

Los avances del libro digital en España

Los metadatos en el mundo digital del libro

Jesús Peraita, Neturity SL, DILVE

Madrid, 19 octubre 2010 - Barcelona, 21 octubre 2010

Telefonica



FEDERACIÓN DE GREMIOS
DE EDITORES DE ESPAÑA

Análisis histórico

- Conveniencia de un *análisis histórico* del sector de la edición
- Francia en el Siglo XIX como *origen del actual equilibrio* de fuerzas en la cadena del libro
- Entre 1800-1850 el mundo del libro sufre una *transformación radical* en Francia
- La *esencia* de los problemas es *muy similar* a los actuales



H. de Balzac

Les illusions perdues (1837-1843)

- Historia de *Lucien* (poeta/periodista) y *David* (impresor)
- Retrato muy fiel de los cambios en el mundo del libro en el XIX

Francia 1800-1850

Cambios drásticos en el mundo del libro

- **Motivos *variados*, no solo tecnológicos**
 - Técnicos: Máquina de vapor, avances en metalurgia, imprentas rápidas, fabricación de papel...
 - Sociales: Cambios paralelos con los producidos durante la Revolución de 1789, nuevos lectores, nuevas formas de lectura...
 - Económicos / Financieros: Nuevas formas de acceso a los capitales y a la financiación de inversiones...
 - Legales: Desaparición del régimen de privilegios, transformaciones en las estructuras gremiales, importancia creciente de los derechos del autor...
- ***Revolución en la cadena del libro***
 - Termina el modelo de la cadena de valor del libro basada en los impresores / librerías que venden directamente su producción
- **Aparece la figura de la *editorial***
 - Surge la figura de la casa editorial como elemento central de la cadena. Ni imprime ni vende directamente.
- **Importancia creciente del *autor***
 - Se empiezan a reconocer legalmente los derechos reales del autor sobre su producción

Francia 1800-1850

Nuevos modelos en el sector editorial

- **De producción**
 - Nuevos procedimientos de impresión, tiradas muy altas, asunción de altos riesgos financieros por parte de los editores.
- **De consumo**
 - Cambios en los hábitos de lectura. Se empieza a leer durante los viajes (ferrocarril frente a diligencia). Gradual desaparición de los gabinetes de lectura. Incorporación de nuevas tipologías de lectores (p.ej. mujeres).
- **De promoción**
 - Carteles en las calles. Escaparates en librerías. Anuncios en periódicos. Ofertas comerciales. Colecciones dirigidas a públicos específicos. Papel importante de la crítica.
- **De distribución**
 - Mejoras en los medios de transporte. Aparece la figura del distribuidor (o de los centros mayoristas). Abaratamiento de costes.
- **De venta**
 - Venta a comisión en numerosas librerías. Cadenas propias de librerías. Puntos de venta en ubicaciones estratégicas (Hachette / ferrocarriles). Posibilidad de hojear y mirar los libros antes de comprarlos.

España 2000- 2010

Nuevos modelos en el sector editorial

- De producción
- De consumo
- De promoción
- De distribución
- De venta

- Los mismos elementos que en el Siglo XIX alteraron el equilibrio de roles y actores de la cadena del libro, reaparecen como *consecuencia de la irrupción de lo digital* en el mundo editorial.

- Es inevitable una *nueva transformación drástica* en el equilibrio de fuerzas y responsabilidades entre los actores de la cadena del libro, en el Siglo XXI.

- Este efecto va a marcar los cambios en el sector, *más que la posible pérdida de protagonismo del libro impreso*.

España 2000- 2010

Cambios profundos en el mundo del libro

- *Tensiones* en el modelo de la cadena de valor heredada del siglo XIX
- Agentes desestabilizadores *variados*
- Influencia global del *fenómeno digital*
- Evolución hacia *nuevos modelos* en la cadena de valor del libro

Cuatro categorías de cambios



- Transformación de la *cadena de valor* del libro en una *red de valor* del libro
- Aparición de *nuevos actores*, directamente relacionados con la tecnología digital
- *Resurgimiento de modelos* de producción basados en la *micro-edición*
- *Desmaterializaciones* del libro

Desmaterializaciones del libro

- Libro *digital*: desmaterializado al 100%
- Libro *impreso*: desmaterialización *parcial*
 - En los procesos de producción
 - En los procesos de difusión
 - En los procesos de venta
- El libro, incluso impreso, *dejará de ser su propio mensajero*
- El libro se conocerá *a través de sus metadatos*
- El lector *elegirá* los libros sin haberlos tocado

Los metadatos como *libros virtuales*

- Distribución ágil y relativamente barata
- Desaparecen las fronteras
- Los metadatos deben:
 - Entenderse en cualquier contexto
 - Variedad de mecanismos de distribución
 - Utilización de estándares tanto de formatos como de contenidos
 - Ser gestionados adecuadamente
 - Estar actualizados
- El gestor de los metadatos *controlará el mercado* en un mundo digital

Metadatos: los grandes interrogantes

- ¿Quién los *produce*?
- ¿Quién los *gestiona*?
- ¿Quién y cómo los *distribuye*?
- ¿Quién y cómo los *consume*?



Pero... ¿de quién son los metadatos?

- La *editorial debe mantener siempre la propiedad* y el control de sus metadatos
 - Son una parte fundamental de su activo
- La *distribución* de metadatos puede ser una operación *compleja*, desde el punto de vista técnico
- Las editoriales *no pueden asignar* todos los recursos necesarios para la distribución de sus metadatos
- Oportunidad de DILVE

DILVE como *distribuidor* de metadatos

- DILVE *no* es una base de datos tradicional
 - Los datos de DILVE son *una réplica* de los que cada editorial tiene en sus sistemas
 - DILVE puede *transformar* formatos pero *no contenidos*
- DILVE es un *distribuidor de metadatos*
 - Estos son propiedad y *responsabilidad* de las editoriales
 - DILVE no gestiona datos propios, sino que lo hace siempre *en nombre de* la editorial
- DILVE está basado en estándares *internacionales*
 - ONIX, Materias BIC...
- La adopción *correcta* de ONIX por el sector es *fundamental*
 - ONIX es un estándar complejo que admite distintas interpretaciones

DILVE: *extensión funcional* de las editoriales

- Los datos de DILVE son una *réplica* de los datos de las editoriales:
 - La *gestión de la calidad*, consistencia y actualización de los datos es *responsabilidad de cada editorial*
- La *calidad de los datos en DILVE* es una *réplica* de la calidad de los datos en las editoriales
 - La exposición pública de los datos de las editoriales redundara en un aumento de su calidad
- La editorial puede utilizar DILVE para añadir funcionalidad *a sus propios datos*
 - Cuando la editorial utiliza alguno de los servicios de DILVE (ISBN, Enclave, Libranda, ANELE...) lo hace sobre sus propios datos, *como si trabajara en local*

Volatilidad de los metadatos



- **Datos inherentemente inestables**
 - Cambios: estado, precios...
 - Correcciones de datos
 - Evolución en datos: premios, críticas...
 - Ubicaciones de elementos en la web: URL, etc
- **Será necesario**
 - Establecer procesos específicos de actualización
 - Utilizar mecanismos alternativos cuando existan
 - URL permanentes, ISBN- A, DOI...

Conclusión



En los entornos de comunicación
"El medio es el mensaje"
(Marshall McLuhan)

En el *mundo digital*

"El metadato es el libro"