género, ocupación y la red social en que se presente, sin embargo, si el grupo es "Literatura enfocada a poetas femeninas en

Latinoamérica”, los usuarios de esta comunidad tendrán más filtros dependiendo a sus intereses, ya que incluso si están interesados en poetisas femeninas, tal vez estén interesados más en exponentes extranjeras, asimismo si la comunidad se mantiene con mayor presencia en una red social como Instagram, aquellos usuarios que prefieren publicaciones de texto, decidirán buscar otra comunidad en la que se sientan cómodos y que se ajuste a sus ideales y gustos.

Por otro lado, Plant en su publicación “Comunidades Online” (2004) define comunidad online como: “Un grupo colectivo de entidades, individuos u organizaciones que permanecen juntos temporal o permanentemente a través de un medio electrónico para interactuar recíprocamente en un espacio común de acuerdo con alguno problema o interés.” (Plant, 2004: p.52) Las comunidades digitales actualmente se mantienen presentes en la mayoría de los ámbitos de la vida cotidiana, tal y como se mencionaba al principio, en ámbitos educativos, profesionales y personales.

Por ejemplo, en instituciones educativas se siguen utilizando plataformas digitales que permiten tener un mayor acercamiento entre estudiantes y académicos, de manera que se pueden resolver dudas y preocupaciones por medio de las herramientas digitales, tal y como lo son los correos institucionales. Sin embargo, es preciso reconocer que esta función se dará de manera eficiente solo si se mantiene la constancia de las retroalimentaciones de dichas situaciones, para obtener una comunicación eficiente.

Es preciso apuntar que las comunidades digitales están conformadas por sujetos que tienen acceso a diversas redes sociodigitales, en las que poseen perfiles en donde parte de su información personal se mantiene vinculada por medio de las aplicaciones; este parámetro es importante debido a que el usuario entra en contacto con más individuos al momento de aceptar las políticas de privacidad (lineamientos que corresponden a la confianza emitida por el usuario para el manejo de sus datos) para ser parte de una red sociodigital.

El usuario inicia su proceso de socialización cuando empieza a relacionarse con los demás actores, lo cual se da mediante las opciones “agregar amigo o seguir”,

aunque en algunos casos esto no será necesario puesto que el usuario puede entrar a grupos específicos en donde prevalezcan sus gustos e ideales; este punto es importante, ya que de ese modo los usuarios van realizando este acercamiento a ciertos grupos de discusión.

Las comunidades virtuales son agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo (...) discusiones públicas durante el tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético (Rheingold, 1996, p. 20, citado en Meirinhos, M., & Osório, A. 2009, p. 47)

Un atributo importante para concretar a una comunidad virtual es la interacción, esta es una pieza clave en la actividad que se genera en los medios digitales, que son los canales de relevancia en este texto, ya que permiten una interconexión entre los actores sociales que navegan a través de la red y se mantienen en una línea de comunicación digital, propicia para la difusión y retroalimentación de contenidos en redes sociales.

La expresión comunidad virtual ha sido utilizada para caracterizar nuevas formas de interacción, estructuración y organización a través de redes de comunicación. Puede funcionar como una metáfora que da un cierto sentido a un grupo de personas que interaccionan vía red electrónica (Daele, 2004, citado en Meirinhos, M., & Osório, A. 2009, p. 47)

La adhesión de diversas herramientas de comunicación a la vida diaria, particularmente las redes sociales, ha provocado un incremento exponencial en las interacciones entre usuarios. Estos instrumentos digitales son de gran alcance, dada su relevancia, el concepto de red social se vuelve imprescindible para el análisis en este trabajo, por lo que se hace una aproximación a su definición a continuación: Las redes sociales se entienden como aquellos espacios virtuales en los que un conjunto de individuos puede relacionarse y compartir información mediante fotografías, videos, textos, audios etc., de manera que las ideologías de dichos actores puedan ser plasmadas en las publicaciones que emitan en la red social, conduciendo a la creación de comunidades digitales, este último punto puede considerarse como la cúspide en las interacciones digitales.

La socialización digital se ha convertido en uno de los elementos importantes dentro de la vida digital, ya que esta permite a las personas llevar este proceso

a cabo sin la necesidad de compartir un mismo espacio geográfico, además de que estas prácticas sociales se vuelven más rápidas y directas, las barreras de la distancia ya no representan un problema para las redes sociales y las interconexiones que ofrecen a los usuarios.

Actualmente, los entornos digitales han transformado la manera en que las personas se relacionan y perciben en una sociedad. “La experiencia online ofrece la posibilidad de «engancharse» a lo que otras personas hacen, sienten o experimentan. El mundo se interconecta cada vez más y se hace más comprensible porque es más fácil acceder al contexto de otras personas”. (Fundación Telefónica, 2023) Los usuarios se sienten cada vez más cercanos a lo que otras personas en el mundo digital están realizando de manera continua, aquí es donde se van creando los sentidos de pertenencia hacia ciertos grupos o sujetos específicos, debido a que para los usuarios es sencillo acceder a la vida de ciertas figuras por medio de las interacciones online.

Es común que los sujetos tiendan a imitar o adoptar ciertos comportamientos o expresiones de algún personaje de las redes sociales, asimismo caer en la idealización de adquirir nuevas formas de vida a partir de lo que se muestra en perfiles online de personas específicas. Para este punto es preponderante definir uno de los conceptos protagonistas dentro de este análisis: la identidad digital.

En la publicación *La identidad digital de los adolescentes: usos y riesgos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación* (González & López, 2018), la identidad digital se entiende de la siguiente manera

A la narrativa del yo en un espacio digital es a lo que se denomina identidad digital, concepto que hace alusión a la identificación y atribución de singularidades de un sujeto, derivados del ejercicio y pertenencia al ciberespacio a través de perfiles y cuentas privadas en Internet, comentarios, fotos, textos y videos que hacemos visibles en la Red. Se trata de una forma de definirnos y construirnos, de reflejar lo que somos y lo que nos gustaría ser. (González & López, 2018, p.74)

Remarcar el elemento de “reflejar lo que somos y lo que nos gustaría ser” es muy importante ya que denota el aspecto de que el actor de las redes sociales buscará mostrar sus cualidades y características por medio de estos canales digitales, ya sea compartiendo imágenes o videos de su vida diaria (amigos,

pareja, familia, viajes, salidas a cafeterías, parques, fiestas etc.) de modo que la gente que tengan agregada puedan ver cómo es que se lleva a cabo su vida cotidianamente a través de estas representaciones de la realidad.

Ahora bien, el aspecto de “lo que nos gustaría ser” resulta más complejo ya que se interpreta como un ideal al que aspira el usuario, aquí incluso puede haber casos en los que el usuario, para conseguir la aprobación de los grupos en los que está incluido, llegue a mentir sobre su vida real a través de las redes digitales, ya que al ser medios de comunicación a distancia, existe la posibilidad de que aquellas personas que no están en contacto directo con dicho sujeto, crean lo que ven en los perfiles y publicaciones de la red sociodigital.

La construcción de la identidad digital se distingue por la información que se revela expresamente por una persona, la identidad que es revelada por las acciones que esta realiza y la que es calculada o inferida según el análisis de las acciones que la persona lleva a cabo. (Fundación Telefónica, 2023, p.6)

La identidad digital se presenta como un concepto amplio, comparte similitudes con el concepto tradicional, solo que a este se le agregan parámetros relacionados con la tecnología y los modos en que la identidad se ve potenciada por las herramientas digitales al momento de ser conformada. Uno de los aspectos importantes es precisamente el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) las cuales no solo son usadas de una forma aislada, sino también por medio de interconexiones, esto permite llevar a cabo la creación de nuevas realidades comunicativas.

El uso de estas tecnologías de interconexión tiene una respuesta que se ajusta a las necesidades de los usuarios y las oportunidades que tienen al momento de ponerlas en práctica, aunque ya se ha mencionado que para el uso de redes sociodigitales no es necesario que se comparta un espacio geográfico delimitado, para el uso de las TIC's resulta diferente debido a que en ese aspecto si tiene un impacto considerable el punto desde el que se están utilizando, con esta parte me refiero a que no es lo mismo un usuario que usa tecnologías de la comunicación en una zona urbana a una rural que puede encontrarse aislada de ciertas herramientas de comunicación, tal y como puede ser la falta de infraestructura para la Red.

La cultura digital y los elementos que la conforman han sido factores para promover espacios de socialización entre comunidades, permitiendo la interacción entre los actantes incluso no estando en la misma posición geográfica, siendo esta una de las ventajas de los espacios digitales que siguen en ascenso en la sociedad, tal y como lo son las redes sociodigitales que han fungido como un vehículo para la comunicación.

Cada vez son más las instituciones y actores sociales que adoptan plataformas digitales para optimizar la comunicación entre pares, lo que beneficia el acceso a la información y bienes culturales. Los espacios virtuales fortalecen los modos de aprendizaje a través de las comunidades, quienes promueven la interacción digitalizada.

1.2 Las casas editoriales en tiempos de la ciencia de datos

Siguiendo el esquema de la era digital, donde las empresas ven a la información como un bien preciado, el análisis de estos datos supone un área de oportunidad en el mercado, las editoriales han incorporado estos segmentos en sus formas de trabajo.

Vivimos en un mundo cada vez más conectado, donde la inmediatez de la información se ha convertido en una necesidad de primer orden para hacer negocios, establecer relaciones sociales, consumir contenidos multimedia e incluso, estudiar en modalidades no tradicionales. (Salinas, 2017,p. 2)

La información es un factor importante dentro de negocios, ya que esta permite tener una perspectiva detallada de los elementos que funcionan o son obsoletos dentro de una organización. El análisis de datos permite cuantificar la rentabilidad y productividad en una empresa, por este motivo es que se ha hecho común visualizar vacantes de puestos relacionados a esta actividad, se pensaría que una editorial solo se dedica a editar, publicar y difundir títulos de libros, pero lo cierto es que ya no es suficiente el uso de técnicas tradicionales como los espectaculares en las avenidas principales de las ciudades, distribución de folletos, inclusive la publicidad en redes ha tenido que integrar formas de optimizar sus alcances con los potenciales compradores.

Las organizaciones deben saber aprovechar al máximo la información y explorar de manera inteligente cómo pueden beneficiarse del análisis de los datos que generan sus usuarios, operaciones, productos o servicios. No hay que olvidar que ahora, más que nunca, el recurso intangible más valioso en nuestros tiempos es el poder de la información y del conocimiento que obtenemos de éste (Salinas, 2017, p.2)

Esta situación refuerza el que los datos y su respectivo análisis permiten crear una visión objetiva y clara de las decisiones de los ciudadanos a través de las compras de productos o servicios. Los analistas de datos son una pieza clave dentro de las empresas, ya que este tipo de prácticas fortalecen y potencian la productividad. “En ellos recae la responsabilidad de entender en su máxima expresión los datos y sus relaciones, con el objetivo de tomar decisiones más informadas a la vez que mejoran los productos y servicios de las organizaciones.” (Salinas, 2017, p.5)

Las casas editoriales, así como cualquier empresa que desea ir en ascenso dentro del mercado, tienen la necesidad de exigirse cada vez más, por ese motivo es que optan por la contratación de *científicos de datos*. Por ejemplo, de acuerdo con una búsqueda en la plataforma de *LinkedIn*, específicamente en el perfil de *Penguin Random House Grupo Editorial México*, se solicitaba a un profesional enfocado en el análisis de datos, como parte de su objetivo principal se encontraba “resolver problemas críticos de la operación del negocio siendo los de principal atención: pronóstico de ventas, rentabilidad del título mediante optimización de precio, predicción comportamiento de consumidor y tendencias del mercado”. (LinkedIn, 2026).

En este caso, se evidencia que la casa editorial ya no solo busca un enriquecimiento cultural a través de los títulos de obras, sino que también se busca impulsar el crecimiento dentro del mercado, obtener un posicionamiento sobre las demás editoriales, tal y como ha pasado con Penguin Random House a nivel internacional. “Los grandes conglomerados han ido armándose en los últimos años con analistas de datos. Desean saber con precisión quiénes son sus lectores (en términos demográficos, de género o de poder adquisitivo) y qué buscan para su toma de decisiones”. (Mantilla, 2020)

Conocer al segmento del mercado y segmentarlo, es una parte sustancial dentro las empresas, tener en consideración elementos como la edad, localidad y el género

son una base importante para generar estrategias que lleguen a esos actores sociales, con el fin de acrecentar el número de usuarios fieles a la marca.

En contraste, cuando se habla de pequeñas casas editoriales, lo cierto es que al no tener un posicionamiento dentro de la industria cultural, es complicado que adopten este tipo de acciones como parte de su organización, y no es necesariamente porque no lo deseen sino porque el costeo de esas estrategias llegan a rebasar el presupuesto de dichas editoriales, ya que se trata de pequeñas empresas, donde se llega a tener no más de diez colaboradores, y muchas de las veces, el escritor también cumple el rol de editor e impresor.

La brecha que existe entre editoriales es innegable, por lo que solo aquellas que cuentan con el poder adquisitivo necesario, son las que logran despuntar, las estrategias de mercadotecnia y comunicación han sido innovadas día con día, de este modo solo las que se adapten más rápido serán las que logren impactar en la sociedad y sobre todo en la comunidad lectora.

Referencias

- Castellary, A. C. (2010). Perspectivas de la cultura digital. *Zer*, 103-115.
- De la Selva, A. (2019). Escenarios y desafíos de la ciudadanía digital en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*.
- Fundación Telefónica. (2023). Identidad digital: El usuario nuevo en el mundo digital. *Ariel*, 7-20.
- González, R. T., & López, G. Á. (2018). La identidad digital de los adolescentes: usos y riesgos de las Tecnologías de la Información y Comunicación. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*.
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- Mantilla, J. R. (2020, 17 enero). El algoritmo desafía al instinto en la toma de decisiones editoriales. *El País*.
https://elpais.com/cultura/2020/01/15/actualidad/1579118144_664177.html
- Marchioni, M. (1999). *Comunidad, participación y desarrollo*. Madrid: Editorial Popular, S.A.
- Meirinhos, M., & Osório, A. (2009). Las comunidades virtuales de aprendizaje: el papel central de la colaboración. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, 35. <https://www.redalyc.org/pdf/368/36812381004.pdf>
- Murolo, N. L. (2010). Cuatro conceptos para interpretar el cruce entre digitalización y sociedad . *KAIROS, Revista de Temas Sociales*, 1-13.
- Natal, A., Benitez, M., & Ortiz, G. (2014). *Ciudadanía digital* . México: Juan Pablos Editor.
- Plant, R. (2004). Online communities. *Technology in Society*, 26(1), 51–65.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2003.10.005>
- Quijano, P. R. (2018). Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina. *Revista Chasqui*.
- Téllez, E. C. (2017). Reflexiones en torno a una <<Ciudadanía digital>>. *Revista DOXA Digital*, 47-65.

CAPÍTULO II

La cultura y el circuito de producción editorial

En la actualidad, las comunidades también pueden concebirse como virtuales u online. Puesto que, “la comunidad virtual se refiere a cualquier grupo que interacciona a través de la Internet, con mayor o menor dinámica social”. (Meirinhos & Osório, 2009, p.47) Las comunidades físicas y virtuales se caracterizan por una cuestión de suma relevancia: la interacción; en donde se permite mantener un acercamiento entre pares, la comunicación es constante y la colaboración es presente, se genera una identidad comunitaria a través de la identidad individual.

La identidad no es más que la cultura interiorizada por los sujetos, considerada bajo el ángulo de su función, diferenciadora y contrastiva en relación con otros sujetos. Representa el conjunto de los rasgos compartidos dentro de un grupo y presumiblemente no compartidos (o no enteramente compartidos) fuera del mismo (Giménez, 2005, p.1)

Este concepto se ve reflejado de manera clara con las comunidades de lectores. Son grupos que se reúnen periódicamente en espacios físicos o a través de redes sociales para compartir sus hallazgos de géneros literarios, tener conversaciones sobre libros, realizar lecturas en grupo, escribir colaborativamente y retroalimentar sus textos; la identidad de estos grupos yace de sus gustos e intereses por libros.

Cada miembro de estas comunidades tiene su propia identidad, pero cuando sucede el encuentro entre varios de estos actores sociales, se genera una identidad colectiva. De acuerdo con Noé González en su análisis de *Bauman, identidad y comunidad*, destaca que “las comunidades estéticas están generadas por preocupaciones identitarias cuya demanda constituye el terreno favorito de la industria del entretenimiento”. (González, 2007). Cada miembro de la comunidad tiene autores favoritos, libros destacados y eventos sociales preferidos, los cuales son una pieza clave en la formación de la identidad.

Malvina Silba, socióloga argentina especializada en cultura y juventudes, enuncia que “todo grupo social, al construir sus identidades, marca una alteridad, se diferencia uno del otro”. (Silba, 2011), siendo de ese modo, cada comunidad y grupo

mantienen características únicas, si bien puede haber algunas compartidas con otros, siempre habrá un diferenciador entre grupos. En este contexto, se entiende que: “los jóvenes buscan en los objetos que consumen marcas de identidad, puntos desde los cuales definir su pertenencia”. (Serrano & Silba, 2006) Por ejemplo, en las comunidades de lectores, a pesar de que tienen al libro como un objeto en común, habrá una diferencia entre los géneros y narrativas que se encuentran dentro del campo editorial.

Como parte de las comunidades, se resaltan las maneras de transmitir ideales y pensamientos a través de acciones que refuerzan el sentido de pertenencia, en donde diferentes actores sociales y modos de producción se integran y reconfiguran a través del contexto en que se desarrollen.

Al respecto, el libro *Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de comunicación de masas*, es una de las obras del sociólogo británico John B. Thompson (1990), de la cual se retoman planteamientos para la exploración de la cultura y los elementos que convergen para que las formas simbólicas se reproduzcan y circulen dentro de espacios sociales determinados.

Se enuncia lo anterior dado que la concepción de Thompson está centrada en las sociedades modernas y la forma en que se ven influenciadas a través de factores sociales y sus derivados.

La cultura es el patrón de significados incorporados a las formas simbólicas entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias. (Thompson J. , 1990, p. 197).

De este modo, la cultura permite a las sociedades ser parte de una colectividad en donde se refuerzan y comparten elementos de la vida diaria, mismos que tienen un valor simbólico.

La contextualización social de las formas simbólicas requiere atención a ciertos aspectos sociales del contexto (aspectos espacio - temporales, la distribución de recursos en campos de interacción), así como a ciertos procesos de valoración y a las denominadas «modalidades de la transmisión cultural». (Thompson J. , 1990)

Ahora bien, en términos del campo literario y elementos que lo componen, como el proceso de producción editorial y la mercantilización del libro como forma simbólica, es necesario mencionar que estos procesos se remontan a partir de la invención de la imprenta y los eventos históricos de la difusión de la escritura a través de la reproducción de textos.

Por otro lado, Raymond Williams, académico galés dedicado a la investigación de los estudios culturales, es un autor de quién se retoman premisas para la exposición de la producción editorial y las vertientes de esta, como un circuito en el que están presentes las estructuras económicas e históricas. En este sentido, la obra de Williams no solo aporta categorías de análisis, sino que también es un eje teórico que orienta la reflexión sobre la cultura y sus implicaciones sociales.

Raymond Williams en su libro *Sociología de la cultura* expone el siguiente postulado:

La escritura pasó de ser una función de apoyo y registro, en las sociedades en las cuales la tradición y la composición oral eran todavía predominantes, pasando por una etapa en la que a esta función se añadió la composición escrita para su interpretación oral y una etapa posterior en la que la composición era adicionalmente escrita sólo para ser leída, hasta la etapa más reciente y conocida en la que la mayor parte o virtualmente todas las composiciones eran escritas para ser leídas en silencio, y la escritura, por esta razón, se generalizó finalmente como «literatura». (Williams, 1981, p.88)

La premisa retoma una parte histórica y social de la escritura, y como es que llega a ser considerada como literatura. La escritura en la actualidad ya no solo se usa para crear registros y datos, también tiene una función centrada en el entretenimiento; donde gran variedad de autores y libros buscan llegar a grandes cantidades de lectores como una forma de exhibir su trabajo literario.

Este segmento posee aspectos culturales y estructurales que denotan el nivel de organización de actores sociales e instituciones para crear y difundir este tipo de bienes culturales. La escritura no nace para el entretenimiento; es importante mencionar que a lo largo de las décadas esta idea se ha reforzado, aunque siguen existiendo publicaciones científicas y con una perspectiva crítica e intelectual, los títulos publicados enfocados a entretener llegan a tener más peso respecto del número de impresiones vendidas.

Siguiendo el esquema de la intención del entretenimiento, es importante realizar un paréntesis respecto a este factor.

La industria de la cultura, la comunicación y el entretenimiento incluye entonces a todas aquellas actividades cuya producción y distribución tienen lugar, en distinta medida, tanto dentro del mercado artístico-cultural, como en el campo mediático y en el sector propiamente recreativo. (López, 2011, p.9)

El entretenimiento se ubica como un eje que rige la creación y difusión de productos culturales, con el fin de mantener ocupados los espacios de recreación de las personas en la sociedad. Existen diversas maneras de evidenciar esta premisa, ya que dentro de los ejemplos más comunes se tienen a las exposiciones artísticas de pinturas, esculturas o fotografías en museos, mismos que permiten un enriquecimiento cultural. De acuerdo con la propuesta de clasificación de las Industrias del Entretenimiento de José López en su artículo *Sociedad del Entretenimiento* (2011), el ejemplo mencionado corresponde a la estructura sectorial de las industrias de la cultura.

Por otro lado, dentro de la catalogación de las industrias de la comunicación, se ubica la industria editorial y la prensa, donde están incluidos la prensa y los libros. En esta misma categoría está la industria de la cinematografía y televisiva. En la actualidad, estas últimas han tenido una relación muy estrecha debido a que: “Ya podemos ver obras escritas que, desde el momento mismo de su producción, han sido concebidas en relación con lo que se pueden llegar a ser en su adaptación cinematográfica o televisiva”. (Chartier, 2018, p.49)

Es habitual constatar que, en varios momentos, libros han sido seleccionados por empresas de entretenimiento para producir películas o series por la popularidad de los títulos en cuestión, o por el impacto de los escritores; tal y como sucede con Stephen King, escritor estadounidense que tiene una lista amplia de adaptaciones cinematográficas y de programas de televisión de sus libros. Entre los ejemplos más destacados se encuentra *IT* (1986), *El Resplandor* (1977), *Carrie* (1974) y *Misery* (1987).

Asimismo, Netflix, siendo una de las plataformas de *streaming* más reconocidas a nivel internacional, se ha dado a la tarea de producir adaptaciones de libros a películas y series. Por ejemplo, *Heartstopper*, una serie británica que nace de la novela gráfica que lleva el mismo nombre, la cual fue escrita por Alice Oseman. Por otro lado, no se deben dejar de lado los *Best Sellers* como *Harry Potter* (J. K. Rowling, 1997-2007) y *The Hunger Games* (Collins, S. 2008) que fueron obras que también tuvieron su adaptación a la pantalla grande, siendo referentes de las novelas juveniles hasta el día de hoy.

El libro en sí mismo es un objeto que mantiene ocupado el tiempo de los lectores, así como una forma de socializar, ya sea a través de redes sociales o reuniones con autores. Este objeto cultural también supone una herramienta para llegar a más personas cuando se trata de adaptaciones cinematográficas.

Por otro lado, Raymond Williams enuncia que “la literatura perdió su sentido originario como capacidad de lectura y experiencia de lectura y se convirtió en una categoría aparentemente objetiva de libros impresos de cierta calidad”. (Williams, 1988, p.62), esta idea muestra una realidad visible en la actualidad, misma que está acompañada de los cambios en las formas de producir libros, ya que las necesidades son cambiantes al mismo tiempo que los intereses de los lectores, quienes representan el público objetivo de las editoriales. Por ejemplo, es común ir a librerías y observar que los libros que se compran son en su mayoría aquellos con títulos atractivos, o bien, los que presumen una portada estética y colorida, cuyos conceptos son opuestos a los libros con presentaciones más sobrias. Algunos ejemplos que encajan con la propuesta de portadas llamativas son los siguientes (ver Fig. 1,2 y 3).



Figura 1. Longarela, 2023 Figura 2. Hutchison, 2016 Figura 3. Eärfalas, 2025

En la actualidad, el campo editorial se ha encargado de poner en práctica las adaptaciones que demanda el sector editorial, donde las innovaciones de la época actual se han impregnado en la forma de concebir la literatura, como lo son las formas de producción y distribución, mismos que son parte de la transmisión cultural.

De acuerdo con la línea de la concepción de la cultura de Thompson (1990), existen tres modalidades de transmisión cultural: medio técnico, aparato institucional y distanciamiento espacio-temporal, mismas que se desglosan a lo largo del ensayo. El *medio técnico*, hace referencia a los componentes materiales. Aquellos de los cuales una forma simbólica es producida y transmitida, dependiendo del acceso que tengan a esta. Además, sirve como un vehículo para alcanzar objetivos particulares de los individuos que tengan acceso a estos. Por ejemplo, el medio técnico primordial del campo editorial es el libro, el cual tiene un papel de suma importancia en el mundo de la literatura, ya que es el eje sobre el cual se rigen las consideraciones para la producción y promoción de estos, es decir, las expectativas del lector se reflejan en la producción del libro.

1. 2.1 La transformación digital y el sector editorial

Actualmente, los libros no son únicamente físicos, ya que “la literatura ha dejado de ser leída exclusivamente en papel, con todo lo que ello conlleva, y se crea y transmite de forma digital, es decir, está cambiando el canal de transmisión”. (Romero, 2013, p.272). La literatura y los libros ya no solo se encuentran en papel y tinta. Se ha vuelto común encontrar este tipo de acervo cultural en medios digitalizados, como lo son los *ebooks*: “libros electrónicos que pueden llegar a contener múltiples informaciones multimedia, tanto textuales como figurativas; esto es, un complejo conjunto de textos digitales, que al tiempo pueden contener enlaces y vídeos”. (Bocciolesi, 2014, p.2).

Es menester decir que la producción editorial también ha tenido sus fases de adaptación de acuerdo con las demandas que la industria les exige respecto a las innovaciones. “La industria editorial ha migrado con gran fuerza hacia la publicación de libros electrónicos en diferentes formatos. Casi todas las editoriales, desde las más grandes hasta las independientes, cuentan con programadores que adaptan el libro analógico a un formato electrónico”. (Barroso, 2023, p.32). Los libros electrónicos ofrecen una alternativa económica para los lectores, ya que, gracias a estas versiones, se puede acceder a una gama extensa de ejemplares, además de que existen plataformas en Internet que propician estos libros a un menor precio, como lo son Google Play Libros, Amazon, Kindle, Apple Books

Dicha transformación permite visibilizar como el acceso a medios digitales no solo benefician al lector con catálogos amplios y precios reducidos, sino que también impulsa a las editoriales a mejorar los procesos de producción para asegurar la continuidad del hábito de la lectura en un contexto de creciente digitalización. En este sentido, los monopolios editoriales se adaptan a las necesidades de inmediatez y los medios portables de la sociedad actual, tal y como lo son celulares, tablets y laptops. Las reconfiguraciones permiten crear espacios donde la población mantiene el interés en la literatura, ya que se reducen las barreras de acceso físico e incluso económico que pueden llegar a limitar el consumo cultural.

Aunado a la idea previa se reconoce que todo el sector editorial, sin excepción (grandes o pequeños sellos editoriales) han incorporado los libros electrónicos a sus catálogos.

No obstante, incluso con el auge digital, los libros físicos siguen siendo el formato favorito. Según la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, a través del *Panorama de la Producción de la Editorial en México 2024: Datos clave del ISBN*, reconoce que “el análisis por formatos revela que el impreso sigue dominando el mercado con el 67% del total, mientras que las ediciones digitales mantienen una participación de 31%”. (CANIEM, 2024) La cifra de publicaciones impresas corresponde a más de la mitad de la producción editorial.

Por otro lado, la segunda modalidad de transmisión cultural es el *aparato institucional*, que se destaca por lo siguiente:

Algunos de los arreglos institucionales que intervienen en la transmisión de un texto literario. Entre las instituciones específicas que pueden tener relación con semejante proceso están la organización editorial, la red de distribución, las instituciones de los medios y el sistema educativo. La decisión de publicar un texto literario, y en consecuencia ponerlo a disposición como bien simbólico, recae en última instancia en la organización editorial, que es capaz de emplear recursos acumulados a fin de producir y promover un libro. (Thompson J. , 1990, p. 247)

A través de esta idea se entiende el papel de las instituciones en la intervención de los procesos editoriales, lo cual se refleja en la actualidad debido a que son las editoriales quienes tienen una organización específica para la publicación de ciertos libros, asimismo desplazan a aquellos que no cumplen con los intereses de los monopolios de este tipo. Existen diversas formas a través de las cuales las instituciones se encargan de que los bienes simbólicos lleguen a diversos sectores para promoverlos.

Derivado de la premisa de Thompson y el proceso de organización editorial, se destaca el régimen que existe en el campo editorial y cómo se ha normalizado la *autopublicación*; no hay una figura regulatoria en los textos, puesto que los autores que recurren a esta opción tienen diversos papeles en el proceso de producción editorial, y son estos mismos quienes se desempeñan como escritores, editores y publicistas.

Sin embargo, la autopublicación también surge de una necesidad de resistencia cultural. Como enuncia José María Espinasa:

Los grandes consorcios editoriales, más allá de utilizar a las pequeñas casas editoras como laboratorios gratuitos, preferirían que no hubiera este tipo de sellos, les incomodan, los exhiben y los ponen en evidencia al mostrar la estulticia de sus políticas editoriales (incluida la distribución). (Espinasa, 2011, p.8).

Son los autores independientes quienes buscan a través de esta práctica dar a conocer sus obras, en donde los lineamientos editoriales quedan en un plano ajeno a la autopublicación, reconociendo también que este tipo de publicación evidencia el monopolio editorial, mismo que desplaza a las editoriales más pequeñas.

2.2 La autopublicación como una forma de economía circular

Cuando un editor es independiente no solamente se hacen mejor y más cuidados los libros, sino que responden a una relación mucho más cercana entre autor y editor. Esto se deriva de que en el campo editorial independiente, los editores son a su vez escritores, en este sentido se convierte hasta cierto punto en una colectividad que impulsa un tipo de economía circular, misma donde los escritores pueden recurrir a otros que cumplen con la función de editor.

El concepto de economía circular enfocado a los procesos de producción editorial retoma las pautas de la definición clásica:

La economía circular es un ciclo de desarrollo continuo positivo que preserva y aumenta el capital natural, optimiza los rendimientos de los recursos y minimiza los riesgos del sistema, gestionando stocks finitos y flujos renovables. Funciona de manera efectiva a cualquier escala. (Cerdá & Khalilova, 2016, p.12)

La autopublicación, sigue la línea de este tipo de economía, permite optimizar los procesos y recursos que se tienen disponibles, lo que otorga una funcionalidad pertinente para la producción de libros, ya sea de manera virtual o física, debido a que, al haber menos intermediarios dentro del proceso, el número de tiraje de un ejemplar corresponde a la demanda exacta que tiene dicho libro.

Lo mismo sucede con las publicaciones digitales, con las que ya no hay un proceso de impresión. El autor es quien gestiona sus recursos y los distribuye dependiendo

las necesidades que se deben atender, la autopublicación se vuelve un modelo de producción editorial flexible ya que se preservan y potencializan los recursos disponibles del escritor.

La autopublicación no solo se reduce a la producción de libros en imprentas pequeñas, también se da a través de procesos virtuales. “En esta clase de sistemas, cualquier escritor puede ser su propio editor. Un libro autopublicado, por ejemplo, en formato ebook, puede circular en la Web y venderse sin ningún tipo de restricciones”. (Velázquez & Koziura, 2019, p.36) El escritor no se rige de acuerdo con los preceptos que le supondría una casa editorial, el autor toma las decisiones que considera mejor para la producción de sus libros, y cuando se realiza de manera virtual, se puede circular sin ningún tipo de limitantes.

La autopublicación marca un punto de inflexión en el ecosistema editorial, puesto que no existen “inversiones” en el autor. Por el contrario, el escritor invierte en sí mismo. Por eso, las plataformas digitales arman estrategias de negocio en torno a la autopublicación basándose en el costo reducido y la ganancia inmediata. (Velázquez & Koziura, 2019, p.37)

La inversión del escritor en sí mismo, es una de las formas que encuentran los autores para adaptarse a las exigencias del campo editorial tradicional. El desplazamiento de los grandes consorcios a los escritores y casas editoriales pequeñas contribuye en gran medida a la alternativa de autopublicación.

Además, cuando no se realiza de manera física sino digital, los costos de inversión son menores a diferencia de un proceso de impresión, ya que los libros pueden ser distribuidos por medios digitales. En este sentido, “la estrategia del “hágalo usted mismo” se presenta como una oportunidad relevante para los autores emergentes. La autopublicación ordena un modelo de negocios en el cual los costos son ínfimos y la rentabilidad considerable”. (Velázquez & Koziura, 2019, p.37) No obstante, a pesar de que el modelo reduce barreras de entrada y amplía las posibilidades de publicación, también traslada al autor responsabilidades clave como la edición, distribución y difusión, lo que impacta en la calidad y visibilidad de las obras.

Adicional a estas premisas, se destaca el postulado que critica de manera directa a las grandes empresas editoriales. “Lo que hay detrás de la ideología del mercado editorial es la anulación de la crítica social y del contenido de la obra mediante una

fagocitación de símbolos y esquemas sociales que convierten a la novela en un discurso inocuo sobre los roles impuestos a los individuos por la estructura social”.(Serrato, 2022) Esta idea, aunque está mayormente ligada a las novelas literarias y los lineamientos que se esperan de estos textos como bienes simbólicos de entretenimiento.

En segmentos específicos el mercado editorial no está interesado en textos que no cumplan con estos estándares, por ese motivo es que parte del gremio de escritores decide buscar alternativas de publicación, para conservar la esencia principal de sus obras y evitar que haya algún tipo de restricción ante el libro en cuestión.

Por otro lado, se deben considerar otros elementos que refuerzan la idea del campo editorial y el libro en sí mismo como medios para llegar a poblaciones específicas a través del mercado. El surgimiento y el desarrollo de la comunicación de masas pueden considerarse como una transformación fundamental y continua de las maneras en que se producen y circulan las formas simbólicas en las sociedades modernas. (Thompson J. , 1990) Esta premisa toma en cuenta a la comunicación de masas como un factor esencial para la propagación de formas simbólicas en la sociedad actual, usando canales que se mantienen en tendencia en la sociedad; tal y como es el uso de redes sociodigitales para la difusión y en determinados casos la distribución de libros.

Continuando con los postulados de Thompson, él propone que “la producción y la circulación de las formas simbólicas han estado creciente e irreversiblemente atrapadas en procesos de mercantilización y transmisión que ahora poseen un carácter global”. (Thompson J. , 1990, p.185) Las grandes editoriales mantienen una visión internacional innegable, que se puede corroborar con sus cifras de publicaciones y de ejemplares vendidos, la presencia que tienen en la sociedad de manera física y digital ya sea en librerías, ferias de libro, páginas web, etc.

La transmisión de una forma simbólica implica necesariamente su separación, en diversos grados, del contexto de su producción: se distancia de este contexto, tanto espacial como temporalmente, y se inserta en nuevos contextos que se pueden ubicar en diferentes espacios y tiempos. (Thompson J. , 1990, p.249)

Sin embargo, la transmisión de una forma simbólica implica necesariamente su separación del contexto original de producción, se distancia de manera espacial y temporal para insertarse en nuevos contextos, para incrementar el alcance. Este es el tercer modo de transmisión que propone Thompson, y se le denomina: distanciamiento espacio-temporal, el cual se refiere a situaciones donde los medios técnicos, como las redes sociales permiten extender la disponibilidad de la obra.

Bajo esta lógica, el impacto de los *influencers* que se dedican a la recomendación de libros es notable, ya que, al utilizar redes sociales, estos actores actúan como el medio técnico que rompe las limitantes de una conversación privada, permitiendo lo que Thompson define como una *extensión de la disponibilidad de las formas simbólicas en el tiempo y el espacio*. Es así como el campo editorial produce bienes simbólicos que logran mantenerse presentes en la cotidianeidad.

Es importante reconocer que en el campo editorial se producen bienes simbólicos que se mantienen presentes en la cotidianeidad, Thompson menciona que:

Al producir un bien simbólico como un libro, una organización editorial transforma una forma simbólica en una mercancía y la ofrece en intercambio en un mercado. Según las ventas anticipadas que tenga el libro, el editor asignará generalmente cierto valor económico a la forma simbólica, asignación que puede, y con frecuencia lo hace, diferir de las asignaciones de otros, tales como los autores y los agentes. (Thompson J. , 1990, p.231)

Esta idea permite ampliar la visión del bien simbólico y del valor que se le adjudica en la sociedad, ya que al convertirse en una mercancía que se distribuye en el mercado, es posible que no solo las editoriales asignen valor a estos bienes. También dependerá de que los actores sociales intervengan en la creación y difusión de este. “La «valoración simbólica»: es el proceso mediante el cual los individuos que producen y reciben las formas simbólicas les asignan cierto «valor simbólico»”. (Thompson J. , 1990, p.229). La asignación de este valor permite obtener cierto nivel de legitimidad de una obra o libro; no obstante, dependerá en gran medida de quién sea el responsable de asignar dicho valor.

Por ejemplo, la presencia de literatura en redes sociales a través de narrativas generadas por figuras públicas provoca una asignación de valor simbólico a ciertos ejemplares, mismos que son criticados para determinar si son libros de valor o no,

es decir, si vale la pena comprarlos. Esta acción se da a través de reseñas literarias, en donde se mencionan los puntos favorables de dichos títulos, o bien, aquellos factores que lo hacen menos valioso frente a otros. Siguiendo esta premisa, las comunidades lectoras pueden convertir libros poco conocidos en éxitos editoriales, por lo que reitero: la imagen pública de un actor o grupo de estos es fundamental para adjudicar un valor simbólico a los libros.

Resulta necesario evidenciar que los productos culturales no solo poseen un valor simbólico, sino que también una dimensión económica que influye en el circuito de producción editorial. “Los bienes simbólicos pueden ser valorados económicamente en diversos grados por diferentes individuos, en el sentido de que algunos de ellos pueden considerarlos más o menos valiosos de lo que otros los consideran”. (Thompson J. , 1990, p.231). Los libros pueden entenderse como formas simbólicas que se producen, circulan y consumen dentro de contextos sociales específicos.

Las formas simbólicas adquieren un valor en función de las relaciones sociales y de las estructuras institucionales que intervienen en su difusión, como las editoriales, los medios de comunicación y por supuesto el mercado cultural. Por ello, un mismo libro puede ser valorado de manera diferente por distintos públicos, según la posición social y el capital cultural.

La distribución del libro como un bien simbólico está mediada por relaciones de poder. En el campo literario, estas relaciones influyen en qué obras alcanzan mayor visibilidad, prestigio o éxito económico. Así, el valor económico de un libro no depende únicamente de su contenido literario, sino de las condiciones sociales de su producción y distribución, así como de la manera en que los lectores perciben los libros que están a su disposición, por esa razón es que existe una discrepancia en las comunidades lectoras.

Existe otro tipo de valoración que propone Thompson (1990), la cual se define como valoración cruzada:

Una parte esencial de la estrategia seguida por los publicistas cuando usan a conocidas estrellas de cine, a estrellas de la música popular o a figuras públicas como medio para promover productos particulares: el objetivo es aumentar las ventas por asociación,

aumentar el valor económico por asociación con una figura de alto valor simbólico, aunque no haya una conexión necesaria entre ambos. (Thompson J. , 1990, p.233)

Este tipo de valoración demuestra la forma en cómo las instituciones hacen uso del poder mediático de ciertos actores sociales y como promueven productos en específico. En el caso de los libros, es común que las editoriales opten por contactar a figuras públicas para que hagan reseñas de libros y den opiniones acerca de estos a través de sus canales de comunicación.

Esta práctica se mantiene presente en redes sociales, donde los denominados *bookfluencers*, quienes se destacan por la creación de contenido en redes sociales, característica propia de los *influencers* (figuras públicas en plataformas digitales), sin embargo, el *bookfluencer* se destaca por generar publicaciones enfocadas en libros, autores y entornos de lectura; buscan alcanzar grandes cantidades de usuarios para compartir sus opiniones respecto a los libros leídos. Es importante mencionar que este tipo de acciones llegan a repercutir de manera considerable en la compra de libros, ya que se vuelven populares y los lectores necesitan mantenerse actualizados con las tendencias literarias; incluso si el material literario no resulta ser tan bueno o interesante.

2.3 El libro como objeto de mercado

En la primera parte de este capítulo se enunció la forma en que el libro tiene un papel importante como bien simbólico y el valor que se les da en el campo editorial; sin embargo, hay un punto interesante dentro de este aspecto que permite entender las formas en que funciona el campo editorial, que corresponde a las formas de producción de libros y cómo es que los escritores llegan a ser condicionados para escribir y producir más rápido, tal y como lo expone Jesús Martín-Barbero:

Ahora lo realmente nuevo y decisivo es que la relación asalariada penetra el ritmo, se deberá escribir “contra reloj”, y el modo de escribir, para un medio que impone un formato, exponiendo al escritor, desclausurando su modo de trabajo al colocar entre el escritor y texto una mediación institucional con el mercado que reorienta, rearticula la intencionalidad “artística” del escritor. (Martín-Barbero, 1987, p.140)

La necesidad de los monopolios editoriales de producción acelerada condiciona en cierta medida el propósito inicial del escritor. Derivado de esta situación, los libros

escritos y eventualmente publicados pueden perder la esencia intelectual y artística del escritor, debido a los requerimientos que exigen las editoriales en los que los escritores se ven afectados en la producción de nuevos títulos, debido a ello el editor también forma parte de esta práctica.

Walter Benjamín, es uno de los autores que reconoce la importancia del valor de una obra y su autenticidad como un sello que las hace únicas frente a la industria. En la cultura clásica, el valor cultural de la obra de arte está vinculado a su carácter único e irrepetible y esto es lo que la hace auténtica. De acuerdo con esta premisa, la labor del escritor queda manchada de cierta manera cuando su obra se reproduce, asimismo cuando la obra pierde el sentido de cuando fue hecha inicialmente, esto pasa con diferentes expresiones artísticas y sus obras, tal y como sucede con la reproducción técnica de libros.

Walter Benjamín propone la concepción de que una obra de arte debe contar con la cualidad de única, la autenticidad de la obra es un factor importante dentro de los postulados del filósofo alemán: “Incluso en la reproducción mejor acabada falta algo, el aquí y ahora de la obra de arte, su existencia irrepetible en el lugar en que se encuentra”. (Benjamín, 1936, p.2) La reproducción de los libros provoca la pérdida del *aura*, un concepto dedicado a las obras que se mantenían en el “aquí y ahora” que propone este escritor. Para él “no hay copia del aura”, por lo que no hay reproducción que iguale a la obra original.

La modernidad y la reproductibilidad han sido factores que modifican de manera considerable la naturaleza de la obra artística. “La obra de arte reproducida se convierte, en medida siempre creciente, en reproducción de una obra artística dispuesta para ser reproducida”. (Benjamín, 1936, p.5) Esta premisa denota un aspecto importante dentro del campo editorial, los libros no se conciben únicamente como obras que tengan una copia única, sino que en la época actual su propósito se ha convertido en la reproducción de estos, de modo que el autor tenga un tiraje amplio de copias.

El sector editorial ha experimentado profundas transformaciones estructurales, por lo que: “La edición se transforma de industria cultural a industria del entretenimiento,

dirigida al gran público y dominada por empresas transnacionales”. (Encuadre, 2014) En el momento en que el campo editorial se enfoca únicamente a mercantilizar sus obras y títulos se deja de lado el propósito inicial de la difusión de narrativas e historias, ya que la crítica y sensibilidad ante el mundo pasa a un segundo plano cuando la producción de libros que entretienen y se venden más rápido obtienen el papel principal. En este contexto, “el interés comercial es la base de la mayoría de las publicaciones; la decisión de publicar está a cargo de comités editoriales”. (Encuadre, 2014) El campo editorial aprecia más la comercialización y venta de títulos que la calidad intelectual que estos puedan ofrecer.

El predominio del sector empresarial dedicado a la publicación de libros es tal que para muchos escritores las relaciones sociales más accesibles son las del empleo en este sentido, con lo cual las ideas sobre los libros a editar provienen de nuevos intermediarios profesionales (los directores de publicaciones) dentro de la estructura de mercado, y los autores son empleados para ejecutarlas. (Williams, 1981, p.48)

Derivado de esta premisa, el papel de los escritores está siendo desplazado en gran medida, ya que la autonomía de estos se va diluyendo ante las empresas editoriales. Los escritores deben responder a las necesidades económicas de dichos consorcios. Las decisiones creativas dejan de atender las expectativas del creador y se enfocan principalmente en cubrir aquellas que requieren las editoriales para hacer más vendible el libro en cuestión. El escritor y su libro se convierten en objetos de venta, que están a disposición de los agentes editoriales y las demandas del mercado en cuestión.

A fines del siglo XX, con la creciente dependencia de otras muchas instituciones culturales para obtener ingresos o patrocinio de esta institución específica del mercado, la «publicidad» se ha convertido en un nuevo fenómeno cultural, y se ha ido expandiendo característicamente hacia áreas de valores sociales, económicos y explícitamente políticos, como un nuevo tipo de institución cultural. (Williams, 1981, p.50)

Con la mercantilización de obras editoriales, este campo ha tenido que recurrir a diversos soportes para promover la difusión de libros y dar a conocer a los autores que están detrás de ellos. La publicidad es una forma de comunicación utilizada para persuadir a los compradores/lectores de adquirir un título en específico y, sobre todo, mantenerse dentro de la cabeza de estos individuos como la mejor opción en

términos editoriales, el denominado *top of mind*, que significa estar presente en la mente del consumidor.

Por ejemplo, *Librerías Ghandi*®, es una cadena mexicana de librerías, que se mantiene presente en la sociedad de una forma peculiar a través de espectaculares en avenidas principales, las cuales se destacan por ser frases sencillas pero claras y concisas, con sus distintivos colores morado y amarillo.



Figura 4. Publicidad de Librerías Ghandi

Mientras que algunas editoriales optan por generar publicidad de forma dinámica, para conectar con sus seguidores y lectores, esto se da principalmente en sus redes sociales. Por ejemplo, la página de Penguin Random House de México, publicó un post con la nota siguiente: “Termómetro poético-anímico para este fin de semana. ¿Cómo te sientes?”, misma que estaba acompañada de una fotografía de la autora Alejandra Pizarnik, siendo una publicación para incentivar de manera orgánica la interacción.



La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros. (Thompson I. , 2015)

Las instituciones que patrocinan a las editoriales y librerías tienen la necesidad de *vender* y atraer al mayor número de seguidores, mismos que son parte sustancial del crecimiento orgánico de las empresas. Aunque el propósito ideal sería la promoción de la cultura e incentivar a la lectura; es claro que en una actualidad donde los monopolios rigen a la sociedad, es más complicado que estos guarden el sentido cultural que representaba los inicios del campo editorial.

El circuito de producción editorial y la cultura convergen de manera natural, tomando elementos económicos, históricos y sociales que permiten el desarrollo de las actividades que estas proveen en una sociedad. El sector editorial no solo se encarga de la producción, distribución y legitimación del libro como un bien simbólico, sino que también promueve la configuración de la cultura.

La cultura ya no solo se enfoca en entornos físicos, sino que su concepción también se ve influenciada por los espacios digitales que representan formas nuevas de

interacción y socialización, lo que permite fortalecer la convivencia entre comunidades y promover el aprendizaje y enriquecimiento cultural entre los miembros de la sociedad.

Repensar la forma en que se visualiza al libro y lo que está relacionado con este es una tarea importante dentro de las ciencias sociales y las humanidades, puesto que la cultura escrita supone un aspecto con gran carga histórica y social, ya que a través de esta se conforman espacios dedicados a la promoción de la lectura y con ella, del consumo. A través de los circuitos de producción editorial se generan entornos dedicados a la mercantilización del libro, priorizando el entretenimiento sobre el enriquecimiento cultural, si bien, estos dos conceptos no tienen rivalidad, es necesario enunciar que la producción de libros dejó de anteponer el conocimiento, sobreponiendo los ingresos económicos que genera la publicación de libros a los conglomerados editoriales.

Se debe destacar que el papel del autor que se autopublica es preponderante dentro de la sociedad, ya que son este grupo de escritores/editores, quienes buscan su posicionamiento dentro de un sistema que pareciera ya estar delimitado, el trabajo de resistencia social que supone un libro publicado por una editorial independiente, evidencia la hegemonía del sector editorial. Siempre es necesario recordar la razón de por qué leemos, a quién elegimos leer y bajo qué normativas lo hacemos.

Referencias

- Martin-Barbero, J. M. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Barroso, J. A. (2023). El autor en línea. Las plataformas digitales y los procesos de autopublicación en las industrias editoriales mexicanas. *Las ciencias sociales en pos-pandemia*, 27-44.
- Benjamín, W. (1936). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica.
- Bocciolesi, E. (2014). E-Book, re-mediación y e-literacy. Evolución y desarrollo del libro electrónico en una perspectiva digital. *álabe. Revista de la Red de Universidades Lectoras*, 15.
- Cerdá, E., & Khalilova, A. (2016). Economía circular. *Economía Industrial*, 11-20.
- Chartier, R. (2018). *Las revoluciones de la cultura escrita*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Encuadre. (12 de 11 de 2014). Obtenido de El contexto de la industria editorial: <https://encuadre.org/el-contexto-de-la-industria-editorial/>
- Escalonilla, G. G. (2005). *El libro y la industria editorial*. Fundación Alternativas.
- Espinasa, J. M. (2011). Las editoriales independientes: una resistencia cultural. *Revista Casa del Tiempo*, 9-12.
- Giménez, G. (2005). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. México: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- González, N. (2007). *Bauman, Identidad y comunidad*. Guadalajara: Espiral.
- López, J. S. (2011). SOCIEDAD DEL ENTRETENIMIENTO (2): Construcción socio-histórica, definición y caracterización de las industrias que pertenecen a este sector. *Revista Luciérnaga*, 6-16.
- Marchioni, M. (1999). *Comunidad, participación y desarrollo*. Madrid: Editorial Popular, S.A.
- Meirinhos, M., & Osório, A. (2009). Las comunidades virtuales de aprendizaje: el papel central de la colaboración. *Pixel-Bit Revista de Medios y Educación*, 45-60.
- Romero, D. L. (2013). De lo análogo a lo hipermedia: vías de entrada a la literatura digital. *Alicante : Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*, 269-290.
- Serrano, D., & Silba, M. (2006). Juventud, identidad y experiencia. Las construcciones identitarias populares urbanas . *Urbanas*, 1-10.

- Serrato, J. E. (2022). Fernanda Melchor y el mercado editorial de la literatura de entretenimiento. *Connotas. Revista de crítica y teoría literarias*, 35-60.
- Silba, M. (2011). Identidades subalternas: Edad, clase, género y consumos culturales. *Última década*, 145-168.
- Thompson, I. (06 de 09 de 2015). *Definición de publicidad*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- Thompson, J. (1990). *Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de comunicación de masas*.
- Velázquez, G., & Koziura, D. (2019). La autopublicación digital y las tensiones en la cadena de valor en la industria del libro. *Revista Intercambios. La letra del encuentro*, 34-37.
- Williams, R. (1981). *Sociología de la cultura*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.
- Williams, R. (1988). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península.

CAPÍTULO III

Derechos de autor e Inteligencia Artificial

En el campo artístico es importante reconocer el papel del autor y lo que conlleva la creación de obras, ya que esto permite a los artistas obtener el crédito por la obra en cuestión. Términos como *derechos de autor* o *copyright*, tienen características y una historia que los sustentan, ya que la reproducción de obras, especialmente escritas o impresas, tienen una mayor facilidad de circulación dentro del mercado, por lo que determinar quién es el autor o dueño de cierta obra causa una problemática cuando no se esclarece de donde proviene dicho libro, debido a la apropiación de títulos del campo editorial.

En la antigüedad la relación entre la autoría y la circulación masiva de obras tuvo un momento crítico debido a la invención de la imprenta y el proceso de industrialización. El proceso artesanal para la reproducción de libros se vio desplazado por la producción mecánica, provocando que la presencia de textos en diversos espacios, ya no tuviesen exclusividad dentro de las esferas de poder, tal y como lo era la Iglesia y el Estado. Con la reproductibilidad de lo impreso se agudizó la cuestión de la propiedad de la obra.

Durante este período de tecnología cultural, y especialmente en el siglo XIX, la reproducibilidad de lo impreso llegó mucho más lejos que la mayor parte de los demás tipos de reproducción artística, y esta agudizó la cuestión de la propiedad de la obra. (Williams, 1981, p.44).

En términos de reproducción, en el caso de la literatura, es más sencillo realizar la copia y distribución masiva de obras, en ese sentido, surge la dificultad de identificar quién es el dueño de la obra, ya sea el escritor, editor, o quién comercializa con él, en ese momento yace un debate sobre la propiedad de los escritores.

En el ámbito literario, la facilidad de la reproducción y distribución de obras genera una dificultad para controlar a la obra convertida en mercancía. Dicho lo anterior, se genera un conflicto de intereses entre los autores, editores y comercializadores, ya que la idea de una figura como propietario de la obra se diluye.

La controversia sobre la propiedad de los escritores y sus obras nace en el momento en que la tecnología permite que los textos se multipliquen y, por ende, circulen con una mayor rapidez. Para contrarrestar la pérdida de control de las obras del campo literario, surge la necesidad de brindar la protección intelectual para salvaguardar los derechos del autor. En este sentido, “proteger al autor supone reconocer su derecho: se impone la idea de identificar las composiciones literarias con su trabajo; la retribución de ese trabajo es por consiguiente legítima, está justificada”. (Chartier, 2018, p.45). De acuerdo con la premisa, se debe acotar que el derecho de autor trasciende el aspecto económico, ya que se vuelve una garantía que provee la validación del esfuerzo intelectual.

Roger Chartier, es un historiador francés que ha dirigido sus investigaciones en torno a la escritura y la revolución digital que supone el mundo actual, y la manera en que ambos conceptos convergen dentro de la sociedad. En su obra *Libro, lectura y cultura escrita. Breve diccionario oral* (2021), se dedica a contemplar escenarios donde la escritura y los libros se han tenido que ajustar a las formas digitales que se mantienen cada día con más presencia. La desmaterialización del libro supone un nuevo reto para el campo editorial, ya que las editoriales y actores que comprenden este entorno deben estar en constante actualización, por lo que es menester el énfasis en las premisas de su investigación y obra.

El reconocimiento de la labor de un escritor es importante ya que legitima su trabajo creativo, de ese modo hay una retribución monetaria, aunque también puede ser social, ya que la visibilidad de sus obras se mantiene presente dentro de las comunidades lectoras, mismas que se encargan de valorar el desempeño de un escritor.

Tradicionalmente en los siglos XVI y XVII, los autores recibían ejemplares de su libro, no dinero, y los ejemplares se podían dedicar, ofrecer o presentar a los protectores, de modo que no había una remuneración directa de la escritura. (Chartier, 2021)

La premisa anterior refiere a un hecho histórico de los autores y la reproducción de sus obras, no se le remuneraba el trabajo de escritura que realizaban, ya que dicha práctica estaba más relacionada con el prestigio. En la actualidad, la retribución monetaria de los autores está más presente en el campo editorial, esto cuando se

trata de la publicación de libros en editoriales con renombre, de otro modo, hay autores que deben estar a disposición de los apoyos institucionales que se dan a través de concursos. También inciden las becas, inclusive con la visibilidad simbólica, esta última llega a ser una de las más importantes ya que con esa se refuerza la figura del autor ante el campo editorial. La visibilidad simbólica está enfocada en el reconocimiento y la presencia que tienen los autores dentro de la sociedad, o bien, en comunidades lectoras, ya que son estos grupos colectivos quienes les asignan un status y legitimidad en espacios públicos, ya sean físicos o virtuales. Cuando un autor posee una visibilidad simbólica, ya no solo vende sus ejemplares, sino que sus ideas y formas de pensamiento se vuelven referentes dentro de la sociedad, tal y como sucede en este ensayo con la mención de autores que son base para el desarrollo de las ideas presentadas.

“Los derechos de autor son un conjunto de prerrogativas o derechos exclusivos que le conceden al autor de una obra en cualquiera de sus dimensiones, literaria, artística o de programación”. (Vallecillo, 2021, p.61). Es decir, el autor de la obra es el dueño o propietario de su creación, por lo que no se puede copiar o distribuir por ningún motivo o medio sin la previa autorización de este, ya que es parte de los derechos del autor ser quien determine las maneras de producción y distribución de sus obras.

Respecto a la propiedad intelectual, “solamente los seres humanos pueden ser considerados autores, no obstante, las personas o instituciones jurídicas pueden ser titulares de derechos con relación a una obra”. (Vallecillo, 2021, p.66) Esta idea introduce un debate que se ha mantenido presente a lo largo de las últimas décadas, a través de la inmersión de herramientas tecnológicas para la creación de obras y productos culturales. Debido a que solamente se consideran como autores a los individuos que forman parte de una sociedad o instituciones que siguen siendo integradas por estos. Sin embargo, ¿qué pasa con las herramientas digitales que son parte de un proceso creativo?, esta pregunta está encaminada principalmente al uso de Inteligencia Artificial, la cual ha obtenido popularidad debido a su utilización en proyectos creativos.

Por ejemplo, la artista Sougwen Chung, se ha destacado por el uso de brazos robóticos para pintar con ella en tiempo real, no usa la tecnología como una herramienta, sino como una colaboradora, ya que parte de su filosofía artística radica en el trabajo en conjunto del ser humano con las tecnologías que han sido desarrolladas para la creación de obras creativas.

Sougwen Chung es un artista, programadora e investigadora china-canadiense que trabaja a la vanguardia de la robótica avanzada, el aprendizaje automático y la inteligencia artificial (IA). *MEMORIA* Se produjo en 2017 y forma parte de su investigación en curso sobre la memoria computacional, los conjuntos de datos y el potencial artístico del intercambio entre humanos y robots. (Mitchell, 2022)

Dentro de la filosofía del trabajo de Sougwen Chung existe el reconocimiento a la Inteligencia Artificial como una forma de expandir la creatividad del artista, más no de reemplazarla. Sus áreas de conocimiento le han permitido fusionar su experiencia de programación con sus saberes artísticos, los cuales trabajan de manera conjunta, y aunque tiene ayuda de tecnologías para la creación de sus obras, la mente creativa sigue siendo ella, debido a que es la encargada de gestionar las herramientas que tiene a su alcance para la elaboración de sus pinturas.

En las últimas décadas, la tecnología ya no solo funge el rol de una herramienta, sino que también se ha convertido en una forma autónoma de analizar información. “La inteligencia artificial es la potestad y habilidad otorgada por un ser humano a una máquina (robots, software o sistema electrónico determinado), a fin de que pueda crear, elaborar o cumplir una función específica”. (Vallecillo, 2021, p.63) Cuando los individuos generan textos, imágenes, o vídeos a través de la IA, se dan indicaciones específicas para obtener los resultados deseados, esta situación se da en casos muy prácticos que se pueden realizar con *ChatGPT* o *Google Gemini*; sin embargo, existen otras IA que resultan más sofisticadas, tal y como se mencionaba con Sougwen Chung, quien diseñó su propio sistema para colaborar en sus proyectos.

Tabla 1

Herramientas de Inteligencia Artificial para la escritura creativa en el circuito editorial

Empresa	Producto	Funciones principales	Fase del circuito editorial
OpenAI	ChatGPT	● Redacción ● Storytelling ● Generación de ideas	Producción
Anthropic	Claude	● Escritura larga ● Edición ● Coherencia narrativa	Producción
Google	Gemini	● Generación de texto ● Investigación	Producción
Grammarly Inc	Grammarly	● Corrección gramatical, tono, claridad, estilo	Producción (Edición)
AIKTP	AI Writer	● Creación de artículos ● Planificación de contenido ● Publicación automatizada	Producción/Distribución
Sudowrite	Sudowrite	● Desarrollo narrativo ● Expansión de ideas ● Escritura de novelas	Producción
Toolgo	Toolgo	● Traducción ● Resumen ● Escritura ● Asistencia multitarea	Producción/Consumo

Nota: Elaboración propia con base en el análisis de herramientas de IA en el circuito editorial.

Las herramientas de Inteligencia Artificial permiten la creación de diversas actividades de forma inmediata. *La IA se considera una disciplina de la informática que tiene por objetivo elaborar máquinas y sistemas que pueden desempeñar tareas que requieren una inteligencia humana.* (Estupiñán, Vázquez, Palacios, & Ojeda, 2021) Los seres humanos son quienes se encargan de las indicaciones o comandos para generar actividades y tareas a través de programas informáticos. Cuando se piensa en estas herramientas se piensa que el ser humano es aquel que lleva la

mayor parte del trabajo creativo, ya que se necesitan instrucciones precisas para el resultado esperado, y que la IA fuera tan solo un recurso para hacer correcciones mínimas. Sin embargo, existen casos en donde los autores de una obra han utilizado a la IA para crear la mayor parte de su producto final.

De acuerdo con una columna de opinión de *El Economista*, titulado *El Apocalipsis literario: la Inteligencia Artificial sí escribe libros* (2024), se mencionan algunos ejemplos de creaciones literarias que han sido desarrolladas por un ser humano y un *chatbot*, donde la colaboración converge entre la creatividad de un artista y las miles de opciones creativas que puede tener un software que está respaldado por bases de datos.

En mayo de 2023, el periodista Stephen Marche presentó su novela "La muerte de un escritor", con una peculiaridad: el 90% del texto fue creado con Inteligencia Artificial (IA). La obra está firmada por Marche y un seudónimo, "Aidan Marchine", en honor a las tres herramientas que utilizó: ChatGPT, Sudowrite y Cohere. (Vázquez, 2024)

La idea de crear a través de una IA resulta atractiva y sencilla, ya que este tipo de tecnología es capaz de generar información en segundos, es una de las razones por las que se ha popularizado su uso en diferentes sectores, tal y como son las escuelas y trabajos donde se exige un rigor de escritura para obtener un proyecto.

Cuando se generan trabajos con IA, la idea inicial es proveniente de los saberes de quien usa dicha herramienta, aunque, lo que la IA produce puede quedar alejado de los pensamientos iniciales del ser humano, tan solo basta con las formas de expresar las ideas a través de la escritura, una IA no es capaz de escribir como una persona, y no necesariamente hablando en términos de gramática o estilo, sino también de cuestiones emocionales, las cuales son propias de los seres humanos.

Si bien los *chatbots* son capaces de "escribir poesía", las letras que emerjan del software siempre carecerán del sentido humano, incluso si se perfeccionan los sistemas, habrá un elemento faltante, el sentimiento.

Por ejemplo, *Summarizer*, es una IA, capaz de generar poesía a través de instrucciones que radican en el tema, extensión, tipo de verso etc. Sin embargo, es preciso destacar que inclusive con ese tipo de consideraciones en el texto, la IA se encarga solamente de crear una versión genérica de lo que se le pide, por ese

motivo, los textos hechos con Inteligencia Artificial quedan desprotegidos por la carencia de un sentido de humanidad.

La creatividad es un proceso humano que no solo involucra el pensamiento lógico, sino también emociones, imaginación y vivencias que emergen de la experiencia y la generación de nuevas ideas. Lejos de ser un proceso totalmente intelectual, también se debe de considerar la profundidad subjetiva que no ha podido ser replicada en sistemas artificiales. “La creatividad es humana, ninguna IA piensa ni se emociona. Ninguna tiene un pasado que le evoque nada”.(Nodals, 2024) Los seres humanos, en la actualidad, son los únicos capaces de poseer una cualidad tan única como es la creatividad, la cual se potencia en diferentes momentos y contextos, incluso cuando se trata de IA, si bien habrá ocasiones donde resulte útil su utilización en diferentes puntos, ya sea por un bloqueo creativo o por simple curiosidad.

El uso de la IA no debe ser señalado como un acto negativo, siempre y cuando no se violenten derechos de terceras personas o que irrumpa con alguna normatividad ya establecida, es precisamente el uso desmedido e irresponsable de la IA, lo que provoca rechazo ante su utilización.

Por otro lado, en el artículo *La escritura frente a los textos que produce la inteligencia artificial* (2024) se menciona que:

Los textos generados por IA pueden considerarse sucedáneos que degradan la cultura escrita porque la escritura no tiene valor sólo por sí misma, su valor no es solo gramatical. Provoca una identificación del lector con el escritor, que a la larga se empobrece porque mientras más extenso es un texto de este tipo, más capta el receptor la ausencia de ese vínculo. (Nodals, 2024)

Dentro de la premisa anterior se hace hincapié de un factor indispensable dentro del campo editorial: “la identificación del lector con el escritor”. Este acto se da a través de la empatía que tiene el lector con los textos de sus autores favoritos, la afinidad de crea por medio de ideas y pensamientos escritos que sobrepasan las páginas, llegan de una manera emotiva al lector.

Esta situación podría no darse de la misma manera con los textos que son creados con IA, ya que, al no ser una persona real a la que se pueda conocer a través de

fotografías, redes sociales, o interacciones de cualquier otro tipo, no se concreta una conexión tan sólida, a diferencia de cuando se trata de un ser humano.

La escritura es una habilidad que permite conectar con las personas y de esa manera dar a conocer una situación en particular, es una herramienta que fortalece los pensamientos de quien escribe. “El poder de la escritura es una ilustración de la capacidad de la escritura para dar autonomía e independencia a las y los que se apoderan de ella”. (Chartier,2021) Los escritores se encargan de crear narrativas que acompañen a sus lectores a través de sus letras, sin embargo, son estos mismos textos los que pasan a manos de productores que se encargan de circular copias de los libros y obtener una retribución a base del trabajo de otros.

Una larga lucha de los escritores para establecer el copyright, primero a nivel local y luego internacional, da como resultado no solo un nuevo concepto de la propiedad literaria, sino también nuevas, o al menos modificadas, relaciones sociales de los escritores. (Williams, 1981, p.44)

La lucha por establecer acuerdos para la protección de libros por parte de los escritores propone una transición de la perspectiva que se tenía del libro como un bien simbólico, ya que se convierte en una propiedad intelectual. Los autores ven la posibilidad de dejar de depender de instituciones o figuras que se encargaban de la publicación de sus obras, la relación con estos se reconfigura, ya que a través de la propiedad intelectual es que los escritores pueden exigir una remuneración por sus creaciones.

El copyright protege un libro no en tanto que objeto material particular, sino más bien en tanto que discurso- cualquiera sea su forma de expresión-, y lo protege bajo la condición de que sea reconocido como idéntico a sí mismo cualquiera sea la modalidad de su publicación. (Chartier, 2021)

El copyright garantiza la protección de un libro, pero no necesariamente del formato físico impreso que se conoce regularmente, sino más bien del contenido de la obra en cuestión, ya que puede estar disponible en digital o audiolibro, dependiendo de las formas en que se circule. La principal función del copyright es mantener intacto el contenido intelectual que yace en él.

En México, la protección de derechos de autor tiene una visibilidad latente dentro de los organismos gubernamentales, con el fin de promover un registro controlado

para la preservación de obras y su posterior difusión. La institución que lleva la tarea de registrar las obras de aquellos que quieran obtener sus derechos como autores es INDAUTOR, y este proceso aplica para libros, fotografías, vídeos y aquellos contenidos que puedan ser ocupados para algún propósito digital.¹ Este tipo de organizaciones representa una garantía a los autores sobre sus obras, ya que estas se mantienen resguardadas y se evitan problemáticas de robo o plagio de estas.

Además de la *Ley Federal del Derecho de Autor*, que contiene los derechos primordiales de los autores, y el *Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor* que está conformado por las especificaciones para su aplicación, existe la *Ley de fomento para la Lectura y el Libro*. (LFDA, 2003). En esta Ley se establecen diversos parámetros enfocados al circuito de producción editorial, se hace un énfasis en las primeras páginas para introducir conceptos clave para detallar las funciones de los actores que conforman el proceso editorial, donde se destacan el editor, autor, vendedores, y también elementos que son sustanciales para la producción y distribución, del mismo modo se enuncian los espacios donde la práctica de lectura debe ser promovida, tal y como son las bibliotecas, salas de lectura, librerías. Las leyes mencionadas se articulan entre sí, con la finalidad de preservar los derechos de los autores, y también la difusión de obras impresas y digitales.

Por otro lado, en el año 2024, emergió un caso peculiar de la empresa estadounidense Anthropic, la cual se encarga de investigar y desarrollar softwares de IA, debido a que se hizo público uno de sus proyectos llamado *Proyecto Panamá*, el cual se dedicó a la digitalización masiva de documentos, libros y textos para crear una base de datos. La situación que despertó la inconformidad de autores y miembros de la sociedad fue el hecho de que los libros adquiridos hayan sido despastados para su posterior digitalización. En términos sensacionalistas de la nota publicada por The Washington Post se mencionó lo siguiente: “El proyecto Panamá es nuestro esfuerzo por escanear destructivamente todos los libros del

¹ El Instituto Nacional del Derecho de Autor es una institución encargada de proteger los derechos de autor, fomentar la creatividad, controlar el registro público del derecho de autor y mantener actualizado el acervo cultural de la nación. (Arellano, 2023)

mundo”. Esta premisa escandalizó a la sociedad, quien se pronunció en contra de tal proyecto, no solo por la presunta destrucción de libros, sino por la apropiación ilegal de estos ejemplares.

El caso Anthropic formó parte de una ola de demandas interpuestas contra empresas de inteligencia artificial por autores, artistas, fotógrafos y medio de comunicación. Los documentos presentados en los casos muestran a las principales empresas tecnológicas en una carrera frenética, a veces clandestina, por adquirir las obras recopiladas de la humanidad. (Schaffer, Oremus, & Tiku, 2026)

Este caso evidencia un hecho latente en la actualidad: la competencia desmedida por obtener la mayor cantidad de obras para su posterior incorporación en base de datos y softwares. Este evento representa un atentado a los derechos de quienes escriben o crean las obras, ya que se omite de manera deliberada la opinión de estos actores sociales. Los autores tienen la oportunidad de demandar a esta empresa y las que promueven estas prácticas, ya que se vulnera considerablemente la propiedad intelectual de aquellos que crearon determinada obra.

Se debe tomar en consideración que el copyright también influye para evitar que haya casos de plagio de obras literarias. “El plagio es una violación del derecho de propiedad por la apropiación ilegítima de una obra, cualquiera sea la forma de esta usurpación: una edición, una adaptación e inclusive en otro medio o soporte”. (Chartier, 2021) Este concepto permite ver el panorama de la distribución no autorizada de libros, mismos que han tenido alteraciones en su contenido o edición.

En la actualidad, ya no solo se da en formatos impresos, sino también en los entornos digitales. “Los jóvenes usuarios de la red digital descargan o quieren descargar todas las producciones simbólicas (películas, música, libros) sin respetar ninguna propiedad intelectual”. (Chartier, 2021) Cuando las regulaciones de obras artísticas son escasas, tienden a ser reproducidas en mayor proporción.

Por ejemplo, es común encontrar libros *piratas* en bazares, o incluso en librerías con poca afluencia o que desconocen de los libros que no son “auténticos”, es decir, aquellos que fueron producidos en las editoriales oficiales. Identificar los libros no auténticos en formato físico se da mediante la calidad de la impresión, tipo de papel e inclusive en la ortografía y en la historia misma. Del mismo modo pasa cuando

se descargan los formatos epub o pdf en páginas apócrifas, cuyos libros llegan a tener errores ortográficos y de edición.

Es menester considerar que “los textos que existen en una forma digital pueden ser leídos en cualquier lugar y por cualquier lector que tenga un aparato que le permita estar en comunicación con la colección digital”.(Chartier, 2021) Esta premisa nos remite a contemplar que las publicaciones digitales pueden llegar a aquellos que tengan un dispositivo que pueda reconocerlos, por lo que, si un lector comparte uno de sus libros con algún amigo, no existe ninguna mediación para regular la circulación de la obra en cuestión.

Por otro lado, se destaca la siguiente idea: “Nadie está obligado a leer un libro entero, pero cuando se extrae un capítulo, un párrafo, una sentencia, se lo vincula inmediatamente con la totalidad de la obra”. (Chartier, 2021) Los párrafos, citas y frases de libros son parte inherente del ejemplar, por ese motivo las líneas de texto deben ir acompañadas del autor o grupo de autores que concibieron dichas letras, el reconocimiento a través de la mención del escritor es un factor que se mantiene presente en diversos momentos, tal y como lo es este trabajo, que evidencia los saberes de autores a lo largo de una línea histórica y social y que se legitima a través de la cita textual y la referencia.

No existe una ley general en el mundo donde se especifique cuántos años deben transcurrir para que una obra pase a ser propiedad pública, ya que estas limitantes varían con cada región y país. En México existe la *Ley Federal del Derecho del Autor*, en donde se mencionan como una obra queda bajo dominio público, la cual se encuentra específicamente en el Artículo 29

Los derechos patrimoniales estarán vigentes durante: I. La vida del autor y, a partir de su muerte, cien años más. Cuando la obra le pertenezca a varios coautores los cien años se contarán a partir de la muerte del último, y II. Cien años después de divulgadas. Si el titular del derecho patrimonial distinto del autor muere sin herederos la facultad de explotar o autorizar la explotación de la obra corresponderá al autor y, a falta de éste, corresponderá al Estado por conducto del Instituto, quien respetará los derechos adquiridos por terceros con anterioridad. Pasados los términos previstos en las fracciones de este artículo, la obra pasará al dominio público. (Ley Federal del Derecho del Autor, 2003)

Aunque la protección de las obras se encarga de buscar la remuneración justa para los artistas, las tendencias en el mundo actual y este tipo de leyes generan

controversia respecto al tiempo y especificaciones de los derechos que poseen los autores respecto a las obras. En el caso mexicano, en el artículo 29 se menciona que a partir de la muerte de un autor se hace un conteo de cien años para que sus obras pasen a ser del dominio público. “Los plazos de protección fueron creados con fines legítimos para los derechos de las personas creadoras, sin embargo, es necesario reflexionar a quiénes beneficia (y perjudica)”. (Red de Defensa de los Derecho Digitales, 2021). Cuando las obras pasan a ser del dominio público, la reproductibilidad de estos incrementa, lo que representa una oportunidad para la sociedad de acceder a este tipo de producción cultural de una manera más efectiva, el acceso se vuelve gratuito y se impulsa la creatividad y difusión de la cultura.

De acuerdo con los postulados de Chartier, enuncia que: “Cuando se dice que una obra ha caído en el dominio público, significa que cualquiera está autorizado a publicarla, mientras que anteriormente el autor mismo o sus herederos continuaban siendo los propietarios exclusivos”. (Chartier, 2018,p.46) Esto ha sucedido con varios clásicos de la literatura, por ejemplo, Frankenstein de Mary Shelly y Orgullo y Prejuicio de Jane Austen, que incluso han tenido diversas adaptaciones cinematográficas.

El hecho de que las obras estén bajo dominio público tiene dos escenarios, el primero es que se realicen proyectos que respeten la idea original de la obra, que se intente que haya una *fidelidad* al libro original, sin embargo, en un segundo escenario muchas de las veces ya no es posible ser fiel a la obra original, debido a que se crea la readaptación de una adaptación previa, violentando el escrito original y evitando los postulados de Walter Benjamín ante la pérdida del aura de las obras escritas. Un ejemplo simpático de la idea anterior es *Orgullo y Prejuicio y Zombies*, un proyecto cinematográfico del año 2016, que retoma la novela de Jane Austen pero que le agrega un toque de comedia a través de la incorporación de criaturas de terror.

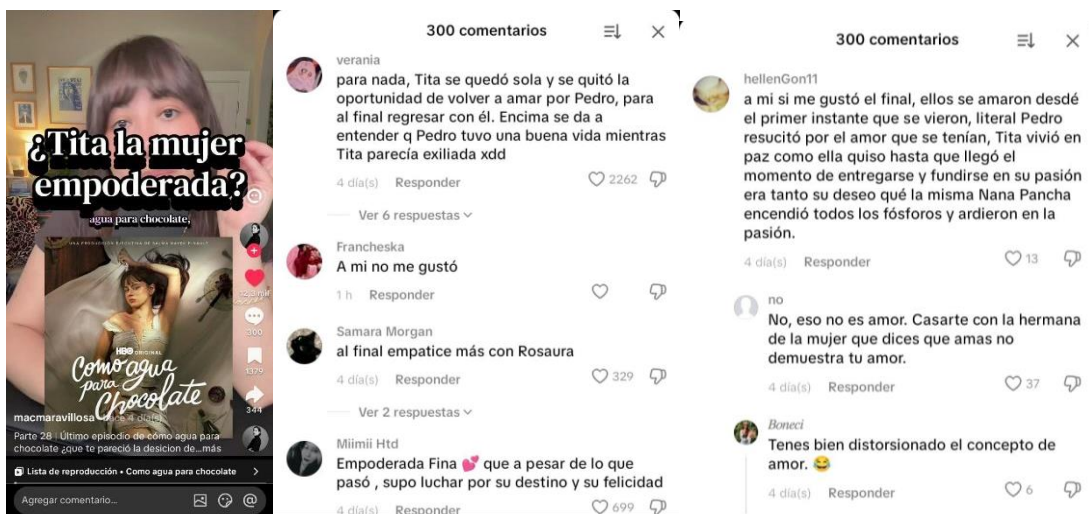
Asimismo, “el nombre del autor apareció como argumento de venta. De ahí la atribución de textos a un nombre propio que tiene ya una reputación”. (Chartier, 2021) Esta noción establece que el solo nombre de un autor supone una forma de

posicionamiento, es probable que los lectores de Jane Austen hayan tenido curiosidad al momento de que se diera a conocer que habría una película con el nombre de una de las obras de la escritora, pero agregando a *zombis* como parte de la trama.

Las adaptaciones de libros a la pantalla siguen manteniéndose presentes en la actualidad y han tomado popularidad entre nuevos públicos. En el año 1989 la autora mexicana Laura Esquivel publicó su obra *Como agua para chocolate*, novela romántica que fue adaptada en formato de película en el año de 1992, sin embargo, fue en 2024 cuando la plataforma de *streaming* llevó a las pantallas la historia de realismo mágico. Fue en febrero de 2026 cuando se estrenó la segunda temporada de la serie, la cual generó altas expectativas respecto a la continuación de la historia. Cabe resaltar, que en el guion se realizaron modificaciones y omisiones respecto a la obra original, sin embargo, uno de los aspectos que recibió más crítica fue el hecho de que presentaran al personaje principal *Tita de la Garza*, la menor de tres hermanas, quién vio al hombre que amaba (Pedro Múzquiz) casarse con una de ellas (Rosaura de la Garza) con la excusa de mantenerse cerca ella, como una mujer empoderada, quién casi al finalizar la serie decide alejarse del hombre de quien siempre estuvo enamorada, para vivir sola, dando a entender que se eligió a ella primero antes que a un hombre, sin embargo, esa decisión es tomada casi como un acto forzado por las condiciones en que se encontraban los personajes.

Tomando en cuenta este breve contexto, el público que estuvo al pendiente de la serie, entre ellos: lectores de la obra y personas curiosas por la narrativa, tuvo una respuesta poco favorable ante el manejo de decisiones del personaje femenino principal. En TikTok, a través de un vídeo corto de la usuaria @macmaravillosa, que tiene la premisa de cuestionar sobre si Tita de la Garza era realmente una mujer empoderada, llegaron comentarios donde se negaba dicha idea, mismos que plantearon que el personaje principal no cumplía con esa cualidad dentro de la trama, comparándola con algunos otros personajes que a su consideración podrían ser descritos como empoderados.

El hecho anteriormente mencionado es un sinónimo de la pérdida de esencia que tiene una obra tras ser adaptada, en el tiktok de @macmaravillosa, da una explicación y comparación de la obra escrita y la serie, evidenciando que los cambios drásticos en la serie cambian la percepción total de la historia, generando controversia entre el público que ha leído el libro y quienes solo vieron la serie.



Captura de pantalla 2, 3 y 4 macmaravillosa, 2026

Desde otro punto de vista, sucede algo similar cuando se trata de alguna serie de libros, tal y como pasó con Suzanne Collins, tras anunciar que publicaría una precuela de su saga más famosa *The Hunger Games*. En el año 2020, la editorial *Scholastic Corporation*, publicó *The Ballad of Songbirds and Snakes*. Tras el éxito de la saga en cuestión, los *fans* no tardaron en emitir sus opiniones al darse a conocer dicho suceso, los grupos de redes sociales empezaron a hablar del libro y a crear sus propias hipótesis del universo literario.



Captura de pantalla 5. Facebook, 2020



Aunado a esto, es importante denotar que los libros ya no solo se mantienen presentes en librerías, bibliotecas o colecciones digitales, sino que también se encuentran dentro de las redes sociales. “Lo fundamental ya no es más la digitalización de las colecciones de las bibliotecas o la publicación de libros electrónicos, sino la imposición de las prácticas de lectura y escritura vinculadas con las redes sociales”. (Chartier, 2021) Compartir opiniones y comentarios a través de la socialización digital como parte de una conversación colectiva es un aspecto que se visibiliza mediante grupos en redes sociales, asimismo se comparten no solo reseñas, sino que también hay publicaciones de humor o creadas con fines de entretenimiento.

Los derechos de autor y la propiedad intelectual son ejes importantes dentro del campo editorial, mismos que han sido respaldados por organismos gubernamentales a través de leyes para la protección de obras, esto permite un cuidado a los autores y sus creaciones, ya que las leyes representan una manera de salvaguardar sus derechos y que sus obras no sean usadas de manera indebida o plagiadas.

La era actual se mantiene permeada con una digitalización constante, se pueden vulnerar los derechos de los autores ante la poca regulación de las plataformas digitales, mismas donde se difunden obras de cualquier estilo, por lo que es necesario reflexionar sobre el acceso que se tiene a las obras, promoviendo el uso de sitios autorizados para la adquisición de obras y el reconocimiento al autor y su labor creativa.

Referencias

- Chartier, R. (2018). *Las revoluciones de la cultura escrita*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Chartier, R. (2021). *Libro, lectura y cultura escrita. Breve diccionario oral*. Madrid: Trama Editorial.
- Estupiñán, J., Vázquez, M. Y., Palacios, A. J., & Ojeda, Y. E. (2021). Inteligencia artificial y propiedad intelectual. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(S3), 232-368.
- Ley Federal del Derecho de Autor (2003) *Capítulo III De los Derechos Patrimoniales*, Artículo 29.
- macmaravillosa (23 de marzo de 2026) TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSHRTp7mP/>
- Mitchell, K. (14 de diciembre de 2022). *El gesto algorítmico: la MEMORIA de Sougwen Chung*. Obtenido de V&A: <https://www.vam.ac.uk/blog/digital/the-algorithmic-gesture-sougwen-chungs-memory>
- Nodals, C. L. (2024). La escritura frente a los textos que produce la inteligencia artificial. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 225-233.
- Orgz, K (2020, 13 de noviembre) *Los Juegos del Hambre: LOS DÍAS OSCUROS*. Facebook: <https://www.facebook.com/share/p/1AMYGfBmer>
- Red de Defensa de los Derecho Digitales. (19 de 01 de 2021). *Un siglo de espera en México para entrar al dominio público*. Obtenido de <https://r3d.mx/2021/01/19/un-siglo-de-espera-en-mexico-para-entrar-al-dominio-publico/>
- Rodas, M. C. (2022). Wattpad y la nueva literatura por entregas en línea: análisis y uso de la plataforma. *Revista Letral*, 236-266.
- Ruiz, E.A (2020, 15 de junio) *Los Juegos del Hambre: LOS DÍAS OSCUROS*. Facebook: <https://www.facebook.com.share/p/1Q8DCnktw1/>
- Schaffer, A., Oremus, W., & Tiku, N. (27 de 01 de 2026). Inside an AI start-up's plan to scan and dispose of million of books. *The Whashington Post*.
- Vallecillo, J. A. (2021). Inteligencia artificial: Discusiones e implicaciones actuales en materia de Derechos de Autor. *Revista de la Facultad de Derecho de México*(281), 55-79. doi:<http://10.22201/fder.24488933e.2021.281-1.80288>
- Vazquez, N. A. (27 de 06 de 2024). *El Apocalipsis literario: la Inteligencia Artificial sí escribe libros*. Obtenido de El Economista:

<https://www.eleconomista.com.mx/opinion/El-Apocalipsis-literario-la-Inteligencia-Artificial-si-escribe-libros-20240627-0028.html>

Vázquez, N. A. (27 de 06 de 2024). *El Apocalipsis literario: la Inteligencia Artificial sí escribe libros*. Obtenido de El Economista:

<https://www.eleconomista.com.mx/opinion/El-Apocalipsis-literario-la-Inteligencia-Artificial-si-escribe-libros-20240627-0028.html>

Williams, R. (1981). *Sociología de la cultura*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.

CAPÍTULO IV

Lo cotidiano de la lectura

La lectura ha estado presente en la sociedad a partir de la invención de la escritura, la elaboración de los primeros códices, pergaminos y medios para transmitir el conocimiento a través de esta forma de almacenar datos y saberes.

Las formas de escritura se adaptaron a los medios disponibles que fueron creados a lo largo de la historia, tal y como sucedió con la imprenta de Gutemberg, que facilitó en gran medida la reproducción de textos, pese a que las personas con acceso a estos era limitada debido a que muy pocos contaban con el privilegio de leer, por lo que era común que este segmento de personas alfabetas realizara esta práctica en voz alta, como una manera de compartir las letras que se hallaban dentro de los libros que poseían.

Carlo Ginzburg, un historiador italiano, quién impulsó la microhistoria, como aquella práctica en donde se reduce la escala de observación para conocer lo que las historias ignoran, es decir, se les da prioridad a los pequeños detalles, para indagar sobre los elementos que se pasan por alto. Ginzburg, tiene una obra llamada *El queso y los gusanos*, publicada por primera vez en 1976. El libro narra la historia de un molinero autodidacta que aprendió a leer y escribir, llamado Domenico Scandella, conocido como Menocchio; este personaje leía libros que tenía a su alcance, uno de ellos era la Biblia, la cual interpretó a su manera, retomando las ideas con las que vivía. La interpretación que él hacía a los textos que leía estaba mal vista por las autoridades de su contexto, tal y como lo era el Santo Oficio, quién lo juzgó y lo privó de su libertad por no coincidir en las interpretaciones que Menocchio tenía respecto a los textos sagrados, ya que eran considerados inapropiados.

Ginzburg, a través de la historia de Menocchio llega a la conclusión de que la cultura oral tenía una influencia poderosa sobre las personas, además de que el autor destaca que: “Menocchio no repetía como un loro opiniones ni tesis ajenas. Su

método de aproximación a la lectura, sus afirmaciones retorcidas y laboriosas, son signo inequívoco de una reelaboración original”. (Ginzburg, 1981, p.135) El molinero que fue juzgado por el Santo Oficio se destacaba por su peculiar forma de entender las cosas, mismas que se sustentaban en las creencias e ideas con las que había crecido, al ser una persona que percibía los textos de una manera diferente, se le consideraba como una persona impropia. Hemos sido partícipes a lo largo de los años que no seguir la línea de pensamiento de la sociedad o de las figuras de autoridad es un sinónimo de segregación en la sociedad.

Dentro de las demandas que exige la alfabetización se destacan aquellas relacionadas con el aprendizaje, las cuales son lectura, contabilidad y escritura; estos ámbitos se consolidaron como pilares importantes en el proceso de integración sociocultural de las personas alfabetas. Esta relación con el conocimiento no era un acto individual, sino que se manifestaba como una práctica colectiva, tal y como lo propone Chartier; “Leer en voz alta era una forma de sociabilidad compartida y muy común. La lectura en voz alta nutría el encuentro con el otro”. (Chartier, 2018, p.86) De este modo, la alfabetización no solo proviene de herramientas técnicas, ya que también funciona como un vehículo para el fortalecimiento de vínculos comunitarios, y el intercambio de saberes en espacios colectivos.

Con los cambios que ha tenido la sociedad, se pensaría que la lectura en voz alta ha perdido su impacto en la vida diaria, sin embargo, es necesario mencionar que esta práctica se ha mantenido presente en diversos rituales comunitarios, tal y como lo son las misas católicas dominicales, donde el sacerdote todavía lee los textos bíblicos a los creyentes que lo acompañan en esa tradición, en esos casos se cumple con el propósito de socializar.

Dentro de los siguientes apartados se retoman aportaciones teóricas de Roger Chartier, un historiador reconocido por sus estudios sobre la historia del libro y prácticas de lectura. Se destacan dos obras de su autoría: *Las revoluciones de la cultura escrita* (Chartier, 2018) y *Libro, lectura y cultura escrita. Breve diccionario oral*. (Chartier, 2021). El historiador francés analiza las formas en que se ha

transformado la escritura respecto a los soportes que se relacionan con esta, ya sea a través de sus formas materiales y digitales, así como los modos de producción y prácticas de lectura, razón por la que sus postulados fungen un papel importante dentro de este trabajo.

Existen las denominadas “Lecturas con autores”, donde los escritores de libros realizan eventos en cafeterías, librerías o espacios públicos donde puedan leer parte de sus obras, de modo que se crea un momento de cercanía con los lectores o *seguidores* del autor.

Existe una organización cultural en Monterrey llamada *Café con autores*, un espacio creado en 2021, con la finalidad de compartir un espacio con las personas que tienen el gusto por la escritura. La fundadora, Karla Neavez, a través del sitio web de *Café con autores*, comparte que la idea surge de la necesidad de conectar. “Queríamos un lugar donde los amantes de la literatura local encontrarán nuevas historias y donde escritores emergentes se sintieran acompañados para crecer”.(Café con autores, 2021). Este tipo de espacios ya no solo se crean para que un autor lea su libro y comparta ideas o resuelva dudas con sus lectores, sino que también son lugares donde se gestionan talleres para impulsar la creatividad en grupo, asimismo dan paso a conversaciones que conectan ideas, personas y sus realidades.

Otro de los ejemplos de establecimiento que combina los conceptos de cafetería y librería es *El Péndulo*, un lugar que se denomina como *cafebrería*, dicho lugar se inauguró en el año 1993 en la Ciudad de México, de acuerdo con su sitio web:

Desde su concepción original se integraron otras manifestaciones culturales y artísticas, desde una exquisita colección de discos y películas de arte, hasta actividades culturales de todo tipo, como conciertos, presentaciones de libros y cursos literarios. (Cafebrería El Péndulo, 2026)

Los espacios culturales como este, son referentes dentro de la cultura y la sociedad no solo a nivel local o nacional, sino internacional, ya que la posición de esta librería lidera los espacios de encuentros artísticos y culturales en la Ciudad de México y es uno de los lugares más visitados por su estética y amplia variedad de actividades que se pueden realizar en dicho recinto, ya que no solo es una librería con su

respectiva cafetería, sino que también ofrece al público conciertos, presentaciones de libros, cursos y talleres etc. Estos últimos se dan de manera presencial en cualquiera de sus tres sucursales (Polanco, Roma, San Ángel), al igual que en línea, donde se destacan la literatura, arte, comunicación, los cuáles están dirigidos a todas las edades. Los talleres tienen un predominio de acercamiento a la literatura y sus géneros, así como las formas de escritura y publicación.

El impacto de esta librería ha tenido alcances internacionales y eso se pudo visualizar a través del *2025 Top Most Beautiful Book Cafés in the World*. Donde se determinó que *El Péndulo es la quinta café librería más bonita del mundo. Su terraza y decoración la convierten en un refugio de relajación*. (Arcos, 2025) específicamente hablando de la sucursal de Polanco. Este hecho determina que los lugares de lectura y acercamiento al arte deben mantener una estética visual y estructural que permita mantener la atención de los visitantes, que este lugar se convierta en un espacio de esparcimiento y de crecimiento en términos de socialización para el fortalecimiento de prácticas culturales.

Existen otros recintos que ofrecen una experiencia similar a la anterior mencionada, tal y como sucede con la Biblioteca Vasconcelos, ubicada en la Ciudad de México.

El recinto se inauguró en mayo del 2006, y ofrece acceso gratuito a servicios bibliotecarios y a diversas actividades culturales; pone a disposición del público lector un acervo bibliográfico integrado por 600 mil libros clasificados mediante el sistema internacional Dewey. (Biblioteca Vasconcelos, s.f.)

Es considerada como una de las bibliotecas más grandes de México, se caracteriza por tener 7 niveles donde se pueden encontrar una gran cantidad de libros, que rondan los 580 000 aproximadamente, además de que su aforo puede alcanzar los 5,000 visitantes, distribuidos en los diferentes niveles.

Los espacios universitarios poseen recintos con miles de ejemplares que habitan en sus bibliotecas, por ejemplo, la Biblioteca Central de la Universidad Nacional Autónoma de México, no solo se destaca por su vasta cantidad de volúmenes, *tiene un acervo documental conformado por 1,445,109 volúmenes, de los cuales 589,418 son libros; 323,452 fascículos de revistas y 9 periódicos de circulación nacional* (México Desconocido, 2025), sino también por la arquitectura funcionalista con la

que fue construida, y por el mural monumental, que posee 4,000 m², titulado Representación Histórica de la Cultura, creado por Juan O’Gorman. Este espacio cultural es considerado como Patrimonio Cultural de la Humanidad desde el año 2007, siendo uno de los recintos más emblemáticos de México.

La Biblioteca Palafoxiana es un punto de encuentro donde la estética barroca de su diseño arquitectónico y el pensamiento ilustrado convergen. Dicho recinto se destaca por su filosofía de mantener la apertura del conocimiento, ya que es un espacio que invita al estudio y al debate fuera de los selectos grupos de poder. Se destaca como *una de las primeras bibliotecas del continente americano, y la primera en disponer la libertad de entrada*. (Biblioteca Palafoxiana, 2020) La Biblioteca Palafoxiana no solo resguarda el papel y tinta de los ejemplares que posee, sino que reafirma la esencia de estos espacios, es decir, la biblioteca se convierte en un pilar de resistencia frente a la exclusión que se da a través de la hegemonía. El patrimonio intelectual se vuelve un vehículo para democratizar el saber.

Una de las bibliotecas que también se destaca a nivel nacional es la Biblioteca Panamericana de la Universidad Panamericana, la cual se ha encargado de impulsar el interés de sus alumnos por la lectura, a través de estrategias para el fortalecimiento de la cultura escrita. De acuerdo con una nota emitida por la biblioteca, se destacaron las instalaciones cómodas, áreas de estudio y catálogos de contenido para dar una experiencia amena a los asistentes. Es importante mencionar que dichas consideraciones son necesarias para atraer a los alumnos y comunidad en general para el acercamiento a espacios culturales de este tipo.

Debe señalarse que los programas bibliotecarios son imprescindibles para promover la lectura, ya que se proporcionan las herramientas y el acompañamiento a los asistentes para que tengan un espacio de enriquecimiento cultural. Por ejemplo, la Biblioteca Panamericana tiene un programa llamado “Libros libres” en donde puedes tomar un libro y llevarlo como préstamo, sin dejar ningún tipo de identificación. La acción de no solicitar identificación del alumno elimina las barreras de acceso, la biblioteca ya no es un sitio exclusivo, se vuelve democrático.

La Librería Carlos Fuentes de la Universidad de Guadalajara, es una clara representación de la evolución de los espacios de lectura, ya que el espacio no solo se trata de un punto de venta, sino que también es un centro cultural, diseñado para la convivencia y el impulso para incentivar la práctica de lectura a través de presentaciones de libros, talleres, y áreas dedicadas a las juventudes e infancias.

A través de su sitio web *libreriacarlosfuentes.mx*, se puede acceder al catálogo de libros, que tiene un estimado de 70,000 títulos en exhibición, así como al programa de actividades que brinda en el recinto. En la librería también se encuentra una Galería, espacio que representa el impulso del arte en otras expresiones además de la escrita. “En ella se realizan exposiciones relacionadas con las artes gráficas, es decir, con todo aquel arte en cuya realización se utilice la impresión: grabado, cartel, fotografía, ilustración, libro; o que intervenga en el proceso, como el papel o herramientas”. (Librería Carlos Fuentes, 2025) La inclusión de este espacio a la librería incentiva el acercamiento de nuevos públicos, ya que se ofrece una experiencia visual, donde el ecosistema cultural de la imagen y la palabra se enriquecen mutuamente.

Este tipo de espacios se mantienen vigentes debido a la frecuencia de visitas que tiene, son los lectores, bibliotecarios y escritores quienes mantienen vivos estos lugares. *La biblioteca propone un espacio de encuentros cuya forma es muy distinta de la comunicación desmaterializada y <<descorporalizada>>del mundo digital.* (Chartier, 2021) Las bibliotecas también son parte de una resistencia a la transición de una sociedad que se integra al entorno digital, ya que en los espacios físicos es donde se mantienen presentes relaciones únicas y de acercamiento tangible, cualidad que las bibliotecas virtuales no poseen.

4.1 Lectura performativa

Es menester detenerse en un fenómeno que se ha vuelto habitual en varios contextos, por ejemplo, en el transporte público donde se exhibe el título de moda para atraer miradas, las reuniones con amigos o primeras citas donde se presume

a un autor que apenas se conoce, o bien, en la cafetería donde solo se lleva consigo un libro para tomarle una fotografía al lado de la taza de café.

Derivado de esos ejemplos se entiende a la lectura performativa como una forma de *fingir, con fines cuasi escénicos, que se está leyendo un libro*. (Mendoza, 2025) Este concepto se popularizó ante la imagen emergente de quien va de la mano con un libro. Mendoza se enfoca en el papel del hombre que muestra una imagen *intelectual* a través de los libros que lleva consigo para tener un acercamiento con personas de su interés, incluso cuando no haya leído el libro. *La misoginia existe y usa algunos artificios sofisticados para engañar, lo cual no excluye que haya hombres auténticamente lectores*. (Mendoza, 2025) Esta premisa pone en evidencia que hay espacios donde la literatura es usada como un artefacto para satisfacer necesidades que van más allá de un enriquecimiento cultural.

Performative Reading es definido por Bley como “a quienes andan con libros en público, pero no necesariamente para leerlos, sino más bien para mostrar que los están leyendo”. (Bley, 2025) A través de esta definición la concepción de una lectura fingida se refuerza con las redes sociales, ya que es común ver en perfiles de Instagram, TikTok, o Pinterest, a usuarios que publican fotos de libros en escenarios estéticos, con el fin de mostrar los títulos que tienen consigo, incluso sin haberlos leído, dando una imagen falsa de lo que comparten en sus redes. “ *Las redes sociales nos invitaron a crear un personaje, nosotros accedimos encantados y, en esa construcción, la literatura, tanto para quienes realmente leen como para quienes solo lo simulan, funciona como un confiable bastón identitario*”. (Bley, 2025) Los entornos digitales también propician la creación de comunidades lectoras, donde pueden ser partícipes aquellos que leen las obras completas o quienes vieron reseñas en estas redes sociales.

Este fenómeno tiene presencia en espacios culturales, como librerías y bibliotecas que son visitadas solo por ser bonitas e *instagrameables*, concepto definido por Cambridge Dictionary como *atractivo o lo suficientemente interesante como para ser adecuado para fotografiar y publicar en la red social Instagram*. Lo que permite denotar que algunos asistentes solo van a dichos recintos por una fotografía o para

crear una *story* en sus redes sociales, dejando de lado la misión principal de crear y ser partícipes de espacios donde convergen el arte y la literatura.

4.2 El café literario

Es importante realizar una acotación respecto a los *Cafés Literarios*, que son espacios informales con el propósito de dialogar sobre la literatura, y generar entornos colaborativos que refuerzan la creatividad. “El café literario puede practicar la escritura en un ambiente efectivo y relajado, donde la retroalimentación permite el perfeccionamiento de las habilidades”. (Toapanta, Cruz, & Fabara, 2025, p.38). Este tipo de espacios también fortalecen la práctica de la escritura y lectura, ya que se comparte un propósito de colaboración. Enfocando este concepto en términos educativos:

Las interacciones sociales y los diálogos colaborativos que se dan en el Café Literario crean oportunidades para el aprendizaje entre compañeros, la retroalimentación constructiva y la internalización de las normas del discurso académico a través de la práctica social. (Toapanta, Cruz, & Fabara, 2025, p.39).

En las instituciones educativas la lectura en voz alta sigue presente, ya sea cuando se leen textos de asignaturas, o cuando se crean espacios específicos para la lectura, tal y como lo son los cafés literarios, se genera un ambiente de escritura, los lectores pueden compartir sus ideas, dar sugerencias y realizar cambios en sus textos, la socialización a través de estas prácticas lecto-escritoras potencian las habilidades de los alumnos y la lectura se hace presente en su día a día.

4.3 Los escenarios de un lector

Cuando los libros se volvieron más accesibles en las comunidades, y cada vez más personas pudieron tener acceso al acervo cultural a través de textos impresos, la práctica de lectura se volvió en cierta medida *silenciosa*, ya que se trata de aquellos lectores que realizan sus lecturas dentro de sus hogares o cualquier espacio donde se tiene la suficiente privacidad para leer sin interrupciones y lograr una mejor concentración. Sin embargo, ocurre algo interesante cuando la lectura silenciosa se da en espacios públicos, ya que rompe con la norma de tranquilidad o espacio ideal

para una lectura reposada, la cual se hace con tiempo y por placer. *Chartier* concibe una definición a este tipo de práctica, donde menciona que:

La lectura silenciosa pero realizada en un espacio público (la biblioteca, el metro, el tren, el avión, es una lectura ambigua y mixta. Se efectúa en un espacio colectivo, pero al mismo tiempo es privada, como si el lector trazara alrededor de su relación con el libro un círculo invisible que lo aislara. (Chartier, 2018, p.87).

Esta actividad denota una peculiaridad y permite adentrarnos a varios escenarios que sobresalen de esta concepción de lectura silenciosa en espacios públicos. En primera instancia tenemos que es común ver a personas leer en lugares públicos, como el autobús, parques, cafeterías.

Es necesario mencionar que años atrás era frecuente ver a personas leer el periódico en el transporte, en las bancas de los parques, o mientras les lustraban los zapatos. En los últimos años eso ha cambiado de una manera significativa, es más común ver a personas mirando la pantalla de su celular, a mirar las hojas de un libro, revista o periódico, aunque esto no necesariamente signifique que los medios impresos han sido desplazados por las innovaciones digitales, sin embargo, es una realidad latente que cada vez son menos las personas que se visualizan leyendo libros en las calles o en cualquier tipo de espacio público.

Por otro lado, se debe reconocer que la vida del hombre y la mujer en pleno siglo XXI se ha mantenido en un constante proceso de aceleración, principalmente por temas laborales, de vialidad y servicios en general. No es que la gente no quiera leer, es que a la gente ya no le da tiempo de hacerlo, se podría pensar que la lectura puede realizarse durante el camino a la escuela o trabajo, pero cuando la persona debe salir de su hogar a las 5 am, teniendo dos o más horas de anticipación, lo que menos se le viene a la mente es llevar consigo un libro o revista para *distraerse* o mantener ocupada la mente, las personas han optado por visualizar sus pantallas ya que supone un menor esfuerzo ver un vídeo o imágenes aleatorias a mantener la concentración para leer en un transporte que va más que lleno, en donde no hay manera de sostener un libro o siquiera de visualizarlo en caso de no haber luz.

La promoción de la cultura a través de la escritura también implica una responsabilidad institucional y pública. “Es responsabilidad de los poderes públicos

obligar a las empresas que controlan la industria cultural a dedicar una parte del tiempo de mayor audiencia a programas capaces de despertar el gusto por la cultura escrita”. (Chartier, 2018, p.134). Esta premisa propone que como parte de las funciones que debe tener el Estado es exigir una mayor difusión a actividades que impulsen la lectura como un hábito diario en las personas, sin embargo, aún con una cantidad exorbitante de difusión editorial y grandes cantidades de programas para fortalecer la lectura; si el ciudadano no cuenta con el tiempo necesario para dedicarse al menos unos minutos a leer, las estadísticas de hábitos de lectura no se moverán, aunque en estos casos, los hábitos se moldean a partir de un sistema más complejo en la sociedad.

El Estado Mexicano se ha encargado de promover programas cuyo objetivo es incentivar la lectura a través de espacios dedicados a dicha práctica, uno de los programas destacados es la Estrategia Nacional de Lectura, misma que inició en el año 2019, el propósito consiste en promover los hábitos lectores en todos los sectores de la sociedad, con la idea de que sea una actividad realizada por gusto y no por obligación. A través de la página del Gobierno de México se destaca que:

La ENL sostiene que la lectura es colectiva, se comparte, democratiza, transforma la vida, revoluciona, se disfruta y se acompaña; la palabra está viva, los libros son puentes y leer, en suma, posibilita que nos conozcamos mejor a nosotras y nosotros mismos. (Gobierno de México, 2026)

El objetivo del estado es crear espacios donde los mexicanos puedan acceder a la cultura escrita de forma dinámica y gratuita, dentro del programa existe una vertiente denominada *Maratones de lectura*, los cuales están creados con la intención de invitar a la población a tener una lectura gozosa y colectiva, generalmente realizada en fechas importantes o de coyuntura para el país. El eje que rige dicho programa es mostrar a la lectura como una práctica de libertad y placer y no como una obligación escolar.

Por otro lado, en enero de 2026, la Secretaría de Cultura reinstaló el Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura, de acuerdo con un comunicado en el sitio web del Gobierno de México, se expone que se trata de “un mecanismo de coordinación nacional que tiene el objetivo de articular a instituciones, entidades

federativas y actores del ecosistema del libro para consolidar una política pública con continuidad, corresponsabilidad y enfoque territorial”. (Secretaría de Cultura, 2026) Dicho organismo institucional tiene la tarea de velar por el libro, no como un objeto comercial o un producto de difícil acceso, sino como un derecho garantizado para la sociedad.

El Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura tiene su origen en 2008, como fundamento de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro (2008), dentro del Artículo 4 de la Ley se manifiestan los objetivos de su creación, se destaca el papel de la gobernanza y políticas públicas, de manera que se puedan impulsar programas y acciones institucionales, tanto en el sector público como privado. Por otro lado, se reconoce el fortalecimiento de la industria editorial, en donde debe prevalecer una estimulación al circuito de producción editorial, desde la edición hasta la comercialización, buscando la competitividad nacional e internacional. Asimismo, apoyar el desarrollo de librerías, bibliotecas y diversos espacios de lectura, y, sobre todo, garantizar que el libro esté en igualdad de condiciones en el territorio nacional.

A pesar de que México tiene estrategias y leyes que promueven y protegen al libro y la lectura, es importante mencionar que uno de los grandes desafíos de las políticas públicas es la falta de continuidad y articulación entre iniciativas, debido a que cada cambio de administración en el gobierno suele implicar la modificación o abandono de programas ya establecidos, este factor impide la consolidación de estrategias a largo plazo y evaluar los resultados de manera consistente.

Por otro lado, el Módulo sobre Lectura (MOLEC), creado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), es una herramienta para analizar los hábitos lectores de la población mexicana. A través de este, se recopila información referente a cuánto, qué, y cómo lee la población adulta en México, esto permite identificar el impacto de las políticas públicas de fomento a la lectura y conocer las tendencias del consumo de la cultura escrita.

A continuación, se presenta el tipo de material de lectura leído por la población alfabetizada lectora, de acuerdo con las cifras de 2024, se presentó un declive de los

libros respecto al año 2015, por otro lado, hubo un aumento en la lectura de páginas de internet, foros y blogs, lo que corresponde a un ascenso de los entornos digitales como opciones de lectura. En el año 2025, los libros siguieron liderando en la población alfabetada, seguida de los medios digitales previamente mencionados. (ver Tabla 1 y 2)

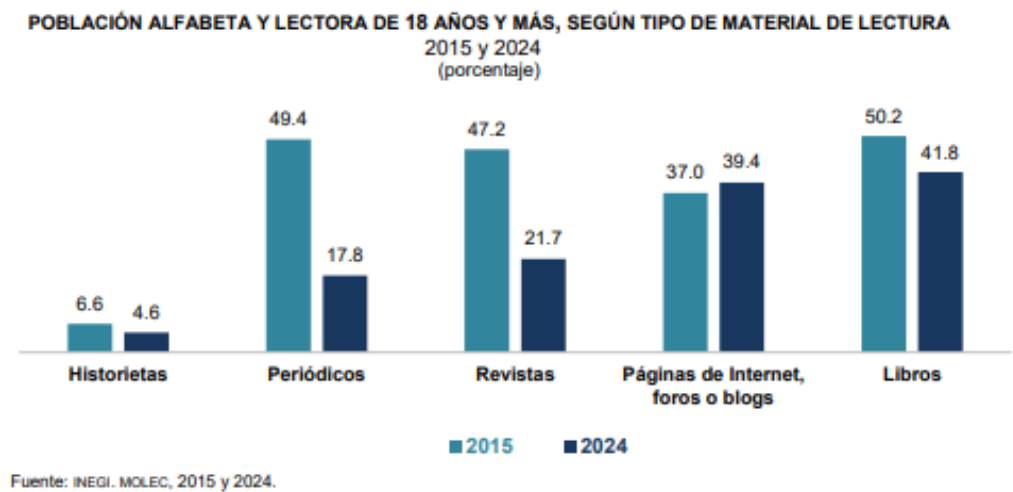


Tabla 1: INEGI, MOLEC, 2015 y 2024

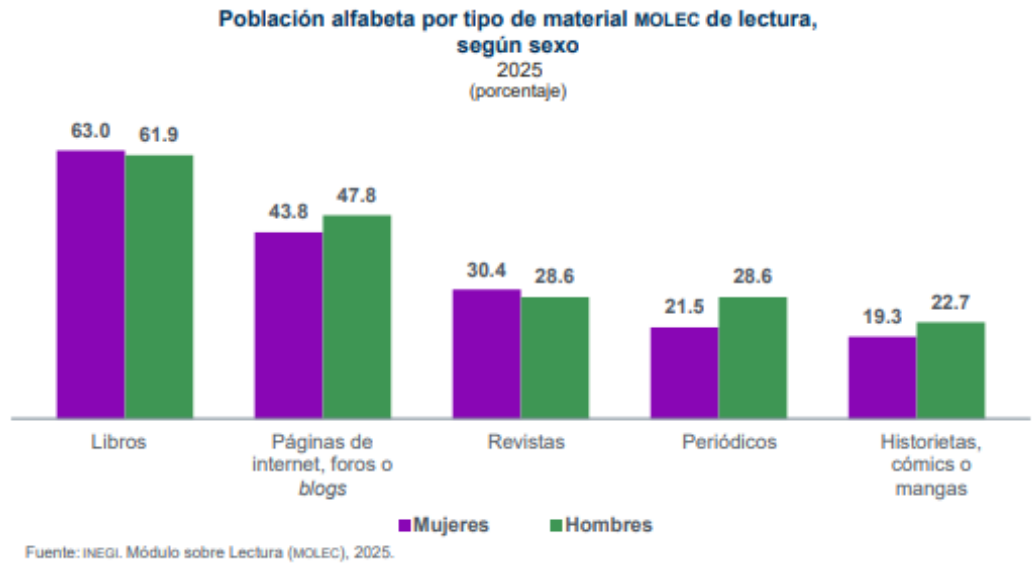


Tabla 2: INEGI, Módulo sobre Lectura (MOLEC), 2025

Uno de los elementos importantes dentro del MOLEC es reconocer las motivaciones de los lectores, de acuerdo con la encuesta realizada en 2024, lideró la lectura por entretenimiento, donde la población femenina mostró un mayor porcentaje; sin

embargo, en el año 2025, la razón que predominó fue *por necesidad*, aunque es necesario mencionar que solo en la parte específica de una materia o profesión, ya que lo más leído por la población mexicana fue literatura, la cual fue por gusto. (ver tabla 3 y 4)

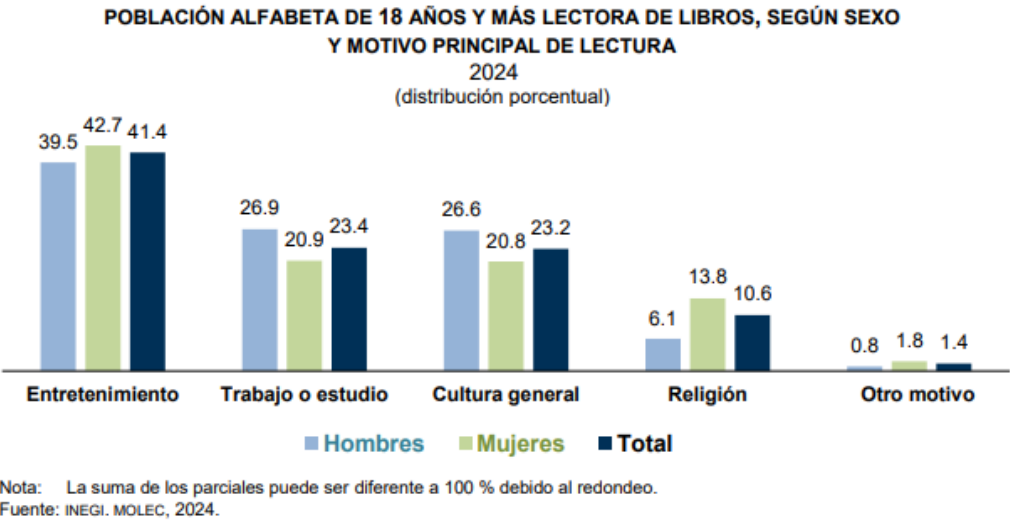


Tabla 3: INEGI, Molec, 2024



Tabla 4: Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2025

Las estrategias de lectura y las encuestas de medición son necesarias para reconocer las áreas de oportunidad y las dificultades a las que se enfrenta el estado mexicano respecto a los hábitos de lectura y las razones de porque se da esta

práctica, lo que permite impulsar políticas públicas para el mejoramiento de los hábitos lectores de la sociedad mexicana.

La lectura es una práctica que requiere una capacidad de concentración respecto a lo que se lee, esto permite que se tenga una mayor recepción de los contenidos. “La atención supone la concentración mental sobre una información específica que llega hasta los sentidos conscientes del individuo, quien decide, al prestarle atención, si debe realizar una acción”. (Giraldo & Fernández, 2020, p.3) De acuerdo con esto, la atención se enfoca en el interés de un individuo para poner sus sentidos enfocados en una actividad, en este caso, cuando un actante prefiere poner esa atención a las acciones que le exigen menos esfuerzo, se dejan de lado aquellas que suponen una concentración mayor, tal y como lo es la lectura, ya que está en la mayoría de casos debe hacerse en espacios tranquilos y cómodos para una mejor experiencia.

En la actualidad, la economía de la atención redefine la manera en que operan las industrias culturales. “En la economía de la atención el tiempo es una variable determinante y ello hace que en las industrias culturales se libere una batalla por la captación de tiempo libre”. (Giraldo & Fernández, 2020, p.4). Por este motivo es más común ver a las personas enfocadas en otro tipo de actividades en su vida cotidiana, como jugar con videojuegos, ver series y películas o mantenerse activos en sus redes sociales, estas son actividades plenamente digitales o virtuales que también son parte de la cotidianeidad. Sin embargo, dentro de la digitalización de algunas de las actividades que nos rodean, está presente la cultura digital, la cual también ha encontrado su lugar en las prácticas sociales.

La interactividad de la cultura digital despierta la curiosidad de aquellos que se mantienen en los entornos virtuales, que buscan conocimientos e información a través de la digitalización. Con la literatura sucede lo mismo, se adoptan formas de fortalecimiento de prácticas culturales a través de redes sociales, aplicaciones y sitios web.

Siguiendo la línea de la lectura en silencio, pero realizada en espacios públicos, hay otros ejemplos que proponen escenarios más amables para los ciudadanos, como

parte de la cotidianidad en espacios universitarios, la presencia de alumnos con sus libros es más habitual, y no necesariamente porque sean textos académicos, sino que también hay presencia de otro tipo de géneros literarios, la imagen de los universitarios leyendo en las jardineras está presente hasta el día de hoy, durante sus ratos libres. Asimismo, la concurrencia de personas que acuden a cafeterías acompañadas de un libro, espacios donde se instalan para dedicar su tiempo a unas páginas del texto mientras evaden parte de su realidad al tener una completa concentración en esos objetos culturales.

Del mismo modo, la lectura se hace presente no solo por medio de libros impresos, sino también por libros digitales o electrónicos que proponen una ventaja para los lectores, ya que en un solo dispositivo pueden tener acceso a diversas obras, las llevan con ellos todo el tiempo. De acuerdo con los postulados de Chartier, él se encarga de enunciar que el libro y su lector tienen una especie de conexión invisible, lo cual resulta ser cierto en gran medida, ya que el libro es un acompañante de quien lo lleva consigo y a quién pueden recurrir en el momento en que se desee volver a la lectura; aunque también es importante mencionar que incluso cuando es un círculo no visible, existe siempre la posibilidad de que haya lectores afines cerca de quien lleva el libro, lo que podría causar una conversación entre pares respecto a la obra, aunque esta premisa no siempre es común, hay la posibilidad de que suceda, lo que genera una socialización entre lectores, es un factor importante dentro del campo de la lectura.

4.4 Las comunidades lectoras en la era digital

El libro y su lectura han marcado una pauta importante dentro de diversos segmentos de la sociedad, ya que a través de esta práctica se han incentivado grupos de lectores, escritores y comunidades enfocadas plenamente al campo editorial y lo que trae consigo esta vertiente, la influencia de los medios de comunicación digitales de las últimas décadas han permitido expandir las concepciones de la lectura.

En este siglo las imágenes comienzan a mostrar al lector en medio de la naturaleza, el lector que lee mientras pasea, que lee en la cama. Con la aparición de la fotografía y del cine, en

cambio, el objetivo sorprende a los lectores, lo cual permite mostrar prácticas de lectura más desordenadas, menos controladas. (Chartier, 2018, p.53)

La fotografía y el cine no son los únicos medios por los cuales se muestran hábitos de lectura y estilos de vida enfocados a la producción editorial, sino que las redes sociodigitales han permitido que sus usuarios compartan parte de su vida siendo lectores habituales, con la llegada de estos medios, se volvió común ver cómo se compartían imágenes de personas con sus libros en diferentes espacios (escuelas, negocios, parques) los lugares designados para la lectura dejan de ser exclusivamente de bibliotecas o librerías.

El *lector ejemplar* ya no es aquel con mayor cantidad de libros en sus repisas o visitas a la biblioteca, es aquel que comparte más reseñas en sus redes sociales o quien califica numerosas cantidades de libros al mes. En este sentido, la lectura ya no es por gusto o interés, se vuelve un tema de competencia por ver quien *postea* más contenido sobre libros.

Los perfiles en redes sociales permiten conocer los gustos y preferencias de los usuarios que son parte de las plataformas de socialización digital. Por ejemplo: *@el_librero_de_valentina* es el nombre de usuario de una figura pública en la red social de Instagram, la cuenta tiene 158 mil seguidores, Valentina Trava mantiene sus redes activas a través de vídeos de reseñas, rankings de libros, nuevas ediciones de libros, etc. Ella es el rostro de una comunidad donde muestra una parte de su vida como lectora mediante formatos multimedia en los espacios de Instagram y YouTube.

En la página web de Valentina se encuentra un enlace virtual a su librería, donde vende alrededor de 625 libros, las clasificaciones que se destacan son contemporáneos, clásicos, el sello de Valentina, e infantiles. Asimismo, cuenta con una versión física de su librería en la Panadería Artesanal *Panía*, ubicada en Metepec, Estado de México. La pasión por la lectura y los libros se mezcla a través de estos proyectos que propicien espacios culturales de encuentro para las personas que tienen este gusto afín por la escritura y el campo editorial.

Por otro lado, hay usuarios con menor número de seguidores, pero con un gran compromiso por la conformación de espacios de conversación, donde los protagonistas son los libros. Tal y como sucede con *urii.books* (1515 seguidores), *bookstagram.365* (3007 seguidores), *fannyreadsbooks* (31.5 mil seguidores), *sofia_hdzv11* (38 mil seguidores). Estos son algunos de los miles de perfiles que podemos encontrar en la plataforma de Instagram, creadores de contenido que se encargan de realizar dinámicas con sus comunidades para difundir títulos de libros y hacer visible a aquellos escritores emergentes que buscan ser leídos.

Existen aplicaciones que ayudan a los lectores a reforzar el proceso de socialización de manera virtual, por ejemplo: “Goodreads es el sitio más grande del mundo para lectores y libros recomendaciones. Nuestra misión es ayudar a los lectores a descubrir los libros que aman y sacar más provecho de la lectura. Goodreads se lanzó en enero de 2007”. (*goodreads*, s.f.) A través de este sistema un lector es capaz de ver que es lo están leyendo sus amigos, existe un seguimiento personalizado del autor, además de que se encarga de analizar el perfil de cada lector para sugerir títulos de nuevas lecturas, así como comentar sobre estos. Es una comunidad virtual que propone una interacción entre usuarios para fortalecer los saberes de quienes la ocupan.

Por otra parte, esta *LibraryThing*, dentro de su sitio web se encuentran secciones para conversaciones, y grupos de discusión referentes a libros, de acuerdo con la información de su sitio, se trata de un catálogo gratis, de calidad bibliotecaria, para seguir el progreso de lectura o toda su biblioteca. (*LibraryThing*, s.f.) Entre sus principales funciones se encuentra el seguimiento de una lectura que puede ser calificada y reseñada, asimismo, cuenta con recomendaciones personalizadas de acuerdo con el usuario.

Las comunidades de lectores se manifiestan no solo a través de espacios físicos, sino también digitales, tal y como se ha enunciado anteriormente, la experiencia de los lectores se ha vuelto colectiva e interconectada a través de las plataformas virtuales y redes sociales. Estos grupos y entornos no solo facilitan el acceso a la

cultura, sino que también se sigue demostrando que la conexión humana es el vehículo para el conocimiento.

4.5 Libros electrónicos

Las formas recientes de socializar las lecturas de libros a través de medios digitales no son el único mecanismo que se ha impregnado en la sociedad, ya que, es posible encontrar libros electrónicos, los cuales han surgido como una manera de acceder a textos sin la necesidad de comprar el ejemplar de manera física.

Chartier coincidía en que, “con el texto electrónico parece estar por fin al alcance de nuestra mirada y de nuestros dedos un sueño muy antiguo de la humanidad que podríamos resumir en dos palabras: universalidad e interactividad”. (Chartier, 2018, p. 83) Con esta premisa se introduce una parte sustancial del campo editorial, ya que se supone que a través del texto electrónico podría ser posible el acceso a una gran cantidad de información en términos de temas sociales, políticos, educativos, entretenimiento, entre otros.

De acuerdo con datos del Panorama de la Producción Editorial en México 2024: Datos Clave del ISBN, se destaca que

El análisis por formatos revela que el impreso sigue dominando el mercado con el 67% del total, mientras que las ediciones digitales mantienen una participación de 31%. Por su parte, el segmento de audiolibros representó 2% del total de ISBN otorgados en 2024. (CANIEM, 2025)

A pesar de que las ediciones digitales representen la mitad de los formatos impresos, se destaca al libro electrónico como un formato pensado en la inmediatez de la lectura, ya que permite optimizar la experiencia del usuario mediante una descarga inmediata, esta cualidad es parte importante de su crecimiento constante frente a los formatos tradicionales.

Esta producción abarca una amplia gama de temas e idiomas para ser producidos, pero incluso con ese porcentaje de ejemplares electrónicos, existe una brecha digital que reduce de manera considerable el punto de la universalidad en la

literatura, si bien, los libros y textos en general se mantienen disponibles electrónicamente, no es posible que toda la población acceda a estos como parte de su derecho a la lectura y al conocimiento, ya que al no tener los medios para acceder a estos, se imposibilita la práctica de lectura de textos electrónicos.

Los agentes sociales y virtuales que respaldan e impulsan a las comunidades lectoras se mantienen presentes a través de la cercanía con los miembros de estas. Se atienden necesidades y se comparten modos de lectura que hacen estas prácticas más interactivas entre los usuarios.

Dentro de la obra *Las revoluciones de la cultura escrita* de Chartier se manifiestan diversos postulados respecto a la evolución histórica que ha tenido la escritura, por lo que rescata elementos muy puntuales respecto al texto electrónico, el enuncia que:

La revolución del texto electrónico es al mismo tiempo una revolución de la técnica de producción y de reproducción de textos, una revolución del soporte de lo escrito y una revolución de las prácticas de lectura. (Chartier, 2018, p.109)

La producción de textos requiere de sistemas de producción y distribución, por lo que el texto electrónico también supone una serie de características para sostener lo que conlleva su proceso de posicionamiento en la sociedad, como un medio igual de válido que la escritura tradicional, es decir, aquella que no fue diseñada necesariamente para ser distribuida en medios digitales. Aquí debe mencionarse que, a pesar de que los libros llegan a ser editados en procesadores de texto electrónicos, no necesariamente cumplen con las características para considerarse un texto electrónico.

La transformación digital ha modificado los formatos de lectura y también la manera en que se concibe la autoría en espacios virtuales. “El texto digital es dinámico, incluso en la autoría, pues se dificulta rastrear a su autor debido a que hoy en día es posible compartir o repostear el texto”. (Muñoz & Álvarez, 2022, p.36) Uno de los elementos que caracteriza al texto electrónico es la interactividad a través de *links*, imágenes, vídeos y cualquier contenido multimedia, sin embargo, es precisamente este dinamismo el que provoca una difusión no regulada de textos, por lo que en ocasiones es difícil encontrar a la persona o individuos involucrados en la autoría,

ya que estos textos electrónicos pueden ser creados mediante un ambiente de colaboración.

Se define el libro electrónico como un programa de hipermedios, generalmente producido en CD-ROM, pero que no se limita a este formato, que organiza la información basándose en la metáfora del libro. Sin la limitación que impone la impresión y la encuadernación, los libros electrónicos ofrecen enlaces de hipertexto, ejecutan búsqueda de palabras claves, proporcionan notas marginales y amplían la noción del conocimiento y el aprendizaje de muchas otras maneras. (Espinoza & Morales, 2002, p.6)

A través de este concepto se puede delimitar que el texto electrónico no necesariamente es aquel que se puede leer en el celular, computadora o *Kindle*, ya que puede estar en un espacio de almacenamiento diferente, y aunque en la actualidad ya no es tan común el uso de CDs, existen otras variantes para respaldar estos *e-libros*, tal y como son las redes sociales, gmail, etc. La encuadernación y proceso de impresión se omite cuando se trata de este tipo de formatos.

La interactividad de los libros electrónico permite generar un entorno de autoaprendizaje y también de una optimización de búsqueda dentro del texto en cuestión, por ejemplo, si alguien está buscando una cita dentro de un texto electrónico, basta con ir al buscador y colocar las palabras clave para encontrarla, a diferencia de los textos impresos, en donde la búsqueda es más minuciosa y tardada dependiendo el caso.

Refuerzo la premisa anterior con la idea de Chartier respecto a estos textos, “aun cuando se trate de la misma materia editorial que se presenta por vía electrónica, la organización y la estructura de la recepción son diferentes”. (Chartier, 2018, p.84) Esto representa una reconfiguración a las formas de escritura y también de recepción de textos, ya que, “por un lado, se busca una libertad nueva que borra los roles y permite que los autores sean a la vez sus propios editores y difusores”. (Chartier, 2018, p.88). Esta idea evoca a la resistencia que caracteriza a los escritores, ya que buscan la forma de crear de una manera libre y en algunos casos sin censura, son ellos quienes escriben, quienes editan.

El nuevo soporte de lo escrito no significa el fin del libro ni la muerte del lector. Quizá sea todo lo contrario. Pero impone una redistribución de los roles dentro de la “economía de la escritura”, la competencia (o la complementariedad) entre los diversos soportes de los discursos y una nueva relación, tanto física como intelectual y estética con el mundo de los textos. (Chartier, 2018, p. 112)

Con la llegada de innovaciones y las nuevas formas de producción de libros, las perspectivas y concepciones que se tienen sobre los libros y sus lectores provocan preocupaciones respecto a lo que pudiera ocurrir con estos elementos que son fundamentales dentro del campo de la escritura, es evidente que, a través de la incorporación de formas electrónicas para la creación de libros, la *economía de la escritura*, tendrá cambios notables, y entre los que más se destacan son precisamente la autonomía del autor y su disposición de colaboración con otros escritores y artistas para la creación de textos y libros.

En la sociedad digital, la práctica de la lectura enfrenta desafíos, en los que se destaca la inmediatez comunicativa que ofrece la digitalización. “La muerte del lector y la desaparición de la lectura se conciben como la consecuencia ineludible de la civilización de la pantalla, del triunfo de las imágenes y de la comunicación electrónica”. (Chartier, 2018, p.104). A pesar de las predicciones catastróficas por la llegada de los medios electrónicos y el temor constante de la desaparición de la crítica y reflexión por parte de la sociedad, lo cierto es que no ha sido de ese modo, las personas siguen leyendo y cultivando en la medida de sus posibilidades, incluso si no es a través de un libro impreso, las pantallas no llegaron a desplazar los medios tradicionales o físicos.

Los libros no están ni un poco cerca de desaparecer por el uso de celulares o tablets, siguen estando presentes, no es que deba haber una disputa en ver que es mejor, si el libro electrónico o el físico, se trata de una consolidación de ambos, en donde estos elementos sean parte de un mismo ecosistema.

Lo importante es, pues, no lamentarse de la muerte del libro (que, de todos modos, subsistirá durante largo tiempo en la forma que aún tiene), sino comprender las posibilidades y las restricciones inéditas que impone la transformación electrónica de lo escrito, sea cual fuere su forma. (Chartier, 2018, p.130)

La lectura, los libros y la escritura se mantienen presentes en diversos escenarios de la vida cotidiana, aunque existan formas innovadoras de llevar textos a los lectores, lo cierto es que unos formatos no desplazan a otros, sino que convergen en determinados puntos, fortaleciendo los accesos a los objetos culturales, ya sea de forma física o electrónica, el propósito de los escritores y las editoriales seguirá

siendo el mismo, que alguien se tome el tiempo de leer lo que se ha escrito o publicado.

4.6 Marketing editorial

En la época actual, la mayoría de las empresas se enfocan en tener una serie de estrategias de mercadotecnia para llegar a los segmentos en los que están interesados, es decir, aquel conjunto de actores sociales que adquieren servicios y productos a través de la persuasión que ejercen las empresas sobre ellos. Dichas estrategias tienen la cualidad de entender las necesidades y deseos del consumidor, o como se le denomina coloquialmente, cliente. La misión principal de estas tácticas radica en formar relaciones a largo plazo con los clientes, ya que al mantenerlos satisfechos se asegura la fidelidad a determinada empresa.

La mercadotecnia también ha llegado al sector editorial, en donde cada vez son más las casas editoriales que adoptan estrategias para fortalecerse, las cuales incluyen un análisis de la situación a la que se enfrenta una editorial con el mercado, la planeación de estrategias de acuerdo con las necesidades de los consumidores, y la implementación y posterior evaluación de resultados, elementos que corresponden con el proceso tradicional en la mercadotecnia. Sin embargo, con el paso del tiempo y con las herramientas digitales de IA (Inteligencia Artificial), las empresas han podido implementar diversos mecanismos de análisis de datos para la mejora de estrategias y el impulso de las empresas.

Big data e inteligencia artificial son términos cuyas aplicaciones llevan tiempo impulsando y transformando no solo cómo accedemos, interpretamos y procesamos datos. En el sector del libro se dispone de aplicaciones y dispositivos de lectura digitales que proporcionan una gran cantidad de datos sobre el comportamiento del lector. (Benítez & Vigil, 2020, p.1)

Esto propone un escenario donde las herramientas digitales se han incorporado a las empresas para hacer eficientes procesos de búsqueda e identificación de relaciones de los clientes con las empresas. En el campo editorial se usan aplicaciones como CRM (*Customer Relationship Management*) para gestionar y organizar actividades de la empresa, así como fortalecer la comunicación con los clientes de esta. Los procesos se automatizan por lo que el ahorro de tiempo se

mantiene presente como una cualidad positiva dentro de las organizaciones privadas, ya que esto potencia la productividad y alcance de los consorcios.

El término "Big data" suele aplicarse a conjuntos de datos que superan la capacidad del software habitual para ser capturados, gestionados y procesados en un tiempo razonable y por los medios habituales de procesamiento de la información. (Marqués, 2015, p.11)

Siguiendo esta idea, tanto el *big data* como la Inteligencia artificial fortalecen la oportunidad de trabajar con grandes cantidades de información, las cuales provienen de redes sociales, reseñas, algoritmos. Estas herramientas proponen una forma de crear campañas publicitarias, prever tendencias y realizar ajustes sobre los precios y formatos de los libros que se lancen al mercado.

Hoy en día es posible encontrar diversos sitios que promueven el marketing digital como un área de estudio. Por ejemplo, *Cursiva*, es la escuela de escritura y edición online de *Penguin Random House Grupo Editorial*, pensada en formar a escritores y editores. De acuerdo con su sitio web, se ofertan diversos diplomados y cursos enfocados al mundo editorial, donde se destacan las especialidades en marketing, comunicación y diseño editorial, así como corrección de estilo, ortotipográfica, escritura creativa, cada una responde a un costo específico dependiendo de la duración y contenidos proporcionados.

Por otro lado, la empresa mexicana *Letras Laetas*, es una agencia de marketing editorial que ofrece servicios de alta calidad con estrategias de marketing digital personalizadas, garantizando resultados medibles y sostenibles para tus proyectos. (Letras Laetas, s.f.) De los servicios que se muestran en su sitio web se destacan el desarrollo web para proyectos editoriales, impulsar la marca personal de autores, autopublicación profesional, corrección y edición de textos, etc. Los servicios mencionados pueden ser puestos en práctica con empresas grandes o pequeñas, así como con autores que están empezando su posicionamiento en el ámbito editorial.

El marketing editorial responde a muchas de las necesidades del mercado, no solo a nivel individual sino también empresarial. Con el marketing se fortalecen no solo las relaciones entre la empresa y el cliente, sino que también con los autores que son una pieza clave dentro de este campo, los cuales se encargan de trabajar en

conjunto con correctores de estilo y artistas para darle vida a las portadas de sus creaciones.

Por otra parte, los consultores del sector editorial tienen un impacto prominente, ya que son los estrategas para hacer posible un proyecto. Daniel Benchimol es el director de la agencia editorial *Proyecto451*, la cual se encarga de ayudar a más de 350 editoriales y organizaciones (pequeñas, medianas y grandes) de toda América Latina y España en el desafiante proceso de transformación que proponen las nuevas tecnologías. (Proyecto451, s.f.) Los servicios que ofrecen están enfocados en una línea digital, ya que realizan conversiones de libros físicos a electrónicos, así como su distribución, tienen una consultoría y capacitan a las casas editoriales para que tengan un espacio de *e-commerce*.

Benchimol percibe dos frentes dentro del mercado del libro digital. “Primero, se encuentra el mercado del libro digital, de los libros que produce el sector más tradicional, es decir, editoriales que tradicionalmente están publicando libros físicos y que producen sus respectivas versiones digitales”. (Benchimol, 2023) Es decir, las editoriales se dan a la tarea de producir digitalmente los libros que han publicado, las comercializan a un costo más bajo, pero siguen percibiendo una ganancia económica a través de esta práctica. La digitalización de estos libros permite que una mayor cantidad de personas lean la publicación.

Algunas veces, empresas clásicas quieren añadir la publicación de libros electrónicos a su catálogo y ofrecen el mismo libro en ambas formas, impresa y digital, lo que significa que no hay originalidad profunda de la forma electrónica cuando un libro digital existe o puede existir en una forma impresa. (Chartier, 2021)

La originalidad de la forma electrónica de los libros es una característica que no representa una desventaja ante el formato físico, ya que a través del libro electrónico se puede alcanzar un mayor número de lectores que no pueden adquirir la versión impresa. Sin embargo, lo que sí corresponde a una desventaja de las publicaciones electrónicas es la distribución ilegítima de estas, aunque también sucede con las físicas, es probable que las versiones electrónicas circulen de una forma más rápida.

En segundo lugar, también me gusta observar qué es lo que sucede con el libro digital en otros escenarios donde habitualmente las editoriales no participan. Por ejemplo, existe el caso de Wattpad, que claramente es una plataforma de libros digitales donde las editoriales toman parte recién al final del flujo de la cadena. (Benchimol, 2023)

Wattpad es un escenario que podría ser considerado no convencional por los escritores y las editoriales serias, ya que se trata de una plataforma donde los usuarios pueden leer o escribir historias por otros miembros de esta. Este sitio tiene la opción de crear una biblioteca digital con las publicaciones que se encuentran disponibles, además de que el avance de la lectura se guarda en automático y no hay riesgo de perder la página en que quedó pendiente la lectura.

Los usuarios que publican en la plataforma tienen la libertad de editar sus historias en cualquier momento, ya sea en términos de redacción u ortografía, los autores de las narrativas tienen la oportunidad de autopublicarse en esta plataforma, el proceso creativo queda a su disposición ya que son ellos quienes crean las portadas de sus libros, cuentos o poemarios. La plataforma tiene la opción de clasificar las publicaciones, ya sea por género literario o edad, esto derivado del tipo de narrativa y su contenido.

Es un espacio de donde han emergido varios nombres de escritoras principalmente, que han tenido publicados sus libros digitales de dicha plataforma en editoriales reconocidas, tal y como es el caso de Flor M. Salvador quién es la autora de *Boulevard*, obra que tendrá su adaptación cinematográfica en abril de 2026. El libro se publicó originalmente en 2020 por la *Editorial Naranja*, dos años después tendría una nueva edición con *Penguin Random House*. Otro ejemplo de una escritora que creció en Wattpad y que posteriormente fue publicada en una editorial es el caso de Joana Marcús, una escritora española que se hizo conocida por su saga de libros *Meses a tu lado*, quién también publicó con *Penguin Random House*.

Ahora bien, gracias al uso de herramientas tecnológicas y estrategias de marketing en el sector editorial, se permea la idea de procesos óptimos y rentables que llevan a la producción no solo de libros físicos sino digitales, los datos de los usuarios permiten a las empresas un mayor acercamiento a ellos, y así responder a sus necesidades mediante la personalización de recomendaciones de lectura que estén

basadas en algoritmos, así como el ajuste de los precios de libros, tomando en cuenta la oferta de formatos, ya sea físico o digital como audiolibros o libro electrónico, los cuales se adaptan a la falta de tiempo de los lectores en la era actual.

Las necesidades del lector también radican en los géneros literarios, ya que las categorías literarias más populares serán aquellas que se producirán con mayor frecuencia, tomando en cuenta el segmento de la comunidad lectora, por ejemplo, si se trata de una categoría donde predomina el género femenino en una edad de 15 a 25 años, los libros producidos por las editoriales se encargarán de publicar libros enfocados en los intereses de ese segmento.

Las editoriales han logrado perfeccionar su capacidad de escuchar y entender a su audiencia, creando un punto estratégico en donde converge la creatividad y la demanda del mercado. Gracias a los análisis de tendencias en comunidades lectoras, y la atención que se le da a estas organizaciones, es que se logran identificar con precisión los intereses, preferencias estéticas del público y temáticas, con el fin de atender las necesidades de los lectores. Los sellos editoriales buscan ofrecer contenidos diversos para satisfacer las expectativas de las comunidades de lectores que se vuelven cada vez más exigentes.

4.7 Narrativas en suspenso

La escritura tiene diversas formas de hacerse presente en la vida de un lector, en ocasiones no se da necesariamente a través de un libro publicado, sino por medio de narrativas que tienen su propio tiempo y espacio para conocer el mundo de la escritura, me refiero a las publicaciones por entrega, que son comunes hoy en día. Por ejemplo, en *Wattpad* (plataforma online de lectura y escritura) es habitual encontrar historias que tienen capítulos que se publican cada semana, dependiendo de los autores y su disponibilidad de escritura. Lo mismo sucede con los *newsletter* de algunos escritores que hacen llegar fragmentos de sus historias a través del correo electrónico a sus suscriptores.

En el libro XIX, la lectura de la misma novela en la forma de folletín o en las publicaciones por entrega, por un lado, y en la forma del libro, por otro. En la primera implica que “La

publicación genera así constreñimientos y expectativas, tanto para el lector como para el autor” (Chartier, 2021)

La publicación por entregas genera un estado de suspenso en quienes son lectores fieles de la historia en cuestión, ya que se debe de esperar un periodo de tiempo establecido por el autor para que este tenga una disponibilidad para escribir los capítulos de la narrativa, el escritor tiene una responsabilidad latente ya que debe de cubrir las expectativas de sus lectores, dando una coherencia y continuidad acertada a la historia que se comparte.

La estructura narrativa de suspenso y fidelidad del lector hacia una historia tiene un antecedente en lo que Martín-Barbero analiza como Literatura de Cordel en su obra *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (1987), de acuerdo con el autor; las historias plasmadas en hojas colgadas de cordeles en las plazas fueron el vehículo de los relatos cultos y la cultura popular. Por ejemplo, Martín-Barbero concebía a El Quijote no solo como una novela clásica, sino como una historia con origen de los cuentos que se transmitían oralmente y la escritura; es decir, la obra de Cervantes fue un éxito debido a que podía ser escuchada por aquellos que no sabían leer, dando como resultado una lectura colectiva y cotidiana.

La cultura digital ha transformado no solo la creación, sino también el papel de los usuarios en los procesos comunicativos. “No solo los escritores han transformado sus modos de expresión. Ahora los usuarios que tienen acceso a la información por la web no se conforman con ser pasivos y desean participar en el proceso creativo”. (Rodas, 2022, p.240) En términos de publicación por entrega a través de la web tenemos aplicaciones como la anterior mencionada, Wattpad, sin embargo, también es posible encontrara este tipo de publicaciones en redes sociales o páginas web de los autores, estos entornos digitales poseen la cualidad de la retroalimentación a través de comentarios y *likes*. Los lectores agregan sus opiniones respecto al rumbo de la historia, dan sugerencias y escriben sus expectativas a través de estos canales de comunicación, incluso la historia puede llegar a ser tema de debate entre los lectores.

La ciberliteratura es una nueva forma de escribir que le permite al autor relacionarse directamente con los lectores durante el proceso creativo y hacer su obra interactiva al incluir

vídeos, fotografías o enlaces externos. Todos los comentarios y opiniones de los seguidores influyen directamente en la creación. (Rodas, 2022, p.240)

La interactividad es una peculiaridad de la publicación por entregas digital, ya que se puede usar contenido multimedia para la retroalimentación de las historias, o bien, para que el autor brinde pistas a sus lectores sobre los avances de esta. Los escritores suelen tomar en cuenta las opiniones de sus lectores para evitar tener una comunidad enojada, aunque también puede ser todo lo contrario.

En la era de la interacción digital, la relación entre autor y público se ha vuelto más directa y demandante. “El trabajo no se limita a escribir, sino que un autor debe lidiar con su público, engancharlo y mantenerlo activo e interesado”. (Rodas, 2022, p.242). La publicación por entregas es una labor que ha permitido posicionar a varias escritoras en el mundo de la literatura, Beth Reekles con *The Kissing Booth*, *Perfectos mentirosos* de Alex Mírez, *After* de Anna Todd, etc. Cuando un libro en formato físico lleva consigo el logo de Wattpad es porque tiene sus raíces de dicha plataforma, estos son libros que mediante su popularidad en la plataforma lograron alcanzar su forma impresa.

Este tipo de publicaciones genera expectativas y suspenso en sus lectores, es una experiencia única el hecho de darle seguimiento a una historia a través de capítulos publicados periódicamente, comentando casi en tiempo real las opiniones respecto a la narrativa.

La lectura no solo corresponde a una práctica académica o intelectual, sino que también representa una actividad ligada directamente a la vida cotidiana, donde se destacan los libros impresos hasta los libros digitales que circulan en redes y pantallas. La práctica de lectura forma parte de la cotidianidad de las personas que se informan, entretienen, y que construyen una identidad a través de comunidades y espacios culturales. La lectura es una práctica social dinámica que, a pesar de los cambios tecnológicos, continúa siendo un elemento fundamental en la configuración de significados y en la manera en que la sociedad se comprende a sí misma.

Referencias

- Arcos, Y. (17 de septiembre de 2025). *Cafebrería El Péndulo de Polanco es más bonita que algunas librerías de Londres y Nueva York: está en el top 5 de las más bellas en el mundo*. Obtenido de CDMX Secreta: <https://cdmxsecreta.com/cafebreria-el-pendolo-polanco-mas-bonita-del-mundo/>
- Benchimol, D. (19 de agosto de 2023). *Entrevista: Daniel Benchimol*. Obtenido de Bitácora El Hablador: <https://elhablador.com/blog/2023/08/19/entrevista-daniel-benchimol/>
- Benítez, A. S., & Vigil, J. M. (2020). Herramientas y métricas aplicadas al marketing editorial: del big data a la inteligencia artificial. *Scire: Representación Y organización Del Conocimiento*, 35-46.
- Betancourt, C. (16 de Julio de 2023). *Aumenta el mercado mundial de libros electrónicos*. Obtenido de RealEstate: <https://realestatemarket.com.mx/noticias/42268-aumenta-el-mercado-mundial-de-libros-electronicos>
- Biblioteca Palafoxiana. (2020). *Biblioteca Palafoxiana, lo espiritual prevalece*. Obtenido de <https://palafoxiana.com/biblioteca/>
- Biblioteca Vasconcelos. (s.f.). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://bibliotecavasconcelos.gob.mx/index.php>
- Bley, C. (septiembre de 2025). *¿Lector o posero? Ideas sobre la lectura performativa*. Obtenido de Libra: <https://www.revistalibra.cl/revista/lector-o-posero-ideas-sobre-la-lectura-performativa>
- Café con autores. (2021). Obtenido de <https://www.cafeconautores.com.mx/>
- Cafebrería El Péndulo. (2026). Recuperado el 22 de 01 de 2026, de <https://pendulo.com/index.php>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (s. f.). *Ley de Fomento para la Lectura y el Libro*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFLL.pdf>
- CANIEM. (06 de 2025). *Panorama de la Producción Editorial en México 2024: Datos Clave del ISBN*. Obtenido de https://caniem.org/wp-content/uploads/2025/06/DataDossier_PANORAMA-DE-LA-PRODUCCION-EDITORIAL_jun2025.pdf
- Castellary, A. C. (2010). Perspectivas de la cultura digital. 103-115.

- Chartier, R. (2018). *Las revoluciones de la cultura escrita*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Chartier, R. (2021). *Libro, lectura y cultura escrita. Breve diccionario oral*. Madrid: Trama Editorial.
- Digital Monterrey. (20 de octubre de 2025). *FIL Monterrey 2025 cierra con récord de asistencia: 360 mil visitantes*. Obtenido de Players of Life: <https://playersoflife.com/monterrey/fil-monterrey-asistencia-2025/>
- Espinoza, N., & Morales, O. A. (2002). El texto electrónico: ¿ la desaparición de lo impreso o la aparición de una nueva fuente de lectura? *Lectura y vida*, 14-25.
- FIL Guadalajara. (2025). Obtenido de Feria Internacional del Libro de Guadalajara: https://www.fil.com.mx/info/info_fil.asp
- Ginzburg, C. (1981). El queso y los gusanos. El cosmos según un molinero del siglo XVI.
- Giraldo, L. S., & Fernández, R. C. (2020). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *Profesional de la Información*.
- Gobierno de México. (12 de abril de 2026). *Estrategia Nacional de Lectura*. Obtenido de <https://estrategianacionaldelectura.sep.gob.mx/>
- goodreads. (s.f.). Obtenido de <https://www.goodreads.com/about/us>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024, 23 de abril). *Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2024. Comunicado de prensa núm. 235/24*. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/molec/molec2024.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2025, 18 de noviembre). *Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2025. Comunicado de prensa*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/molec/molec2025_CP.pdf
- Letras Laetas. (s.f.). Obtenido de <https://letraslaetas.com/>
- LibraryThing. (s.f.). Obtenido de <https://www.librarything.com/t/es>
- Librería Carlos Fuentes. (2025). *Sobre la Galería*. Obtenido de <https://www.libreriacarlosfuentes.mx/es/galeria>

- Mantilla, J. R. (17 de 01 de 2020). *El algoritmo desafía al instinto en la toma de decisiones editoriales*. Obtenido de El País: https://elpais.com/cultura/2020/01/15/actualidad/1579118144_664177.html
- Marqués, M. P. (2015). *Big Data: Técnicas, herramientas y aplicaciones*. Alfa Omega Grupo Editor.
- Mendoza, C. (16 de 12 de 2025). *La lectura performativa: del meme a la política*. Obtenido de Letras Libres: <https://letraslibres.com/cultura/literatura-christian-mendoza-la-lectura-performativa-del-meme-a-la-politica/16/12/2025/>
- México Desconocido. (1 de julio de 2025). *La Biblioteca Central de la UNAM, la joya de Ciudad Universitaria*. Obtenido de Arte y Artesanías: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/biblioteca-central-de-la-unam.html>
- Morales, J. C. (9 de septiembre de 2025). *Principales Ferias del Libro en México*. Obtenido de El Heraldo de México: <https://heraldodemexico.com.mx/opinion/2025/9/9/principales-ferias-del-libro-en-mexico-728553.html>
- Muñoz, J. C., & Álvarez, W. E. (2022). *El uso de textos electrónicos como estrategia didáctica para el desarrollo de habilidades de comprensión lectora en la enseñanza remota de emergencia*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/maest_docencia/775
- Oaxaca, F. d. (s.f.). *La FIL Oaxaca*. Obtenido de <https://www.filoaxaca.com/inicio>
- Proyecto451. (s.f.). Obtenido de <https://www.proyecto451.com/>
- Quiroga, R. (03 de 03 de 2025). *FIL Minería “está funcionando”, aseguran organizadores*. Obtenido de El Economista: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/fil-mineria-funcionando-aseguran-organizadores-20250303-748786.html>
- Rivera, N. (20 de octubre de 2025). *En su 25 edición la FIL Zócalo congregó a 1.3 millones de asistentes*. Obtenido de Proceso: <https://www.proceso.com.mx/cultura/2025/10/20/en-su-25-edicion-la-fil-zocalo-congrego-13-millones-de-asistentes-361182.html>
- Rodas, M. C. (2022). Wattpad y la nueva literatura por entregas en línea: análisis y uso de la plataforma. *Revista Letral*, 236-266.
- Salinas, J. G. (2017). Científico de datos: codificando el valor oculto e intangible de los datos. *Revista Digital Universitaria (RDU)*.

Secretaría de Cultura. (21 de enero de 2026). *SECRETARÍA DE CULTURA DEL GOBIERNO DE MÉXICO INSTALA EL CONSEJO NACIONAL DE FOMENTO PARA EL LIBRO Y LA LECTURA*. Obtenido de Secretaría de Cultura: <https://www.gob.mx/cultura/prensa/secretaria-de-cultura-del-gobierno-de-mexico-instala-el-consejo-nacional-de-fomento-para-el-libro-y-la-lectura?idiom=es>

SIC MÉXICO. (s.f.). *Palacio de Minería*. Obtenido de Gobierno de México: https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=centro_cultural&table_id=1092&disciplina=

Toapanta, N. A., Cruz, Y. M., & Fabara, K. M. (2025). El café literario como estrategia didáctica para el desarrollo de la escritura académica. *Revista Científica de Innovación Educativa y Sociedad Actual "ALCON"*, 36-45.

Universidad Panamericana. (02 de 12 de 2022). *Biblioteca Panamericana: Ideal para las nuevas generaciones*. Obtenido de <https://www.up.edu.mx/noticias/investigacion/biblioteca-panamericana-ideal-para-las-nuevas-generaciones/>

Universidad Panamericana. (02 de 12 de 2022). *Biblioteca Panamericana: Ideal para las nuevas generaciones*. Obtenido de <https://www.up.edu.mx/noticias/investigacion/biblioteca-panamericana-ideal-para-las-nuevas-generaciones/>

CONCLUSIONES

En conjunto, las ideas desarrolladas permiten comprender que el libro es el protagonista en el sector editorial, y que a través de este se generan espacios que convergen y se transforman de acuerdo con el contexto en que se encuentre. El ensayo tuvo como panorama principal el acercamiento a los elementos que conforman al mundo editorial, no solo se consideró la importancia del circuito económico del libro sino también la transición a la que se enfrenta con la inmersión de un entorno cada vez más digitalizado, donde la presencia de las redes sociales y plataformas digitales tienen impacto en la percepción de la sociedad ante las formas de difusión de la literatura.

El concepto de cultura y los elementos que lo componen se analizaron a lo largo del ensayo, de manera que hubo un acercamiento a la definición de esta, no solo se abordó a la cultura tradicional, sino que también a la digital como una forma de visibilizar la reconfiguración que tiene la sociedad a través del tiempo, se usaron bases teóricas de académicos como John Thompson y Raymond Williams, con la intención de mostrar que los postulados de dichos científicos sociales tienen impacto en la concepción de rubros sociales y culturales actuales y cómo se transforman con el paso del tiempo, repensar las ideas del historiador Roger Chartier fueron integradas como una forma de relacionar la cultura escrita en sus comienzos y la evolución que ha tenido en las últimas décadas.

Uno de los ejes principales del ensayo estuvo enfocado en conocer el circuito de producción editorial, el cual se presentó en dos escenarios, el primero aludiendo a las grandes empresas editoriales y por otro lado a los pequeños sellos editoriales que buscan un espacio en librerías y espacios de venta con recursos propios. Este aspecto tuvo la finalidad de mostrar la polaridad de la industria y generar una postura crítica de las obras que se leen y que se compran, es decir, si realmente son lo que queremos leer o si el mercado editorial se encarga de persuadirnos a los lectores para consumir algún tipo de narrativa en especial.

En el trabajo se realizó un análisis donde se hizo hincapié en la comunidad como un eje fundamental dentro de la sociedad, resaltando a las comunidades lectoras

tanto en espacios físicos como digitales, y la forma en que se crea un espacio de pertenencia y convivencia, donde se comparten saberes, gustos, libros y autores en común; elementos que están relacionados con la influencia de figuras públicas en el ámbito editorial, las cuales se encargan de dar críticas y recomendaciones sobre obras y sus creadores, en este sentido se propicia una reconfiguración del rol del lector, ya que pasa de ser un receptor pasivo a un actor activo dentro de una red donde prevalece la interacción. Este fenómeno fomenta sociedades conectadas y participativas, donde la literatura funciona como un vehículo que valida la diversidad de perspectivas y que promueve el aprendizaje colaborativo.

Por otro lado, se evidenció el papel de las tecnologías y la Inteligencia Artificial dentro del proceso editorial, ya que las empresas de este sector la ocupan como una herramienta para mejorar procesos, sin embargo, es importante cuestionar el alcance que tiene la implementación de dichos recursos en el mercado editorial y cómo impactan en los lectores y autores, ya sea en el proceso creativo, cuando se adquiere un ejemplar o cuando las empresas llevan a cabo el análisis de datos.

Tras analizar el campo editorial de una forma profunda y enfatizando en diferentes puntos que lo conforman, pude reflexionar sobre los elementos que hacen posible la producción y distribución de un libro, y no solo hablando del físico, sino también de los digitales, así como los actores que intervienen en la difusión de libros, este trabajo permitió expandir mi perspectiva respecto a la manera en que funciona el mercado y sector editorial, siendo consciente de las tendencias que generan las redes digitales y el mercado editorial.

Es importante mencionar que la Comunicación funge como un vehículo en el que los modos de producción y distribución editorial se interrelacionan, así como los actores sociales que hacen posible dichos procesos editoriales. Visualizar al ecosistema del libro desde una perspectiva de comunicóloga me permitió comprender que el mercado del libro también se rige bajo demandas de los lectores pero que también responden a tendencias digitales que son base de para la interacción de los gestores culturales que se desarrollan en espacios virtuales. Por otro lado, se reconoce que existen brechas literarias físicas y digitales que limitan el

acceso a la cultura escrita, generando desconexión en aquellos que no tienen las herramientas necesarias para obtener ese tipo de conocimiento.

Comprender que existe una dualidad perenne dentro de la sociedad y las formas de acceder a espacios culturales y lo que a ellos respecta, permite identificar las deficiencias que no solo tiene el sistema, sino también las áreas de oportunidad que posee la sociedad para lograr entornos donde la lectura se vuelva una práctica común y no un hecho aislado. La responsabilidad social y la incentivación de la lectura y el acceso a libros se vuelve una misión de la sociedad, en donde se busca democratizar este hecho.

FUENTES DE CONSULTA

Arcos, Y. (17 de septiembre de 2025). *Cafebrería El Péndulo de Polanco es más bonita que algunas librerías de Londres y Nueva York: está en el top 5 de las más bellas en el mundo*. Obtenido de CDMX Secreta:
<https://cdmxsecreta.com/cafebreria-el-pendolo-polanco-mas-bonita-del-mundo/>

Arellano, G. (18 de abril de 2023). *INDAUTOR: qué es y cómo protege tus contenidos digitales*. Obtenido de Legal y Digital:
<https://www.legaldigital.mx/blog/post/indautor-que-es-y-como-protege-tus-contenidos-digitales>

Barbero, J. M. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Barroso, J. A. (2023). El autor en línea. Las plataformas digitales y los procesos de autopublicación en las industrias editoriales mexicanas. *Las ciencias sociales en pos-pandemia*, 27-44.

Benchimol, D. (19 de agosto de 2023). *Entrevista: Daniel Benchimol*. Obtenido de Bitácora El Hablador: <https://elhablador.com/blog/2023/08/19/entrevista-daniel-benchimol/>

Benítez, A. S., & Vigil, J. M. (2020). Herramientas y métricas aplicadas al marketing editorial: del big data a la inteligencia artificial. *Scire: Representación Y organización Del Conocimiento*, 35-46.

Benjamín, W. (1936). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica.

Betancourt, C. (16 de Julio de 2023). *Aumenta el mercado mundial de libros electrónicos*. Obtenido de RealEstate:
<https://realestatemarket.com.mx/noticias/42268-aumenta-el-mercado-mundial-de-libros-electronicos>

Biblioteca Palafoxiana. (2020). *Biblioteca Palafoxiana, lo espiritual prevalece*. Obtenido de <https://palafoxiana.com/biblioteca/>

Biblioteca Vasconcelos. (s.f.). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://bibliotecavasconcelos.gob.mx/index.php>

Bley, C. (Septiembre de 2025). *¿Lector o posero? Ideas sobre la lectura performativa*. Obtenido de Libra: <https://www.revistalibra.cl/revista/lector-o-posero-ideas-sobre-la-lectura-performativa>

- Bocciolesi, E. (2014). E-Book, re-mediación y e-literacy. Evolución y desarrollo del libro electrónico en una perspectiva digital. *álabe. Revista de la Red de Universidades Lectoras*, 15.
- Café con autores. (2021). Obtenido de <https://www.cafeconautores.com.mx/>
- Cafebrería El Péndulo. (2026). Recuperado el 22 de 01 de 2026, de <https://pendulo.com/index.php>
- CANIEM. (06 de 2025). *Panorama de la Producción Editorial en México 2024: Datos Clave del ISBN*. Obtenido de https://caniem.org/wp-content/uploads/2025/06/DataDossier_PANORAMA-DE-LA-PRODUCCION-EDITORIAL_jun2025.pdf
- Castellary, A. C. (2010). Perspectivas de la cultura digital. 103-115.
- Cerdá, E., & Khalilova, A. (2016). Economía circular. *Economía Industrial*, 11-20.
- Chartier, R. (2018). *Las revoluciones de la cultura escrita*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Chartier, R. (2021). *Lectura y cultura escrita. Breve diccionario oral*.
- Chartier, R. (2021). *Libro, lectura y cultura escrita. Breve diccionario oral*. Madrid: Trama Editorial.
- De la Selva, A. (2019). Escenarios y desafíos de la ciudadanía digital en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*.
- Digital Monterrey. (20 de octubre de 2025). *FIL Monterrey 2025 cierra con récord de asistencia: 360 mil visitantes*. Obtenido de Players of Life: <https://playersoflife.com/monterrey/fil-monterrey-asistencia-2025/>
- Encuadre. (12 de 11 de 2014). Obtenido de El contexto de la industria editorial: <https://encuadre.org/el-contexto-de-la-industria-editorial/>
- Escalonilla, G. G. (2005). *El libro y la industria editorial*. Fundación Alternativas.
- Espinasa, J. M. (2011). Las editoriales independientes: una resistencia cultural. *Revista Casa del Tiempo*, 9-12.
- Espinoza, N., & Morales, O. A. (2002). El texto electrónico: ¿ la desaparición de lo impreso o la aparición de una nueva fuente de lectura? *Lectura y vida*, 14-25.
- Estupiñán, J., Vázquez, M. Y., Palacios, A. J., & Ojeda, Y. E. (2021). Inteligencia artificial y propiedad intelectual. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(S3), 232-368.

- FIL Guadalajara. (2025). Obtenido de Feria Internacional del Libro de Guadalajara:
https://www.fil.com.mx/info/info_fil.asp
- Fundación Telefónica. (2023). Identidad digital: El usuario nuevo en el mundo digital. *Ariel*, 7-20.
- Giménez, G. (2005). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. México: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Ginzburg, C. (1981). El queso y los gusanos. El cosmos según un molinero del siglo XVI.
- Giraldo, L. S., & Fernández, R. C. (2020). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *Profesional de la Información*.
- Gobierno de México. (12 de abril de 2026). *Estrategia Nacional de Lectura*. Obtenido de <https://estrategianacionaldelectura.sep.gob.mx/>
- González, N. (2007). *Bauman, Identidad y comunidad*. Guadalajara: Espiral.
- González, R. T., & López, G. Á. (2018). La identidad digital de los adolescentes: usos y riesgos de las Tecnologías de la Información y Comunicación. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*.
- goodreads. (s.f.). Obtenido de <https://www.goodreads.com/about/us>
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- Letras Laetas. (s.f.). Obtenido de <https://letraslaetas.com/>
- LibraryThing. (s.f.). Obtenido de <https://www.librarything.com/t/es>
- Librería Carlos Fuentes. (2025). *Sobre la Galería*. Obtenido de <https://www.libreriacarlosfuentes.mx/es/galeria>
- López, J. S. (2011). SOCIEDAD DEL ENTRETENIMIENTO (2): Construcción socio-histórica, definición y caracterización de las industrias que pertenecen a este sector. *Revista Luciérnaga*, 6-16.
- Mantilla, J. R. (17 de 01 de 2020). *El algoritmo desafía al instinto en la toma de decisiones editoriales*. Obtenido de El País:
https://elpais.com/cultura/2020/01/15/actualidad/1579118144_664177.html
- Marchioni, M. (1999). *Comunidad, participación y desarrollo*. Madrid: Editorial Popular, S.A.

- Marqués, M. P. (2015). *Big Data: Técnicas, herramientas y aplicaciones*. Alfa Omega Grupo Editor.
- Meirinhos, M., & Osório, A. (2009). Las comunidades virtuales de aprendizaje: el papel central de la colaboración. *Pixel-Bit Revista de Medios y Educación*, 45-60.
- Mendoza, C. (16 de 12 de 2025). *La lectura performativa: del meme a la política*. Obtenido de Letras Libres: <https://letraslibres.com/cultura/literatura-christian-mendoza-la-lectura-performativa-del-meme-a-la-politica/16/12/2025/>
- México Desconocido. (1 de julio de 2025). *La Biblioteca Central de la UNAM, la joya de Ciudad Universitaria*. Obtenido de Arte y Artesanías: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/biblioteca-central-de-la-unam.html>
- Mitchell, K. (14 de 12 de 2022). *El gesto algorítmico: la MEMORIA de Sougwen Chung*. Obtenido de V&A: <https://www.vam.ac.uk/blog/digital/the-algorithmic-gesture-sougwen-chungs-memory>
- Morales, J. C. (9 de septiembre de 2025). *Principales Ferias del Libro en México*. Obtenido de El Herald de México: <https://heraldodemexico.com.mx/opinion/2025/9/9/principales-ferias-del-libro-en-mexico-728553.html>
- Muñoz, J. C., & Álvarez, W. E. (2022). *El uso de textos electrónicos como estrategia didáctica para el*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/maest_docencia/775
- Murolo, N. L. (2010). Cuatro conceptos para interpretar el cruce entre digitalización y sociedad . *KAIROS, Revista de Temas Sociales*, 1-13.
- Natal, A., Benitez, M., & Ortiz, G. (2014). *Ciudadanía digital* . México: Juan Pablos Editor.
- Nodals, C. L. (2024). La escritura frente a los textos que produce la inteligencia artificial. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 225-233.
- Oaxaca, F. d. (s.f.). *La FIL Oaxaca*. Obtenido de <https://www.filoaxaca.com/inicio>
- Proyecto451. (s.f.). Obtenido de <https://www.proyecto451.com/>
- Quijano, P. R. (2018). Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina. *Revista Chasqui*.
- Quiroga, R. (03 de 03 de 2025). *FIL Minería “está funcionando”, aseguran organizadores*. Obtenido de El Economista:

<https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/fil-mineria-funcionando-aseguran-organizadores-20250303-748786.html>

Red de Defensa de los Derecho Digitales. (19 de 01 de 2021). *Un siglo de espera en México para entrar al dominio público*. Obtenido de <https://r3d.mx/2021/01/19/un-siglo-de-espera-en-mexico-para-entrar-al-dominio-publico/>

Rivera, N. (20 de octubre de 2025). *En su 25 edición la FIL Zócalo congregó a 1.3 millones de asistentes*. Obtenido de Proceso: <https://www.proceso.com.mx/cultura/2025/10/20/en-su-25-edicion-la-fil-zocalo-congrego-13-millones-de-asistentes-361182.html>

Rodas, M. C. (2022). Wattpad y la nueva literatura por entregas en línea: análisis y uso de la plataforma. *Revista Letral*, 236-266.

Romero, D. L. (2013). De lo analógico a lo hipermedia: vías de entrada a la literatura digital. *Alicante : Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*, 269-290.

Salinas, J. G. (2017). Científico de datos: codificando el valor oculto e intangible de los datos. *Revista Digital Universitaria (RDU)*.

Schaffer, A., Oremus, W., & Tiku, N. (27 de 01 de 2026). Inside an AI start-up's plan to scan and dispose of million of books. *The Whashington Post*.

Secretaría de Cultura. (21 de enero de 2026). *SECRETARÍA DE CULTURA DEL GOBIERNO DE MÉXICO INSTALA EL CONSEJO NACIONAL DE FOMENTO PARA EL LIBRO Y LA LECTURA*. Obtenido de Secretaría de Cultura: <https://www.gob.mx/cultura/prensa/secretaria-de-cultura-del-gobierno-de-mexico-instala-el-consejo-nacional-de-fomento-para-el-libro-y-la-lectura?idiom=es>

Serrano, D., & Silba, M. (2006). Juventud, identidad y experiencia. Las construcciones identitarias populares urbanas . *Urbanas*, 1-10.

Serrato, J. E. (2022). Fernanda Melchor y el mercado editorial de la literatura de entretenimiento. *Connotas. Revista de crítica y teoría literarias*, 35-60.

SIC MÉXICO. (s.f.). *Palacio de Minería*. Obtenido de Gobierno de México: https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=centro_cultural&table_id=1092&disciplina=

Silva, M. (2011). Identidades subalternas: Edad, clase, género y consumos culturales. *Ultima década* , 145-168.

Summarizer.org. (2026). Obtenido de <https://www.summarizer.org/>

- Téllez, E. C. (2017). Reflexiones en torno a una <<Ciudadanía digital>>. *Revista DOXA Digital*, 47-65.
- Thompson, I. (06 de 09 de 2015). *Definición de publicidad*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- Thompson, J. (1990). *Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de comunicación de masas*.
- Toapanta, N. A., Cruz, Y. M., & Fabara, K. M. (2025). El café literario como estrategia didáctica para el desarrollo de la escritura académica. *Revista Científica de Innovación Educativa y Sociedad Actual "ALCON"*, 36-45.
- Universidad Panamericana. (02 de 12 de 2022). *Biblioteca Panamericana: Ideal para las nuevas generaciones*. Obtenido de <https://www.up.edu.mx/noticias/investigacion/biblioteca-panamericana-ideal-para-las-nuevas-generaciones/>
- Universidad Panamericana. (02 de 12 de 2022). *Biblioteca Panamericana: Ideal para las nuevas generaciones*. Obtenido de <https://www.up.edu.mx/noticias/investigacion/biblioteca-panamericana-ideal-para-las-nuevas-generaciones/>
- Vallecillo, J. A. (2021). Inteligencia artificial: Discusiones e implicaciones actuales en materia de Derechos de Autor. *Revista de la Facultad de Derecho de México*(281), 55-79. doi:<http://10.22201/fder.24488933e.2021.281-1.80288>
- Vázquez, N. A. (27 de 06 de 2024). *El Apocalipsis literario: la Inteligencia Artificial sí escribe libros*. Obtenido de El Economista: <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/El-Apocalipsis-literario-la-Inteligencia-Artificial-si-escribe-libros-20240627-0028.html>
- Velázquez, G., & Koziura, D. (2019). La autopublicación digital y las tensiones en la cadena de valor en la industria del libro. *Revista Intercambios. La letra del encuentro*, 34-37.
- Williams, R. (1981). *Sociología de la cultura*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.
- Williams, R. (1988). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península.

ANEXOS

Anexo N° 1 Portada de Libro



Figura 1. Longarela, 2023

Anexo N° 2 Portada de Libro

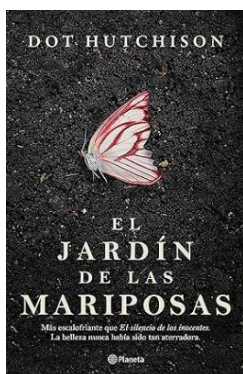


Figura 2. Hutchison, 2016

Anexo N° 3 Portada de Libro

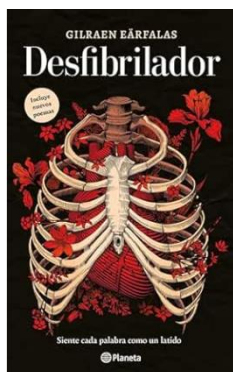


Figura 3. Eärfalas, 2025

Anexo N°4 Ilustración de publicidad



Figura 4. Publicidad de Librerías Gandhi

Anexo N°5 Captura de pantalla



Captura de pantalla 1. Recuperada de la cuenta de Instagram de Penguinlibros.mx, 2026

Anexo N°6 Tabla de contenido

Tabla 1. Herramientas de Inteligencia Artificial para la escritura creativa en el circuito editorial

Empresa	Producto	Funciones principales	Fase del circuito editorial
OpenAI	ChatGPT	- Redacción - Storytelling - Generación de ideas	Producción
Anthropic	Claude	- Escritura larga - Edición	Producción

		• Coherencia narrativa	
Google	Gemini	• Generación de texto • Investigación	Producción
Grammarly Inc	Grammarly	• Corrección gramatical, tono, claridad, estilo	Producción (Edición)
AIKTP	AI Writer	• Creación de artículos • Planificación de contenido • Publicación automatizada	Producción/Distribución
Sudowrite	Sudowrite	• Desarrollo narrativo • Expansión de ideas • Escritura de novelas	Producción
Toolgo	Toolgo	• Traducción • Resumen • Escritura • Asistencia multitarea	Producción/Consumo

Nota: Elaboración propia con base en el análisis de herramientas de IA en el circuito editorial.

Anexo N°7 Captura de pantalla



Captura de pantalla 2. Recuperada de la cuenta de TikTok de macmaravillosa, 2026

Anexo N°8 Captura de pantalla



Captura de pantalla 3. Recuperada de la cuenta de TikTok de macmaravillosa, 2026

Anexo N°9 Captura de pantalla



Captura de pantalla 4. Recuperada de la cuenta de TikTok de macmaravillosa, 2026

Anexo N°10 Captura de pantalla



Captura de pantalla 5. Recuperada del grupo de Facebook: “Los juegos del hambre: LOS DÍAS OSCUROS” (2020)

Anexo N°11 Captura de pantalla



Captura de pantalla 6. Recuperada del grupo de Facebook: “Los juegos del hambre: LOS DÍAS OSCUROS” (2020)

Anexo N°12 Captura de pantalla



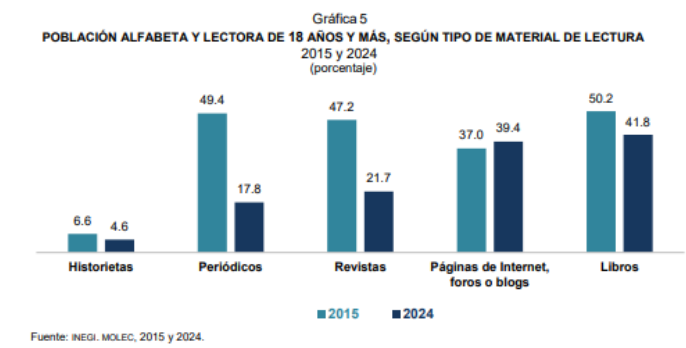
Captura de pantalla 7. Recuperada del grupo de Facebook: “Los juegos del hambre: LOS DÍAS OSCUROS” (2020)

Anexo N°13 Captura de pantalla



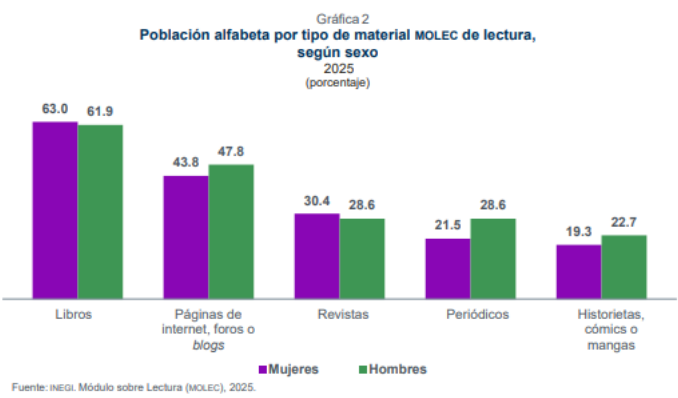
Captura de pantalla 8. Recuperada del grupo de Facebook: “Los juegos del hambre: LOS DÍAS OSCUROS” (2020)

Anexo N°14 Gráfica 1



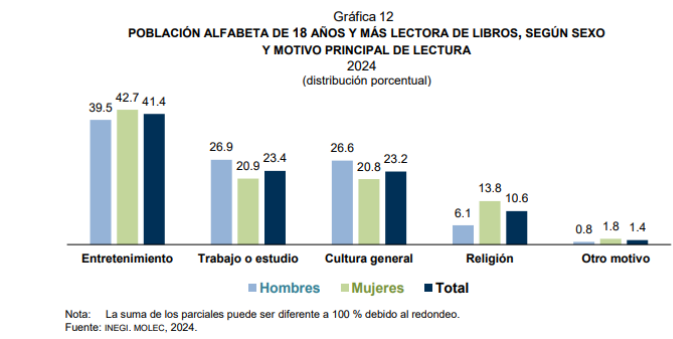
Gráfica 1: INEGI, MOLEC, 2015 y 2024

Anexo N°15 Gráfica 2



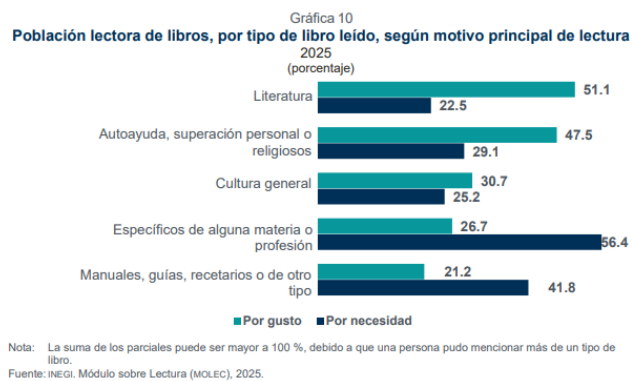
Gráfica 2. INEGI, Módulo sobre Lectura (MOLEC), 2025

Anexo N°15 Gráfica 3



Gráfica 3. INEGI, Molec, 2024

Anexo N°16 Gráfica 4



Gráfica 4. Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2025