

USOS Y PERCEPCIONES

Navegando

DE LA IA GENERATIVA

lo incierto

**EN EL SECTOR EDITORIAL
IBEROAMERICANO**

Autores: **Alejandro Dujovne**

Valentina Cuneo

José Diego González Mendoza



cerlalc

Bajo los auspicios

de la UNESCO

Centro Regional para el
Fomento del Libro en América
Latina y el Caribe



**Centro de Estudios y
Políticas Públicas del Libro
EIDAES-SCCyT_UNSAM**

**Centro Regional para el Fomento del Libro
en América Latina y el Caribe - Crlalc**

Margareth Menezes

Ministra de Cultura de Brasil

Presidenta del Consejo

Ernest Urtasun Domenèch

Ministro de Cultura de España

Presidente del Comité Ejecutivo

Margarita Cuéllar Barona

Directora

Francisco Thaine

Subdirector general

María Fernanda de la Ossa

Secretaria general

Jeimy Hernández Toscano

Directora técnica de Lectura,

Escritura y Bibliotecas

José Diego González M.

Director técnico de Ecosistema Editorial

NAVEGANDO LO INCIERTO: USOS Y PERCEPCIONES DE LA IA GENERATIVA EN EL SECTOR EDITORIAL IBEROAMERICANO

Junio de 2025

ISBN (PDF): 978-958-671-279-8

Publicado por

**Centro Regional para el Fomento del Libro
en América Latina y el Caribe – Cерлalc**

Calle 70 n° 9-52

cerlalc@cerlalc.org • www.cerlalc.org

Bogotá, D.C., Colombia

Autores

Alejandro Dujovne

Valentina Cuneo

José Diego González Mendoza

Despliegue del cuestionario y procesamiento de información

Francisco Leonardo Pérez

Colaboradores

Xiluén Zenker

Fernando Pascual

Coordinación editorial

Daniela Abella

Corrección de estilo

Isadora González

Ojo de Lupa Editores

Diseño y diagramación

Natalia Ayala Pacini

estudiocasual.co



Esta publicación está disponible bajo la licencia
Atribución/Reconocimiento-NoComercial-SinDerivados
4.0 (CC BY-NC-ND 4.0) ([https://creativecommons.org/
licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es))

ORGANIZACIONES ALIADAS

Internacionales: International Federation of Reproduction Rights Organisations, International Authors Forum | **América Latina y el Caribe:** Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe, Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina | **Argentina:** Asociación Argentina de Traductores e Intérpretes, Asociación de Dibujantes de Argentina, Cámara Argentina de Librerías Independientes, Cámara Argentina de Publicaciones, Cámara Argentina del Libro, Centro de Administración de Derechos Reprográficos de Argentina, Feria de Editores, Fundación El Libro, Hay Futura, Red de Editoriales de Universidades Privadas, Red de Editoriales Universitarias Nacionales, Territorio y Producción Editorial Organizada, Unión de Escritores | **Chile:** Editoriales de Chile, Cámara Chilena del Libro, Furia del Libro | **Colombia:** Cámara Colombiana del Libro, Cámara Colombiana de la Edición Independiente, Asociación Colombiana de Librerías Independientes, Asociación Colombiana de Literatura Infantil y Juvenil, Asociación Colombiana de Traductores, Terminólogos e Intérpretes | **Ecuador:** Cámara Ecuatoriana del Libro | **España:** Federación de Gremios de Editores de España, Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros, Unión de Editoriales Universitarias Españolas, Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones | **Guatemala:** Asociación Gremial de Editores de Guatemala, Universidad Rafael Landívar - Editorial Cara Parens | **México:** Asociación Mexicana de Ilustradores, Asociación Mexicana de Traductores Literarios, Sociedad de Escritores de México, Coalición por el Acceso Legal a la Cultura, A Leer / IBBY México, Liga de Librerías Independientes, Asociación de Librerías de México; Red de Librerías Independientes, Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Centro Mexicano de Protección y Fomento a los Derechos de Autor, Sociedad de Autores de Obras Visuales, Red de Editoriales Universitarias y Académicas de México | **Perú:** Editoriales Independientes del Perú, Cámara Peruana del Libro | **Uruguay:** e'a! Festival de Ilustración, Cámara Uruguaya del Libro.

	Presentaciones p. 8
	Introducción p. 12
01 [↗]	Metodología p. 16
02 [↗]	Perfil sociodemográfico de los encuestados p. 18
03 [↗]	¿Se está utilizando la IA generativa en el ecosistema editorial iberoamericano? p. 26
04 [↗]	¿Para qué se está utilizando la IA generativa? p. 37
05 [↗]	Oportunidades, impactos y preocupaciones: la mirada de los actores del sector p. 51
06 [↗]	Conclusiones: desafíos, responsabilidades y estrategias sectoriales frente a la IA p. 69
	Referencias p. 72

LISTA DE GRÁFICAS		
GRÁFICA 1	Número de respuestas por país	p.19
GRÁFICA 2	Proporción de personas encuestadas según el género con el que se identifican	p.19
GRÁFICA 3	Proporción de personas encuestadas según el rol principal y el género	p.20
GRÁFICA 4	Respuestas por frecuencia de edad	p.21
GRÁFICA 5	Nivel de estudios alcanzado por las personas encuestadas	p.21
GRÁFICA 6	Rol principal desempeñado en el sector	p.22
GRÁFICA 7	Rol principal y años de experiencia en el sector	p.23
GRÁFICA 8	Modos de vinculación laboral	p.24
GRÁFICA 9	Situación laboral de quienes escriben	p.24
GRÁFICA 10	Uso de herramientas de la generativa en el trabajo	p.27
GRÁFICA 11	Disposición a utilizar herramientas de IA generativa entre quienes no la han usado	p.27
GRÁFICA 12	Uso de herramientas de IA generativa por país de residencia	p.28
GRÁFICA 13	Uso de la IA generativa por década de nacimiento	p.28
GRÁFICA 14	Reemplazar por: Familiaridad con la IA generativa	p.29
GRÁFICA 15	Familiaridad con la IA generativa por década de nacimiento	p.29
GRÁFICA 16	Familiaridad con la IA generativa según el rol	p.30
GRÁFICA 17	Capacitación en el uso de herramientas de IA generativa	p.30
GRÁFICA 18	Capacitación en el uso de herramientas de IA generativa según el rol	p.31
GRÁFICA 19	Uso de herramientas de IA generativa según rol	p.33
GRÁFICA 20	Disposición a utilizar herramientas de IA generativa, entre quienes no la han usado, según el rol	p.34
GRÁFICA 21	Frecuencia de uso de la IA generativa	p.38
GRÁFICA 22	Frecuencia de uso de la IA generativa según el rol	p.38
GRÁFICA 23	Tipo de versión utilizada de IA generativa	p.39
GRÁFICA 24	Objetivos de uso de IA generativa	p.39
GRÁFICA 25	Objetivos de uso de la IA generativa según el rol	p.40
GRÁFICA 26	Principales tareas para las que se usa IA generativa	p.41
GRÁFICA 27	Principales tareas para las que se ha empleado la IA generativa (escritor/a, ilustrador/a y traductor/a)	p.42
GRÁFICA 28	Principales tareas para las que se ha empleado la IA generativa (editor/a, corrector/a - editor/a y diseñador/a)	p.42
GRÁFICA 29	Impacto de la IA en la cantidad de trabajo según el rol	p.44

GRÁFICA 30	Uso de IA generativa por pedido de editoriales o empresas	p.45
GRÁFICA 31	Uso de herramientas de IA generativa en libros publicados según rol principal	p.46
GRÁFICA 32	Uso de herramientas de IA generativa en libros publicados en alguna etapa del proceso editorial (Editores/as)	p.46
GRÁFICA 33	Veinte motores de IA generativa más usados	p.47
GRÁFICA 34	Desafíos o inconvenientes para el uso de herramientas digitales	p.48
GRÁFICA 35	Frecuencia de actualización sobre nuevas herramientas tecnológicas	p.49
GRÁFICA 36	Frecuencia de actualización sobre nuevas herramientas tecnológicas según el rol	p.50
GRÁFICA 37	Beneficios percibidos del uso de IA generativa para el sector del libro	p.52
GRÁFICA 38	Percepciones sobre el impacto de la IA generativa en el futuro del sector editorial	p.53
GRÁFICA 39	Percepciones sobre el impacto de la IA generativa en el futuro del sector editorial según el rol	p.54
GRÁFICA 40	Percepciones sobre el impacto de la IA generativa en el trabajo creativo realizado por humanos	p.54
GRÁFICA 41	Percepciones sobre el impacto de la IA generativa en el trabajo creativo realizado por humanos según el rol	p.55
GRÁFICA 42	Grado de preocupación por infracciones al derecho de autor según el rol	p.57
GRÁFICA 43	Grado de preocupación por pérdidas de empleos según el rol	p.58
GRÁFICA 44	Grado de preocupación por el impacto en la diversidad de actores que conforman el sector según el rol	p.59
GRÁFICA 45	Grado de preocupación por la disminución de la calidad según el rol	p.60
GRÁFICA 46	Grado de preocupación por la estandarización de contenidos según el rol	p.61
GRÁFICA 47	Grado de preocupación por los sesgos en los resultados generados por IA según el rol	p.62
GRÁFICA 48	Percepción sobre la necesidad de regulación para el uso de IA generativa	p.64
GRÁFICA 49	Percepción sobre la necesidad de regulación para el uso de IA generativa según el rol	p.65
GRÁFICA 50	Organizaciones que deberían participar en la formulación de la regulación del uso de la IA generativa en la industria editorial	p.65
GRÁFICA 51	Mecanismos para promover transparencia y responsabilidad en el uso de la IA generativa en el sector editorial	p.66
GRÁFICA 52	Grado de acuerdo con afirmaciones sobre compensación, reconocimiento y consentimiento para autoras o autores y titulares de derechos	p.68

Presentaciones

¿Qué implica para el sector editorial la irrupción de una tecnología capaz de generar, moldear, editar, corregir y traducir texto, como ocurre con los modelos de lenguaje de gran escala? Cuando el Foro Económico Mundial advierte que cerca del 60% del tiempo de trabajo, en términos globales, se dedica a tareas relacionadas con el lenguaje, resulta inevitable preguntarse qué efectos podría tener esta transformación en un campo donde dichas tareas no son accesorias, sino sustantivas.

Nos encontramos frente a una tecnología de enorme potencial, pero también de alto riesgo. La inteligencia artificial generativa puede optimizar procesos de producción y distribución del libro; facilitar el acceso a los contenidos para personas con discapacidad, y ofrecer formas más eficaces de acercar los libros a audiencias cada vez más fragmentadas. Incluso puede abrir nuevos caminos para la creación. Pero, al mismo tiempo, supone enormes desafíos y peligros: puede poner en riesgo algunos empleos, profundizar la concentración del mercado en pocas manos, vulnerar los derechos de autoría y reforzar sesgos estructurales. Todo esto sin tener en cuenta el daño ambiental considerable que ya está ocasionando su uso.

Con el propósito de aportar elementos concretos a una discusión que ha oscilado entre el asombro y el temor, entre el entusiasmo y el rechazo, el Cerlalc, en alianza con el Centro de Estudios y Política Pública del Libro de la Universidad Nacional de San Martín (Argentina), implementó en el último trimestre de 2024 una encuesta orientada a conocer el modo en que personas involucradas en la creación, producción y circulación del libro están utilizando —o considerando utilizar— las herramientas de inteligencia artificial generativa. El estudio indagó en los usos actuales, en los objetivos que se persiguen con estas herramientas y en las tareas para las que se aplican, así como en las expectativas y preocupaciones que despiertan.

Los resultados, que reflejan una participación significativa en número y diversidad de perfiles, permiten establecer un primer diagnóstico de la relación entre la inteligencia artificial generativa y el ecosistema editorial en Iberoamérica. Sobre todo, ofrecen una base sólida para sostener una conversación informada que reconozca tanto los riesgos como las oportunidades de esta tecnología, con miras a propiciar un uso responsable.



Este esfuerzo de análisis y reflexión se alinea con las orientaciones de la *Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial* aprobada por la Unesco en 2021, y más recientemente, con las recomendaciones del Grupo de Reflexión sobre la Diversidad de las Expresiones Culturales en el Entorno Digital, convocado por ese mismo organismo en 2024.

El Grupo insistió en que la tecnología debe enriquecer la creatividad humana, no sustituirla. Destacó la necesidad urgente de establecer modelos de remuneración justos —por ejemplo, sistemas de licencias— para regular el uso de obras protegidas en el entrenamiento de estos sistemas. Y alertó sobre la posible ampliación de las brechas entre actores grandes y pequeños, así como sobre la necesidad de reformular los programas de formación para que las personas en el oficio de la creación puedan apropiarse críticamente de estas herramientas, entendiendo tanto sus posibilidades como las implicaciones que trae su uso. Además, examinó la inevitable transformación del mercado laboral: la amenaza existencial sobre ciertas ocupaciones y el surgimiento de nuevas funciones vinculadas al uso y desarrollo de la inteligencia artificial.

Abordó también los desequilibrios sistémicos que puede agravar la inteligencia artificial. Hizo énfasis en cómo los algoritmos de recomendación pueden fomentar la polarización y excluir voces minoritarias. También evidenció la reproducción de sesgos históricos y la urgente necesidad de diversificar tanto los equipos de desarrollo como los datos utilizados. El Grupo recordó que, hoy por hoy, el ecosistema digital está dominado por grandes plataformas globales, mientras que las iniciativas locales y emergentes enfrentan enormes dificultades para competir en igualdad de condiciones, lo que hace necesarios marcos normativos que limiten los efectos de una creciente concentración tecnológica.

Países en desarrollo, como los de nuestra región, enfrentan obstáculos estructurales que limitan su acceso a soluciones tecnológicas avanzadas, lo cual profundiza la brecha digital. Por ello, se planteó la importancia de integrar la dimensión cultural en las políticas de investigación, regulación y gobernanza de la inteligencia artificial, y se propuso fortalecer la cooperación interinsti-tucional e internacional.

El panorama es claro: la inteligencia artificial llegó para quedarse; sin embargo, que su presencia sea inevitable no significa que deba aceptarse sin cuestionamiento. Es posible —y necesario— avanzar hacia un uso responsable de estas tecnologías, que reconozca sus beneficios, pero que también identifique con claridad sus riesgos y establezca mecanismos efectivos para enfrentarlos. El sector editorial, junto con el resto de los sectores culturales, debe promover con urgencia espacios de diálogo que conduzcan a consensos y a la construcción de códigos de buenas prácticas. Es preciso apostar por la



formación, de modo que quienes integran el sector puedan dominar estas herramientas desde una perspectiva ética, crítica y estratégica.

Y, sobre todo, es necesario avanzar en un esfuerzo multilateral más amplio, que permita a nuestros países actuar de manera concertada frente a fenómenos tecnológicos que, por su escala y velocidad, trascienden fronteras y exceden las capacidades de acción individuales. El Cерlalc, como organismo intergubernamental comprometido con el desarrollo del libro, la lectura y la protección de los derechos culturales, se encuentra en una posición privilegiada para contribuir a este debate. Su papel como orientador de políticas públicas, generador de conocimiento y promotor de espacios de reflexión colectiva se torna imprescindible. Si lo digital no conoce fronteras, nuestra respuesta debería construirse desde el diálogo multilateral.

MARGARITA CUÉLLAR BARONA

Directora

Cerlalc - Unesco



El Centro de Estudios y Políticas Públicas del Libro se creó a fines de 2020, en el ámbito de la Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales (EIDAES) y la Secretaría de Cultura, Comunidad y Territorio (SCCyT), de la Universidad Nacional de San Martín, Argentina. Su objetivo es contribuir a la mejora sostenida de los procesos de producción, distribución y acceso al libro mediante la realización de estudios, la formulación de políticas públicas y la formación profesional especializada.

Si contar con datos sistemáticos y rigurosos es, desde nuestra perspectiva, siempre una condición fundamental para comprender el funcionamiento del mercado del libro y diseñar políticas orientadas a su fortalecimiento y a la reducción de sus desigualdades, esta necesidad adquiere un carácter urgente e ineludible frente a la irrupción de la inteligencia artificial generativa. Nos encontramos aquí ante el doble desafío de una tecnología emergente y una herramienta de naturaleza distinta, llamada a transformar en profundidad todas las etapas de la cadena de valor del libro. De esta suerte, estudiar sus usos y formas de valoración no solo implica prestar especial atención a la situación singular de cada uno de los actores que conforman el ecosistema editorial, y dadas las particularidades y modos de integración de nuestros mercados editoriales, hacerlo a escala iberoamericana —con todos los retos metodológicos que plantea—, sino también describir y comprender el fenómeno en el mismo momento en que se está desplegando, en tiempo real.

Llevar adelante este estudio con la celeridad que exigía, dadas la complejidad y la magnitud de la tarea, solo fue posible gracias al trabajo estratégico conjunto que nuestro Centro viene desarrollando con el Cерлalc-Unesco, así como al interés y al respaldo brindados por casi medio centenar de organizaciones representativas de los diversos actores del ecosistema del libro en Iberoamérica.

Confiamos en que el análisis y los resultados que aquí presentamos junto al Cерлalc-Unesco sirvan para lograr una mejor comprensión del fenómeno y, sobre todo, abrir espacios de reflexión y debate colectivo que contribuyan al diseño de políticas públicas y sectoriales que permitan aprovechar los beneficios de esta tecnología, al tiempo que se mitigan sus efectos más adversos.

ALEJANDRO DUJOVNE

Director

Centro de Estudios y Políticas Públicas del Libro (SCCyT-EIDAES, UNSAM)
CONICET-EIDAES, UNSAM



Introducción

Entre el 16 de octubre y el 10 de diciembre de 2024, se aplicó una encuesta dirigida al conjunto de personas que trabajan en el ecosistema editorial iberoamericano, orientada a recabar información sobre el uso de herramientas de inteligencia artificial generativa, el nivel de conocimiento que se tiene sobre ellas, las inquietudes que generan y las percepciones acerca de su impacto en el sector. El estudio contó con el apoyo de 48 agremiaciones y asociaciones profesionales de diversos países, lo que convierte a esta investigación en un trabajo de colaboración sin precedentes. Estas organizaciones publicitaron y difundieron la encuesta a través de boletines de correo electrónico, redes sociales y el boca a boca.

Buscamos tomar una fotografía de los usos, experiencias y representaciones de la inteligencia artificial generativa que nos permitiera tener una visión de conjunto, sin perder de vista los matices que supone encontrarse en uno u otro eslabón de la cadena de valor del libro.

En momentos en los que en todo cuanto se refiere a la IA generativa se mezclan el asombro, el miedo y la especulación, hemos querido obtener información específica que nos permita identificar lo que está ocurriendo con la IA generativa en el sector editorial iberoamericano, en relación con las prácticas y percepciones de los propios actores respecto a su vulnerabilidad frente a esta; en la desigual disposición a utilizar estas herramientas según la ocupación desempeñada; en la identificación de las barreras que pueden impedir su incorporación o uso como herramientas de trabajo, o en los disensos y consensos respecto a la necesidad de acuerdos de buenas prácticas o de regulación. Tenemos la convicción de que se trata de un insumo valioso y necesario para orientar discusiones y desplegar acciones y estrategias que contribuyan a obtener el máximo beneficio posible de esta nueva tecnología y minimizar los riesgos que entraña.

En ningún caso hemos querido aventurar posibles desarrollos o impactos (positivos o negativos) de la inteligencia artificial en el ecosistema del libro, sino reconocer el grado de uso y familiaridad de los diferentes actores, tareas concretas para las cuales se ha empleado, los objetivos de uso, así como percepciones sobre los efectos en la valoración del trabajo humano, en la diversidad de la oferta publicada o en los derechos autorales, por mencionar solo algunas de las dimensiones de análisis.



Mientras preparábamos este informe irrumpió Deepseek, un motor de inteligencia artificial generativa desarrollado en China, prácticamente tan bueno como el mejor modelo público de Open AI, desarrollado a mucho menor costo y con menores requerimientos de *hardware* para su entrenamiento. También comenzaron a hacerse públicos los llamados *razonadores*, con Deep Research, de Open AI, a la cabeza, capaz este último de producir informes sobre cualquier tema cuya elaboración tomaría días a cualquiera.

Al momento de escribir estas líneas, las redes sociales están inundadas con imágenes al estilo del estudio Ghibli, producidas por usuarios alrededor del mundo que están utilizando la más reciente actualización de Chat GPT, lo que puso de nuevo de presente el potencial de estas herramientas y reanimó la discusión respecto a los derechos autorales frente al entrenamiento utilizando obras protegidas y la generación de contenidos que claramente están basados en estas. Todo esto habla de un fenómeno que avanza a marchas aceleradas y de la consecuente dificultad de ejercicios como el que perseguimos con esta encuesta. Creemos, sin embargo, que estos datos no son contingentes, sino que ofrecen una perspectiva valiosa frente a la velocidad con que evoluciona este fenómeno y permiten evitar conclusiones apresuradas.

La investigación se propuso responder una serie de preguntas que, desde nuestro punto de vista, resultan fundamentales para trazar un mapa inteligible de los usos y percepciones de la IA generativa en el vasto y diverso ecosistema editorial de Iberoamérica.

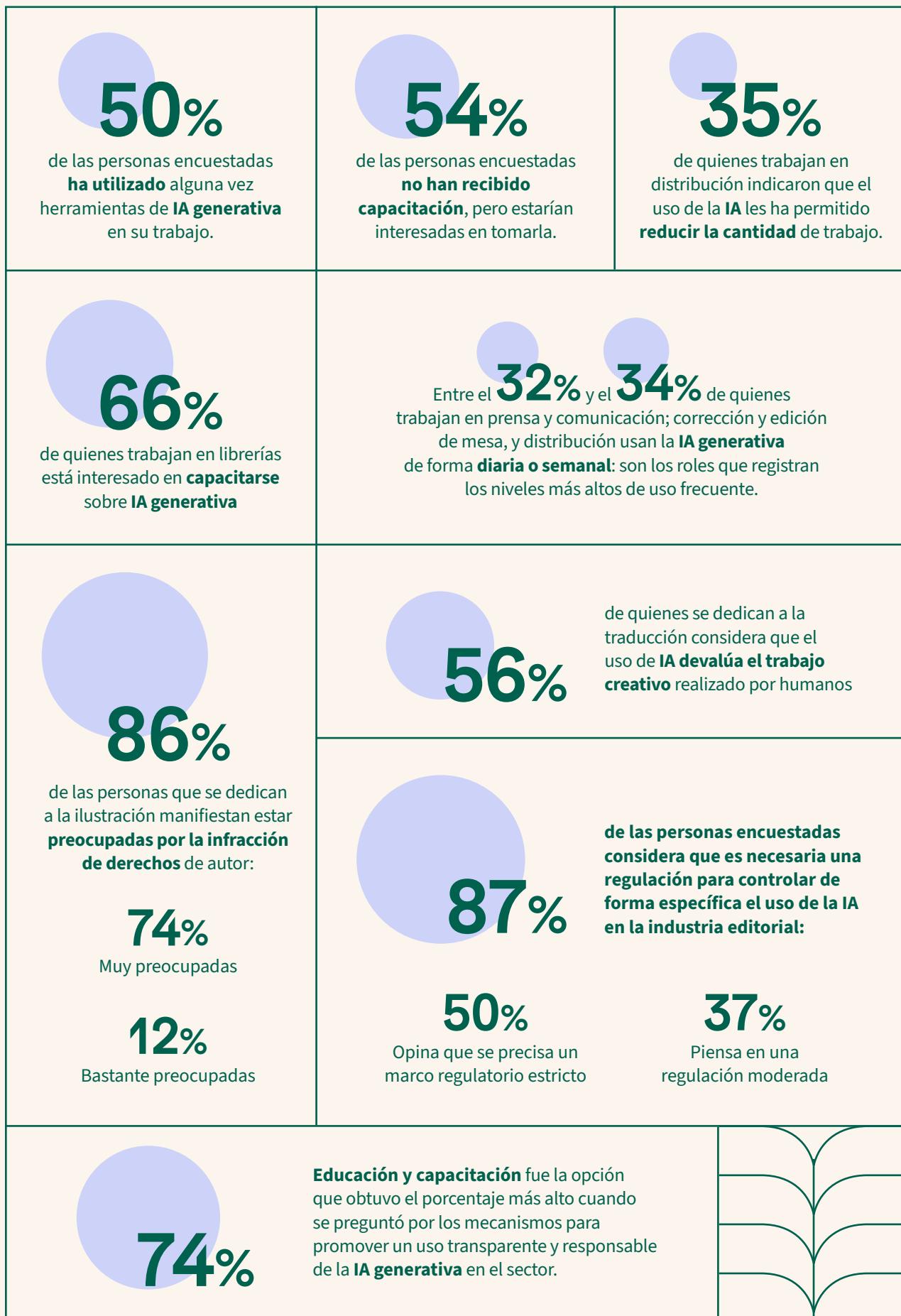
¿El mundo del libro iberoamericano usa la IA generativa para escribir, producir, comunicar, distribuir y comercializar libros?, ¿sí, no?, ¿con qué frecuencia y para qué tareas?, ¿cuánto conocen los diversos actores las distintas herramientas de IA generativa?, ¿han recibido formación?, ¿tienen interés en capacitarse?, ¿cómo perciben su irrupción?, ¿como una revolución que lo cambiará todo, como un recurso útil pero controlable, como una amenaza real e inmediata, o apenas como un cambio menor que no va a alterar demasiado las cosas?, ¿todos los actores piensan lo mismo, o hay diferencias importantes según el rol que desempeñan en el ecosistema del libro?, ¿cómo piensan la IA quienes escriben, ilustran o traducen libros?, ¿se parece a la de quienes los editan, comunican, distribuyen o comercializan, o es muy distinta?, ¿consideran que hay que legislar los usos de la IA?, y si así fuera, ¿qué clase de regulación sería la más adecuada: estricta, moderada o más bien laxa?, ¿qué papel le cabe a las organizaciones sectoriales, cómo deberían participar los gobiernos y las organizaciones internacionales?

En las siguientes páginas, presentamos los primeros resultados y principales hallazgos de la encuesta. Este es un adelanto de cinco puntos destacados:



- 1[↗] **El uso de la inteligencia artificial generativa en el sector editorial iberoamericano aún se encuentra en una etapa incipiente.** Apenas la mitad de personas encuestadas declaró haber utilizado esta tecnología al menos una vez en su trabajo, lo que permite inferir que su adopción aún no está generalizada ni consolidada en el ecosistema del libro. No obstante, entre quienes no la han utilizado hasta el momento, más de la mitad manifestó estar dispuesta a hacerlo en el futuro.
- 2[↗] **El sector revela una marcada disposición a capacitarse.** Aunque más de la mitad de las personas encuestadas aún no ha recibido formación específica en herramientas de IA generativa, estaría dispuesta a hacerlo. A su vez, hay una consideración mayoritaria de que la educación y la capacitación son claves para promover un uso más transparente y responsable de esta tecnología en el ámbito editorial.
- 3[↗] **La principal preocupación del sector es la infracción al derecho de autor,** incluso entre quienes no perciben regalías.
- 4[↗] **Quienes se dedican a la traducción y a la ilustración manifiestan una percepción más crítica y preocupada frente al impacto de la IA generativa,** y reportan con mayor frecuencia efectos negativos sobre su trabajo.
- 5[↗] **Existe una demanda ampliamente compartida por establecer un marco regulatorio que oriente el desarrollo y uso de la IA generativa en el sector editorial.**





01^º Metodología

La presente investigación sociológica tiene un carácter exploratorio y busca ofrecer una visión general de los usos, percepciones y posibles impactos de la inteligencia artificial en el mundo del libro iberoamericano. Dada la diversidad y amplitud del universo de actores que conforman el ecosistema del libro de esta extensa región, esta encuesta no pretende ofrecer conclusiones definitivas ni representaciones cuantitativas exhaustivas. Sin embargo, la estrategia de difusión y relevamiento adoptada, y el elevado número de respuestas recibidas, permiten identificar con claridad las principales tendencias, preocupaciones e intereses dentro del sector. Este enfoque posibilita un análisis preliminar que aporta datos relevantes, contribuye a la formulación de políticas públicas y orienta posibles acciones sectoriales.

La encuesta estuvo dirigida a las personas que trabajan en el ecosistema del libro en todos los países de Iberoamérica, y abarcó una amplia diversidad de roles: escritura, ilustración, traducción, diseño gráfico, diagramación, edición, corrección, distribución, prensa y comunicación y la actividad librera, entre otros.

La realización de esta encuesta implicó enfrentar dos grandes desafíos: la escala y la diversidad de actores que conforman el ecosistema del libro iberoamericano.

El desafío de la escala no solo requería considerar la cantidad de países que integran la región, sino también la multiplicidad de actores que configuran los mercados nacionales del libro. A su vez, la diversidad suponía atender a las diferencias de roles y posiciones dentro de las distintas etapas de producción, circulación y acceso al libro. Además, implicaba reconocer las posibles variaciones dentro de un mismo rol según el país de origen, la trayectoria profesional o el tipo y tamaño de la empresa a la que pertenecen las personas.

El instrumento de la encuesta se estructuró en dos partes: una sección general, transversal a todas las personas participantes, y otra con preguntas específicas adaptadas a la naturaleza y particularidades de cada rol. Esta metodología permitió recopilar información común a todos los actores, lo que facilita el análisis comparativo, al mismo tiempo que proporciona datos específicos que permiten examinar con mayor detalle las particularidades de cada grupo. Antes de su difusión, el instrumento fue validado por personas de referencia de cada uno de los roles incluidos en el relevamiento.



En total, se recopilaron 2.807 respuestas, de las cuales 2.012 fueron válidas para el análisis. Este número superó nuestras expectativas iniciales y proporcionó una base sólida para identificar los principales rasgos y problemas que caracterizan al mundo del libro iberoamericano, en relación con la inteligencia artificial generativa.



02^º

Perfil sociodemográfico de los encuestados

2.1. PAÍS DE RESIDENCIA

Si bien el número de respuestas obtenidas varía significativamente según el país, en términos generales, su distribución refleja la estructura del mercado del libro en lengua castellana. Los países con los mercados más grandes —Argentina, México y, en menor medida, Colombia— concentraron la mayor cantidad de respuestas. En conjunto acumularon poco más de las mitad del total (51,7%). Les siguen el resto de los países de la región, con Chile y Perú a la cabeza.

España representa una excepción, ya que su participación fue menor en relación con su peso real en el mercado del libro en español. No obstante, el volumen de datos recogidos permite formular conjeturas significativas.

El caso de Brasil es particular: si bien la encuesta estuvo abierta a este país por nuestro interés en conocer su realidad, el enfoque principal y los acuerdos institucionales se establecieron con países hispanohablantes o con aquellos donde el español, aunque no sea la única lengua, es la de mayor uso, como ocurre en España (Gráfica 1).

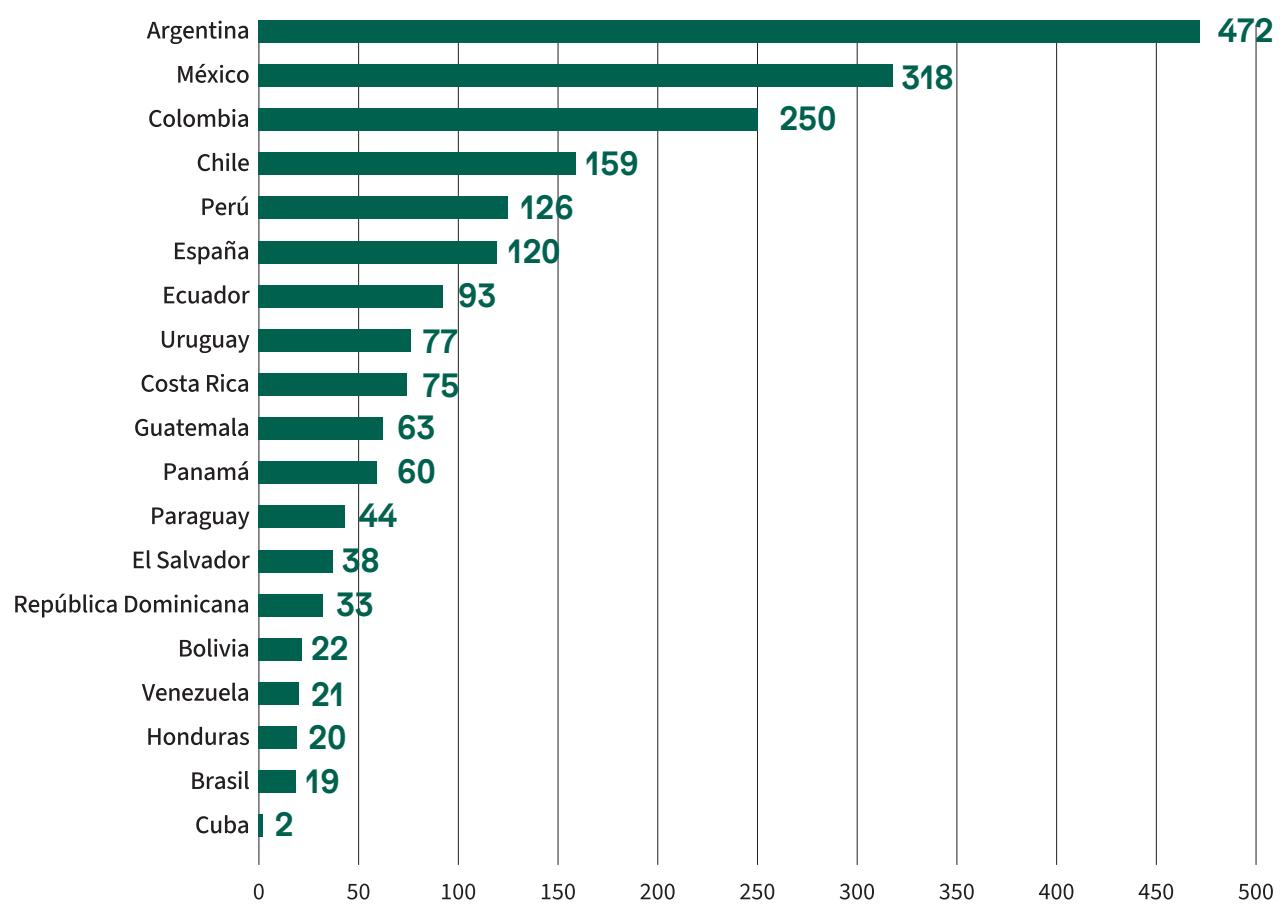
2.2 GÉNERO

En línea con la configuración de los mercados del libro en los países analizados, donde la participación de las mujeres tiende a ser mayor que la de los hombres, la mayoría de las respuestas a la encuesta provino de mujeres. Sin embargo, al desagregar los datos según el rol desempeñado, se observan diferencias significativas. La respuesta por parte de las mujeres es particularmente alta en las categorías de traducción (70,7 %), corrección (68,4 %) y prensa/comunicación (67,1 %). En contraste, los porcentajes más bajos se registran en los roles de distribución (32,7 %) y escritura (43,7 %). En el resto de las categorías —ilustración, diseño, edición y librerías— las mujeres representan entre poco más del 50 % y el 60 % de las respuestas (Gráficas 2 y 3).



GRÁFICA 1

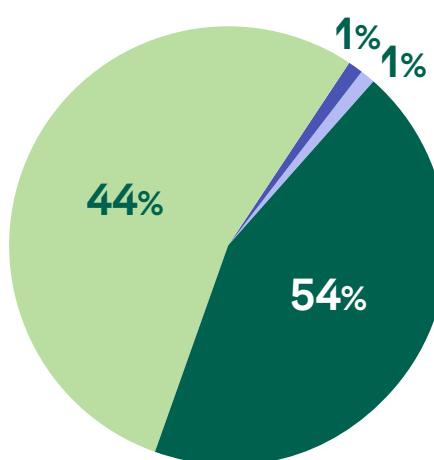
Número de respuestas por país



Navegando lo incierto

GRÁFICA 2

Proporción de personas encuestadas según el género con el que se identifican



Masculino

Femenino

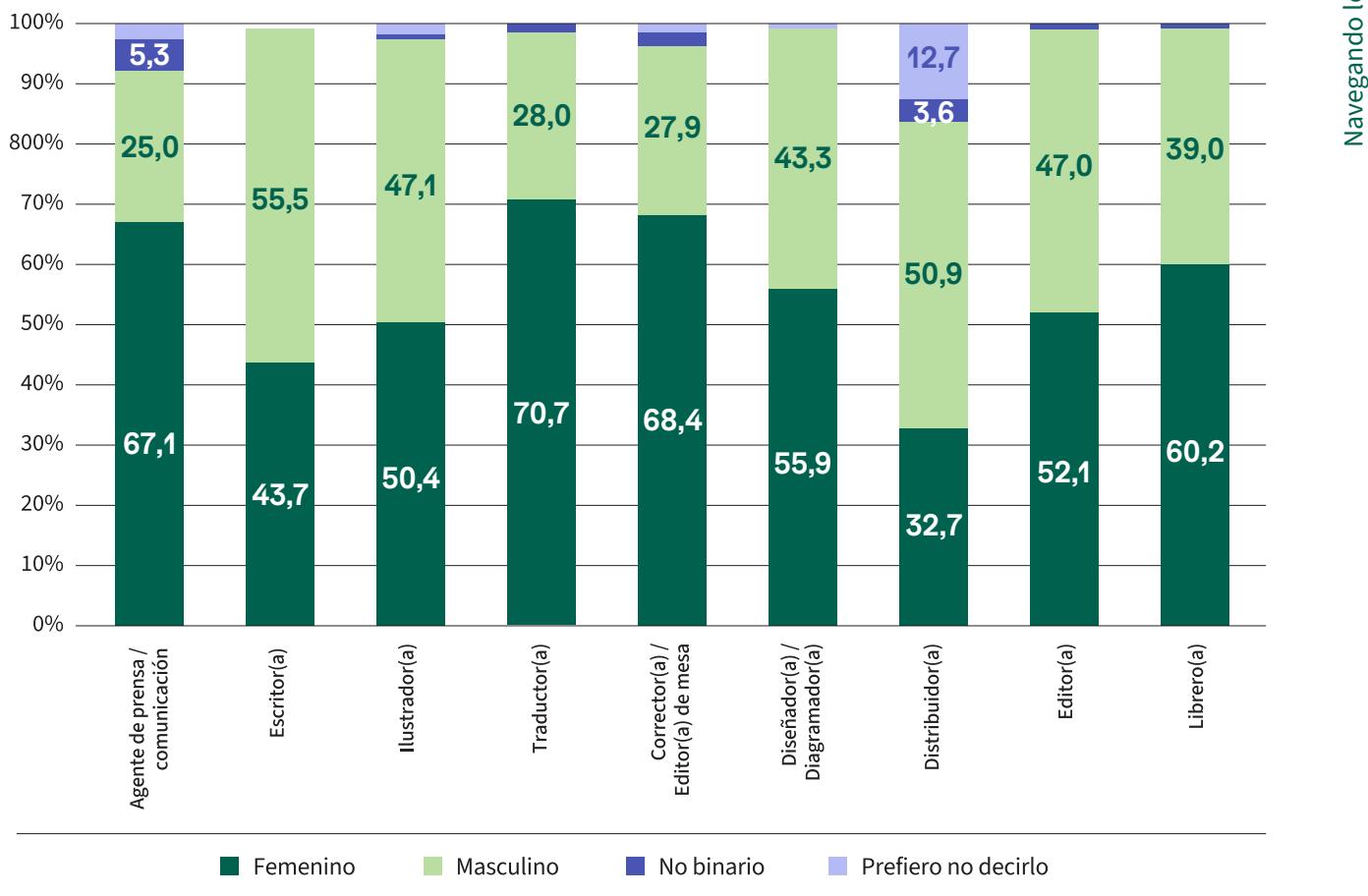
No binario

Prefiero no decirlo



GRÁFICA 3

Proporción de personas encuestadas según el rol principal y el género



2.3 EDAD

El 85 % de las respuestas procedieron de personas mayores de 36 años, con las franjas de 36 a 45 y 46 a 55 años registrando las tasas más altas.

El rol con mayor proporción de respuestas de personas jóvenes es el de agente de prensa/comunicación: dos tercios de quienes respondieron pertenecen a los grupos de 26 a 35 y de 36 a 45 años. En contraste, entre quienes escriben están las personas de mayor edad, ya que algo más de la mitad de las respuestas corresponden a personas de 56 años o más (Gráfica 4).

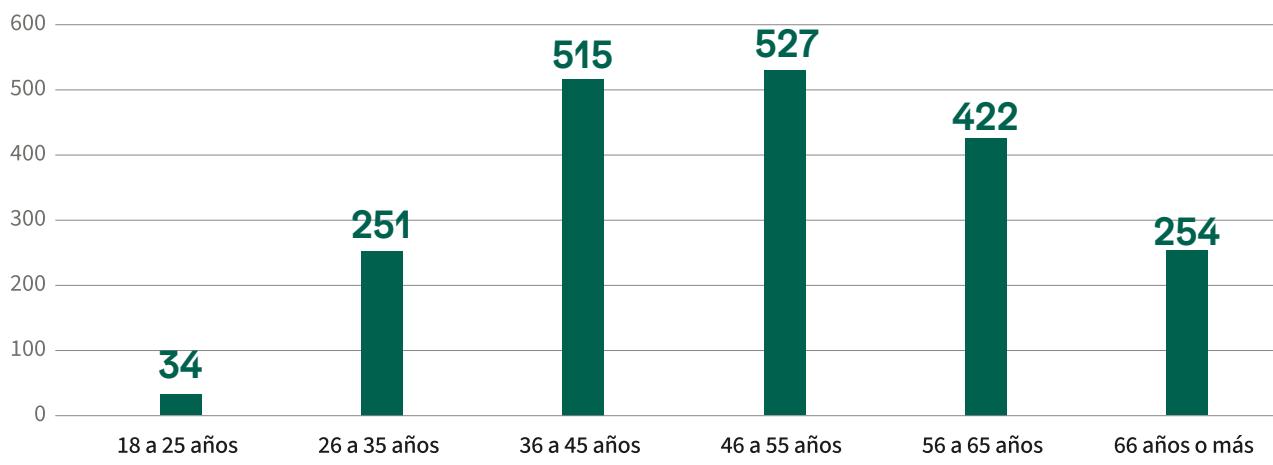
2.4 NIVEL DE ESTUDIOS

En su gran mayoría, quienes respondieron tienen estudios universitarios finalizados o iniciados (90 %), y de estos, más de la mitad detenta estudios superiores (especialización, maestría, doctorado o posdoctorado)(Gráfica 5).

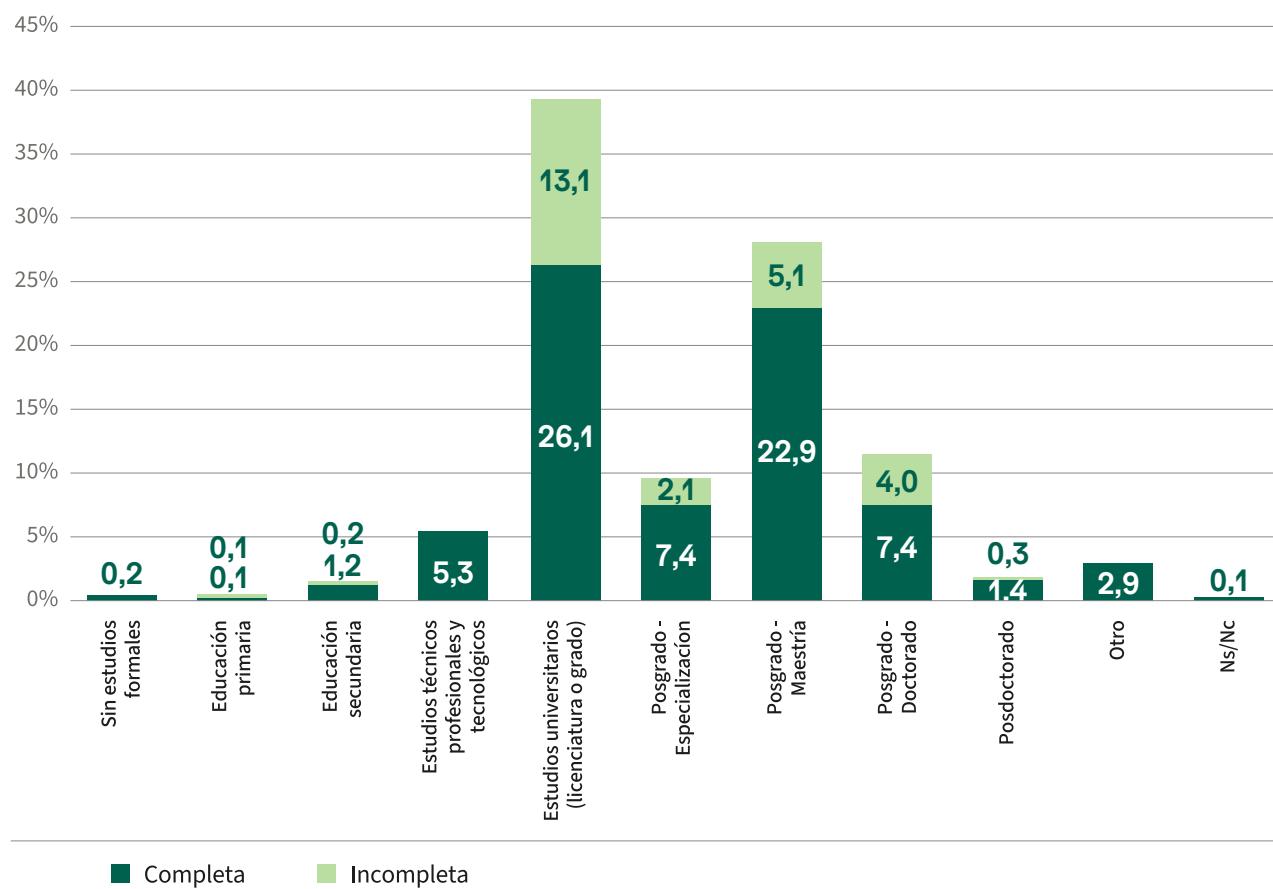


GRÁFICA 4

Respuestas por frecuencia de edad

**GRÁFICA 5**

Nivel de estudios alcanzado por las personas encuestadas

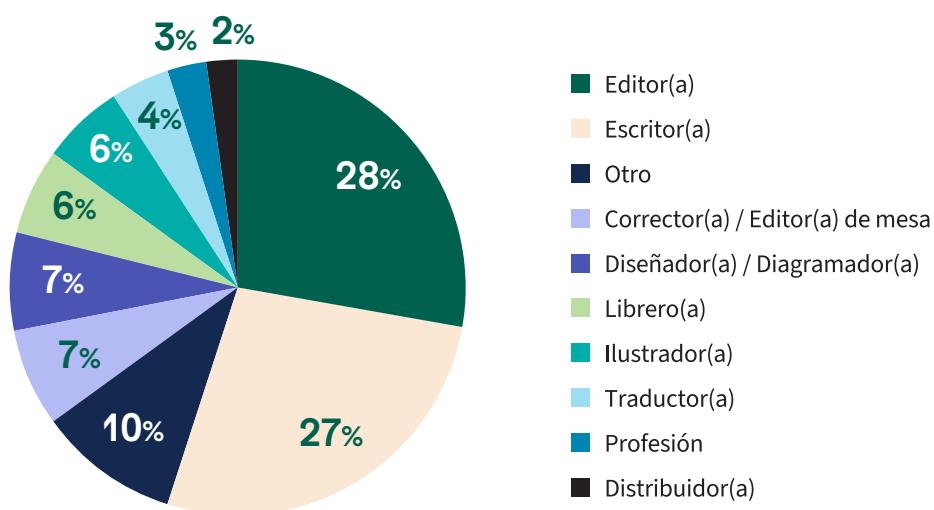


2.5 ROL PRINCIPAL EN EL SECTOR EDITORIAL

Como se señaló en el apartado metodológico, durante el diseño de la encuesta identificamos una serie de “roles principales” en el sector editorial para los cuales elaboramos un número de preguntas específicas, adecuadas a la naturaleza de su función. No obstante, dejamos abierto el espacio para otros actores que pudieran estar interesados en participar. De hecho, 10 % de las respuestas válidas correspondió a “otros”, de los cuales un número significativo provino del universo de las bibliotecas y la bibliotecología. Las respuestas muestran una fuerte concentración en dos roles: edición y escritura; en conjunto, ambos equivalen al 55 % del total. El porcentaje restante se distribuye de manera relativamente equilibrada entre las demás categorías. Para mitigar posibles sesgos hacia estos dos grupos, hemos incorporado a la mayor parte de nuestro análisis la variable “rol principal”.

GRÁFICA 6

Rol principal desempeñado en el sector



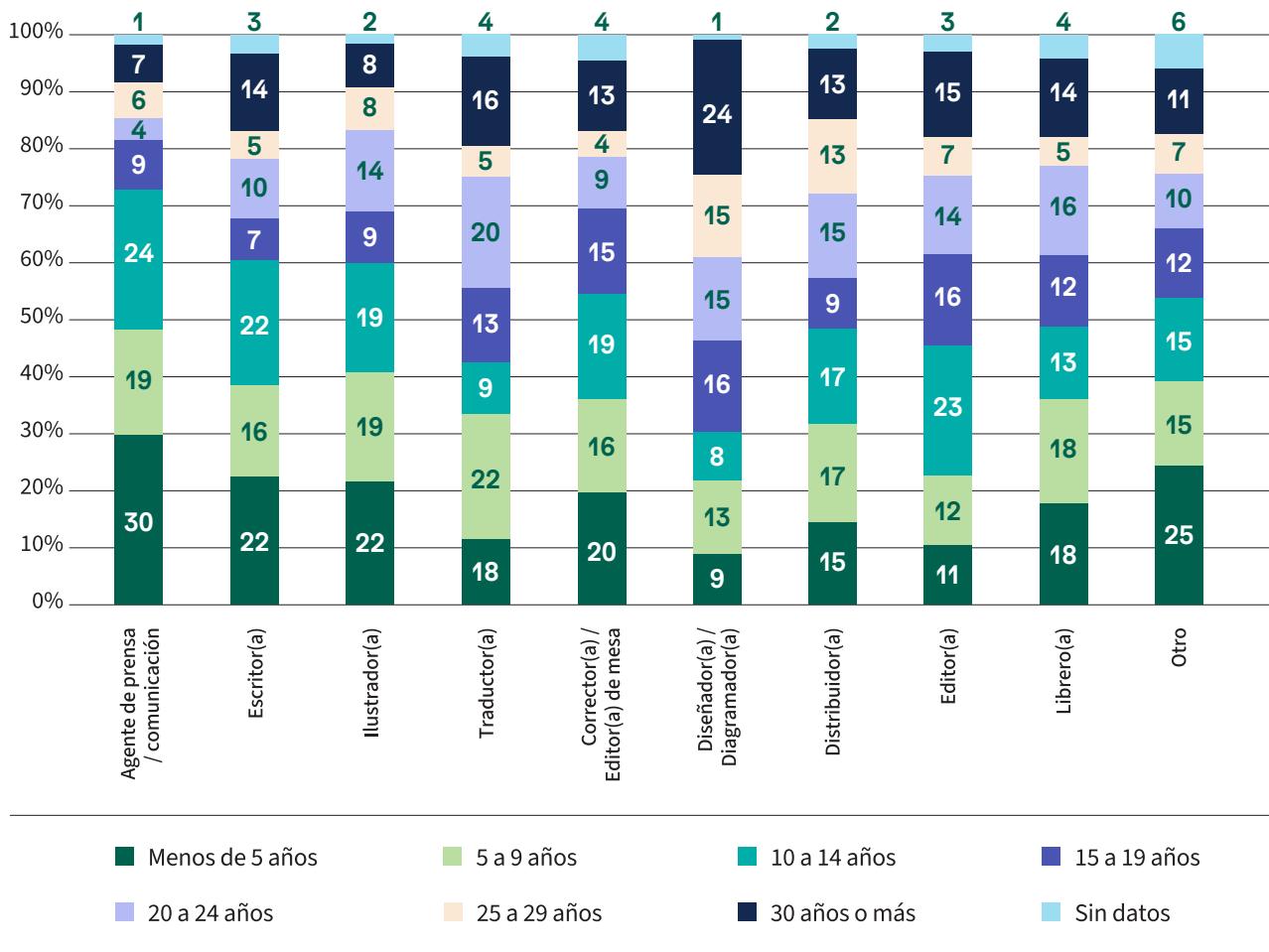
2.6 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL SECTOR EDITORIAL

La muestra incluye de manera balanceada todos los tramos de antigüedad —desde menos de 5 años hasta más de 30—, lo que permite contemplar la diversidad de trayectorias laborales y contribuye a reducir posibles sesgos vinculados con la experiencia profesional.



GRÁFICA 7

Rol principal y años de experiencia en el sector



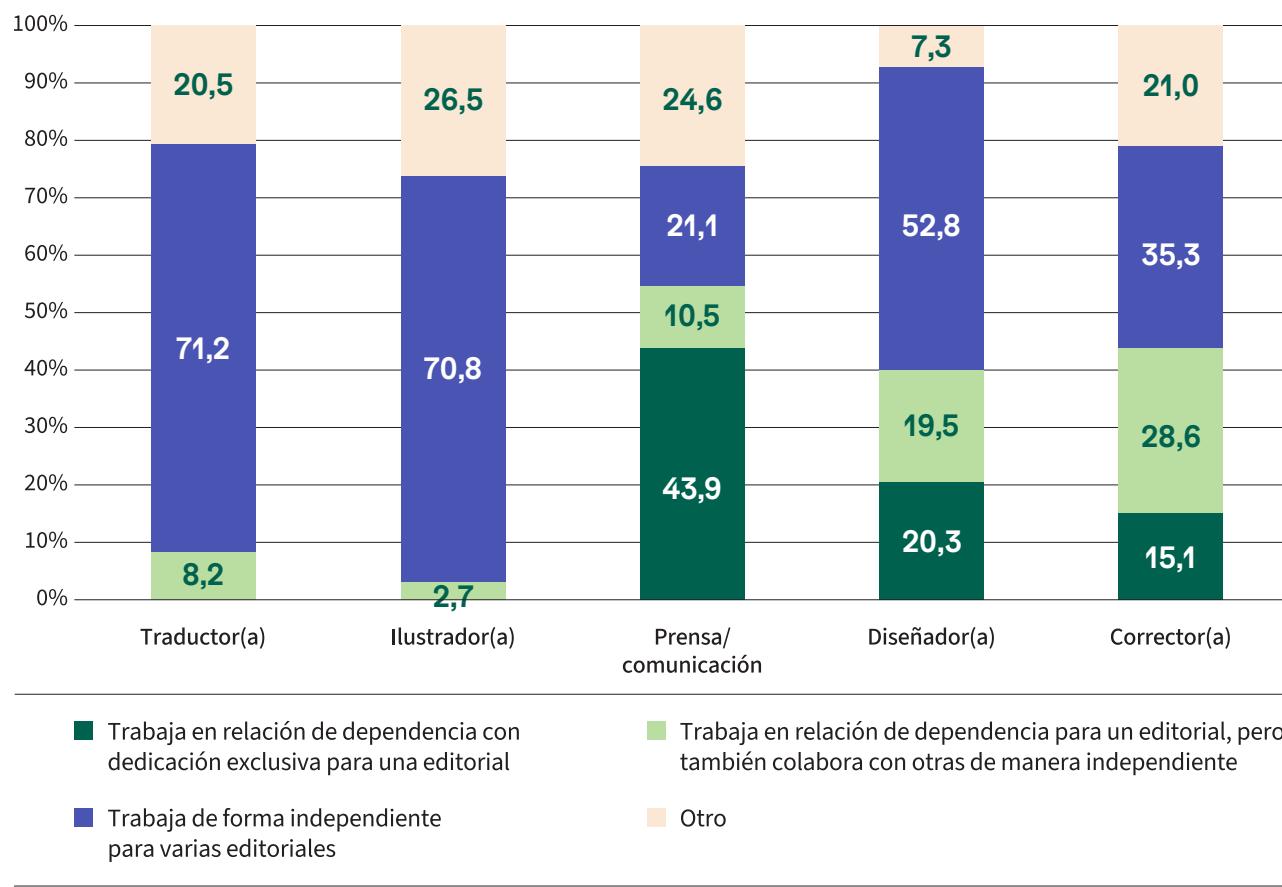
2.7 MODOS DE VINCULACIÓN ECONÓMICO-LABORAL CON EL MERCADO EDITORIAL

La clase de relación que los actores del libro tienen con el mercado editorial, en términos de forma de contratación, estabilidad e ingresos, es un dato clave para comprender parte de su percepción acerca de los cambios, beneficios y riesgos que entraña la IA generativa. Como veremos a lo largo del informe, quienes se dedican a la ilustración y a la traducción manifiestan una mayor sensación de amenaza y perjuicio frente a la irrupción de esta nueva tecnología. Esta percepción se debe tanto al carácter marcadamente creativo de su trabajo como a las condiciones estructurales de su inserción en el sector, basada en su mayoría en una modalidad independiente y en contratos por proyecto.

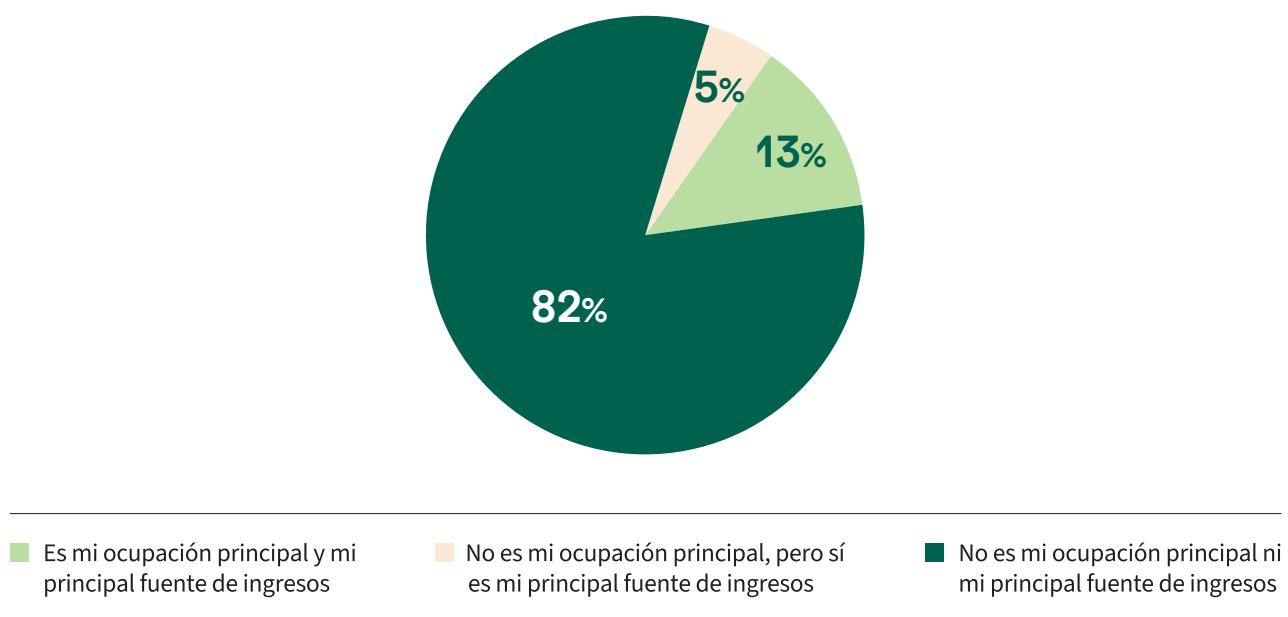


GRÁFICA 8

Modos de vinculación laboral

**GRÁFICA 9**

Situación laboral de quienes escriben



Además de ofrecer una caracterización del perfil de las personas encuestadas, esta serie de variables sociodemográficas y profesionales resulta fundamental para el análisis sociológico que aquí proponemos. Es decir, junto a la descripción general acerca de los usos, experiencias y percepciones en relación con la IA generativa, buscamos identificar los factores que contribuyen a explicarlos. En tal sentido, y con el objetivo de respetar el carácter sintético de este informe, hemos priorizado aquellas variables que, a partir de nuestro análisis, guardan un mayor peso explicativo. Por ejemplo, el “rol principal” que desempeñan quienes respondieron la encuesta se muestra más importante para comprender las prácticas, disposición o valoración respecto de las herramientas de IA que otras como el país de residencia o el género con el que se identifican.



03^º

¿Se está utilizando la IA generativa en el ecosistema editorial iberoamericano?

Prácticamente hubo paridad entre quienes indicaron haber utilizado alguna vez herramientas de IA generativa y quienes no. Por apenas dos puntos porcentuales fueron más las personas que respondieron sí haberlas usado. Es importante indicar que se preguntó concretamente por su utilización para fines propios del oficio o tareas relacionadas con el trabajo, lo cual excluye otros posibles usos que sí pudieran estarle dando las personas encuestadas a la IA generativa (Gráficas 10 y 11).

Tampoco fue especialmente alto el porcentaje de personas que señalaron estar familiarizadas o muy familiarizadas con esta (40 %). Sin embargo, este hecho no necesariamente ha de interpretarse como desinterés o resistencia, pues el 67 % que respondió no haberla utilizado para su trabajo indicó que estaría dispuesto a hacerlo en el futuro. Además, el 54% manifestó interés en recibir capacitación para usar herramientas de IA generativa.

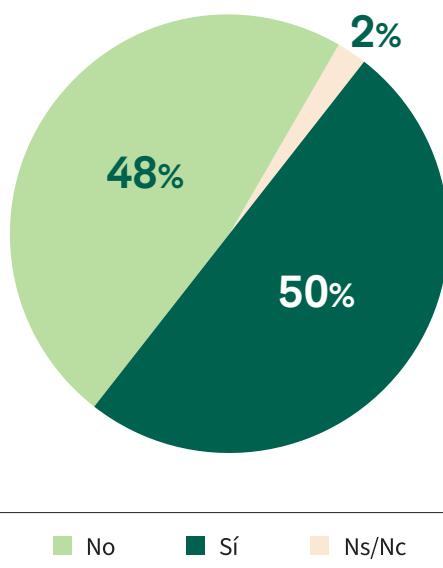
El análisis del uso de la IA generativa, según la década de nacimiento, muestra una progresión porcentual clara desde la década de 1930 hasta la de 1970. Entre quienes nacieron entre las décadas de 1930 y 1960, el porcentaje de personas que no utilizan estas herramientas supera al de quienes sí lo hacen. A partir de la década de 1970, esta tendencia se revierte, y la proporción de usuarios supera a la de no usuarios, manteniéndose relativamente estable, con entre el 53 % y el 58 % de personas que declaran haberlas utilizado. La variable etaria adquiere mayor relevancia al observar el grado de familiaridad: la cercanía y el conocimiento de las herramientas de IA generativa aumentan de forma sostenida en las generaciones más jóvenes.

Al desagregar las respuestas por país este patrón no se modifica significativamente: con leves diferencias, en la mayoría de los países el porcentaje de personas que han usado IA tiende a ser similar al de quienes no la han usado. En el grupo con menor nivel de uso aparecen El Salvador, Argentina, Uruguay y España. En el extremo opuesto, en el cual se observa un mayor uso, hallamos a Colombia, donde el 60 % declara haber utilizado IA (no mencionamos a Honduras y Brasil porque los números de respuestas en ambos casos fueron bajos).

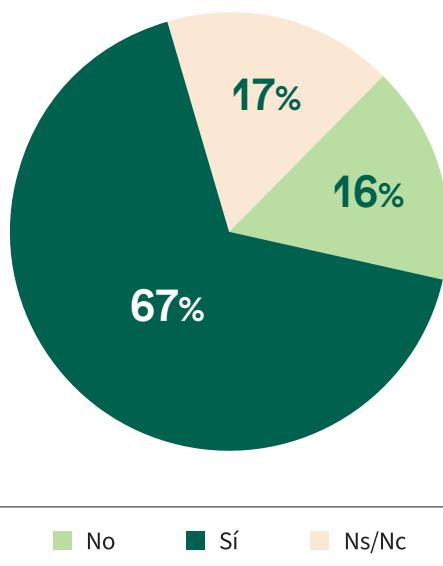


GRÁFICA 10

Uso de herramientas de IA generativa en el trabajo

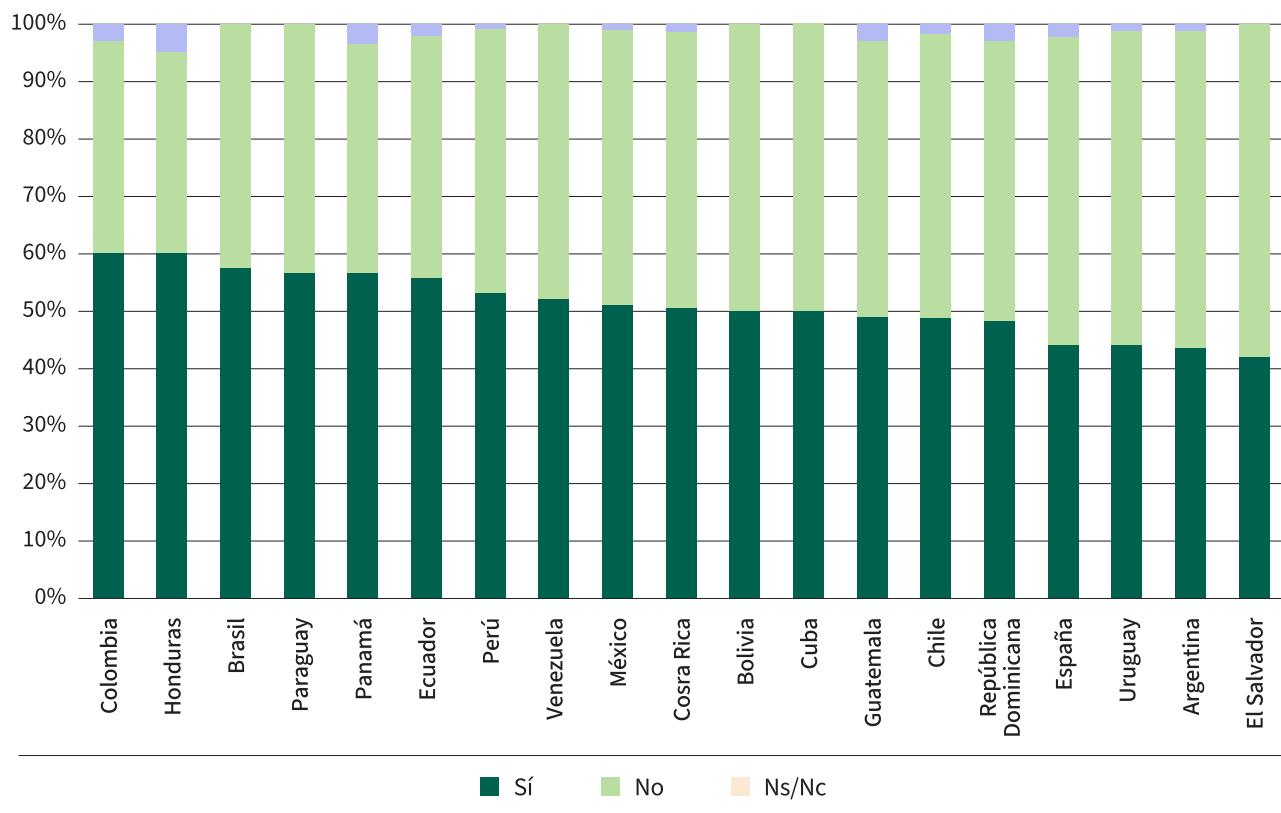
**GRÁFICA 11**

Disposición a utilizar herramientas de IA generativa entre quienes no la han usado

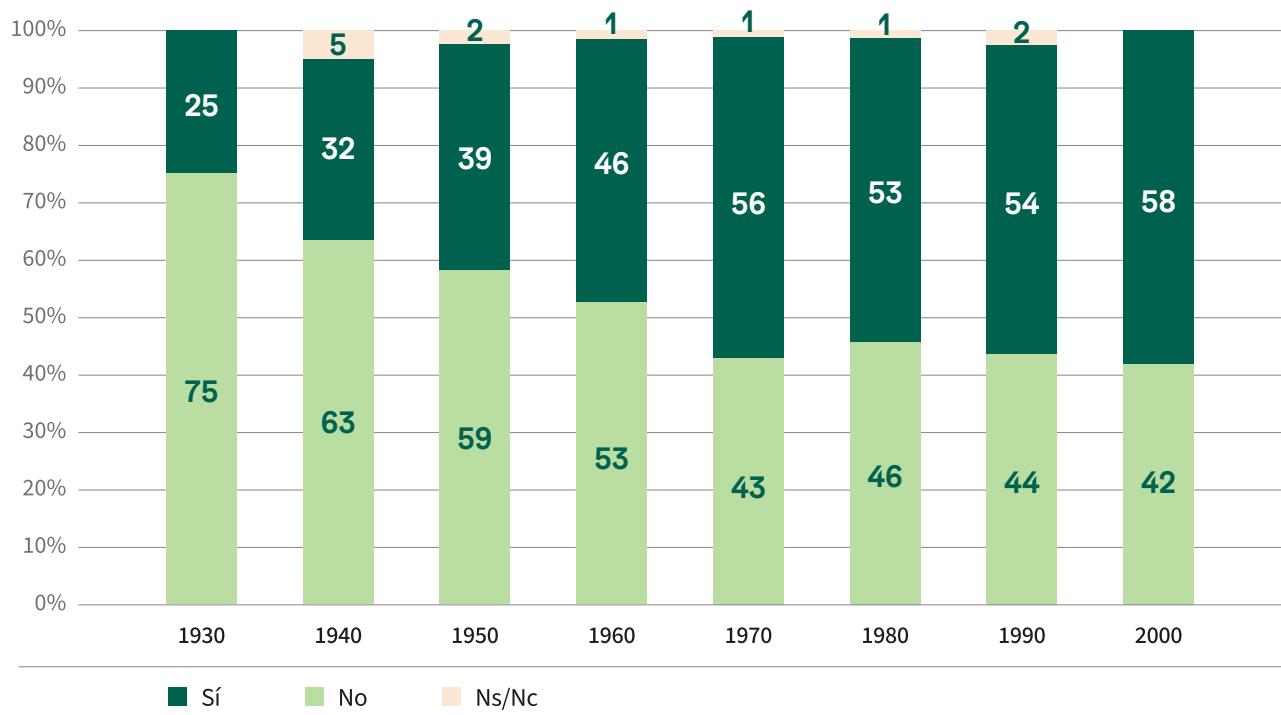


GRÁFICA 12

Uso de herramientas de IA generativa por país de residencia

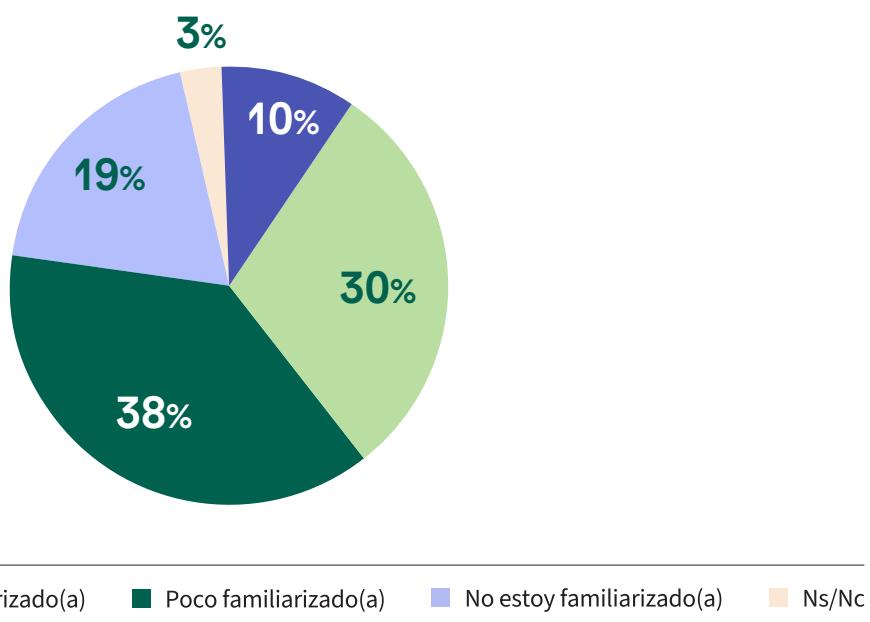
**GRÁFICA 13**

Uso de la IA generativa por década de nacimiento

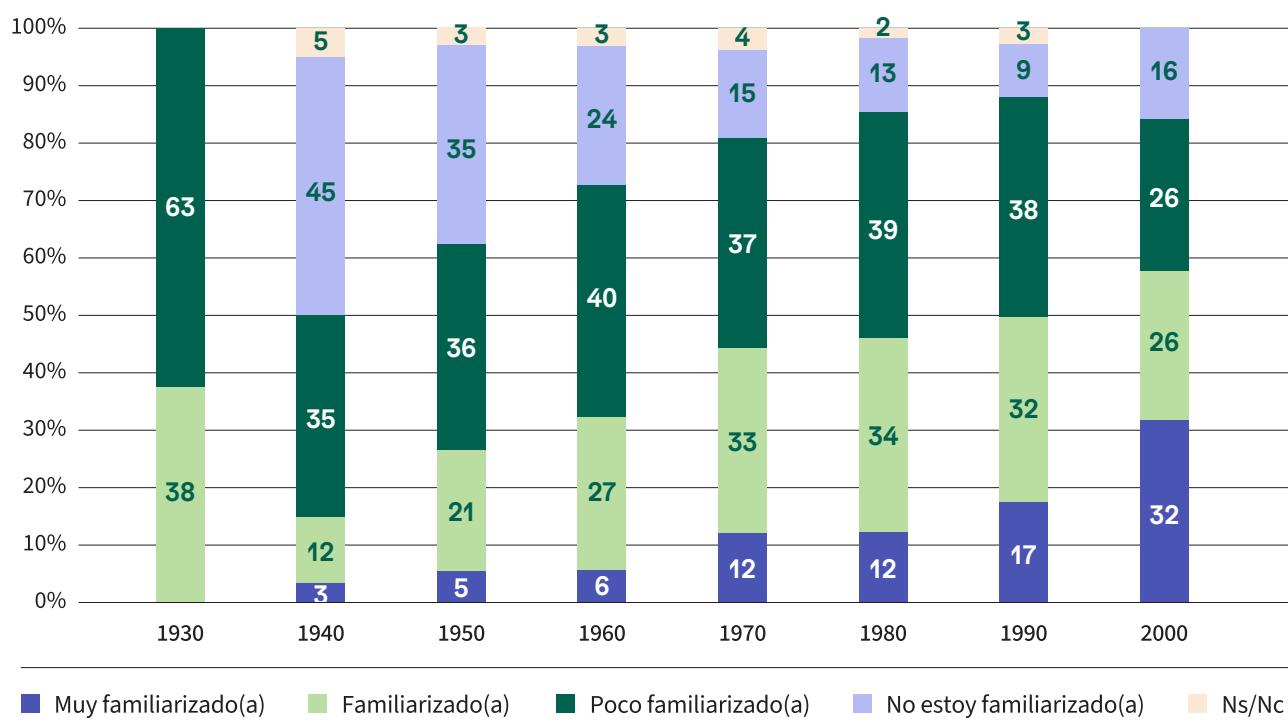


GRÁFICA 14

Familiaridad con la IA generativa

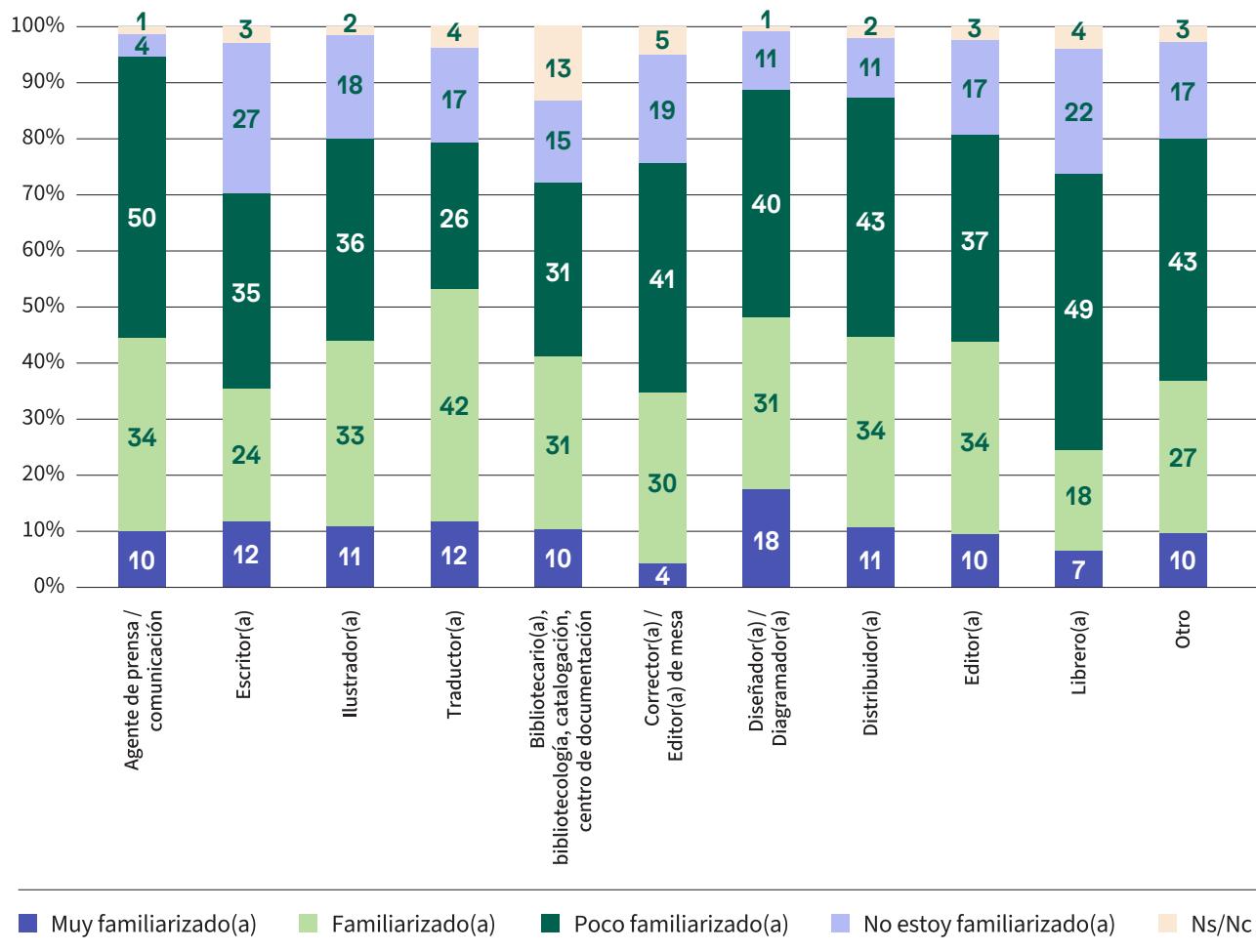
**GRÁFICA 15**

Familiaridad con la IA generativa por década de nacimiento

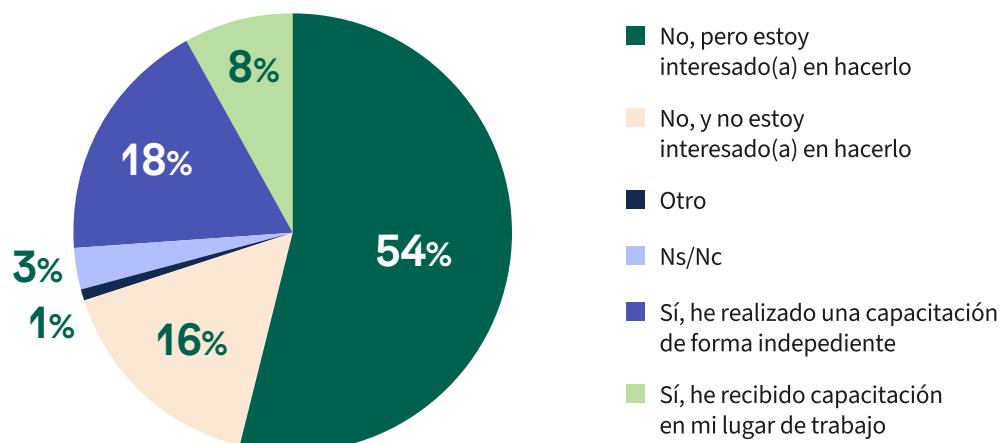


GRÁFICA 16

Familiaridad con la IA generativa según el rol principal

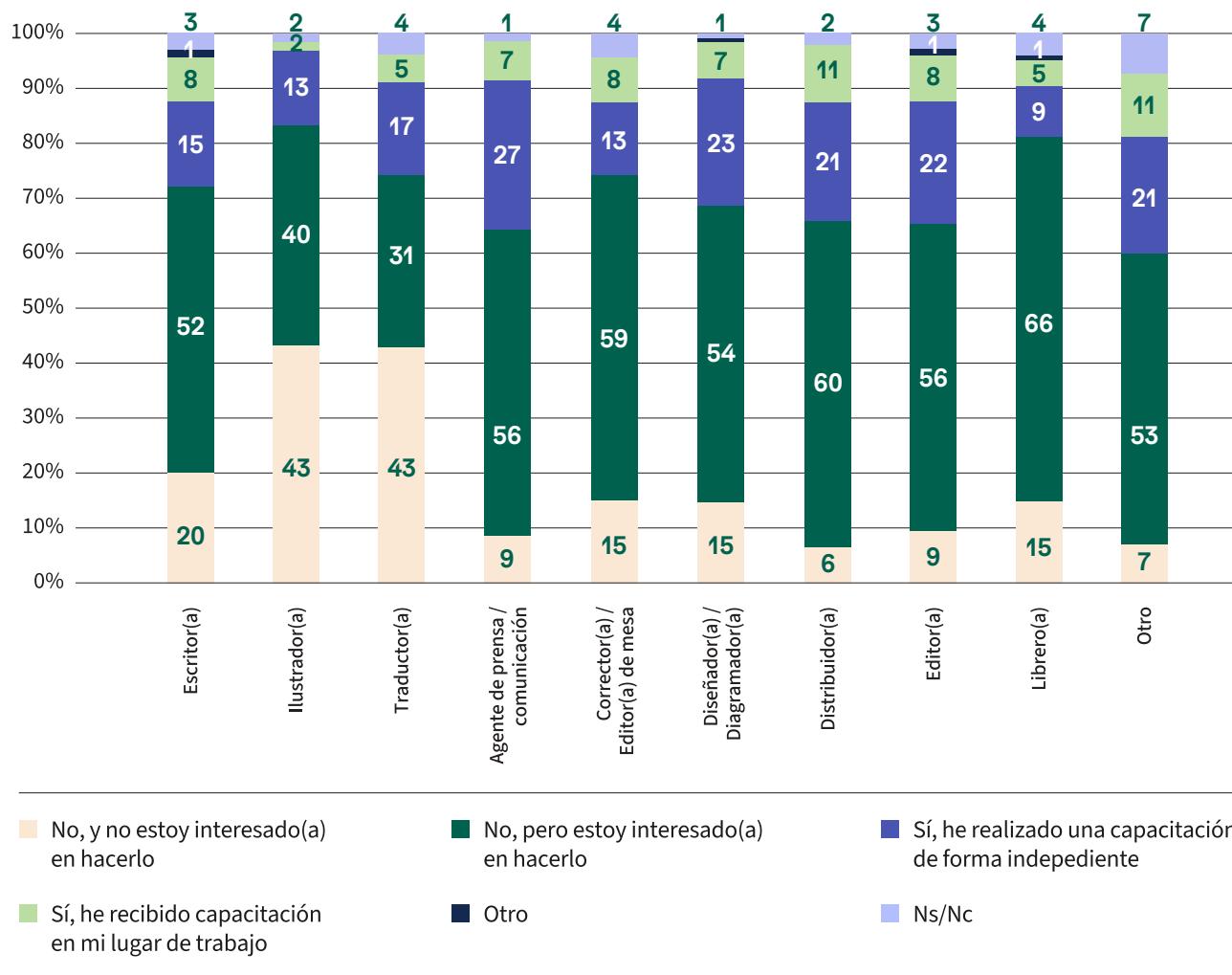
**GRÁFICA 17**

Capacitación en el uso de herramientas de IA generativa



GRÁFICA 18

Capacitación en el uso de herramientas de IA generativa según el rol



El análisis del uso de herramientas de inteligencia artificial generativa según el rol principal de las personas encuestadas confirma algunas hipótesis iniciales sobre la mayor o menor propensión a utilizarlas y el grado de preocupación que generan. Estas diferencias están relacionadas con el nivel de exposición de ciertas ocupaciones y tareas al empleo de modelos de lenguaje de gran escala (LLM, por su sigla en inglés). De acuerdo con el Foro Económico Mundial, esta exposición implica no solo el potencial de automatización, sino también de potenciación de las distintas tareas:

La magnitud del impacto [de los LLM] en una ocupación depende, en última instancia, del grado de habilidades lingüísticas requeridas para las tareas específicas de ese empleo y del tiempo dedicado a dichas tareas. Las tareas dependientes del lenguaje, estandarizadas,

rutinarias y orientadas a procesos son las principales candidatas para la automatización y el reemplazo por modelos de lenguaje de gran escala [...]. Al tiempo, aquellas que requieren un mayor grado de interacción humana tienen más probabilidades de ser potenciadas y realizadas en colaboración con los LLM. (World Economic Forum, 2023 p. 6)

En el examen sectorial presentado en dicho informe, los medios y la edición aparecen como el quinto sector o industria con mayor exposición al impacto de los modelos de lenguaje de gran escala, por detrás de los servicios financieros y los mercados de capitales; la gestión de pensiones y de seguros; los servicios de tecnología e información, y las telecomunicaciones. Conviene recordar que, para el Foro, esta exposición comprende tanto el potencial para la automatización como para el potenciamiento de determinadas tareas. En este sentido, indica:

Una tendencia para destacar en las estimaciones sectoriales es la de que los sectores con un alto potencial de exposición a los modelos de lenguaje de gran escala (LLM) presentan un alto potencial tanto para la automatización como para el potenciamiento de tareas. Esto sugiere que la introducción de estas nuevas tecnologías transformará la naturaleza del mercado laboral, pero no reducirá necesariamente el número total de empleos. (World Economic Forum, 2023, p. 14)

Como se verá a lo largo de este informe, el uso, la familiaridad y las expectativas en torno a la inteligencia artificial generativa están fuertemente influidas por cómo los propios actores del sector editorial perciben su vulnerabilidad frente a esta tecnología. Estas percepciones no siempre coinciden con análisis como los del Foro Económico Mundial, ni se basan necesariamente en un uso ya extendido de esta clase de modelos de lenguaje en los procesos de edición. Sin embargo, no deben considerarse infundadas. Factores estructurales —como la valoración histórica de ciertos roles y tareas dentro del ecosistema editorial, la posición de los distintos agentes en el campo y la presión por reducir costos para mejorar márgenes— hacen que algunas ocupaciones sean especialmente susceptibles a la automatización (Gráficas 19 y 20).

De acuerdo con la encuesta, las personas que se dedican a la ilustración son quienes indicaron en mayor proporción no haber usado herramientas de inteligencia artificial generativa para su trabajo (67 %), seguidas por quienes se dedican a la escritura (55 %), al oficio librero (52 %) y a la traducción (49 %). En los demás roles, es mayor el porcentaje de quienes declararon sí haberlas usado. Cabe señalar que el hecho de que en el ámbito de las librerías se hayan utilizado en menor proporción podría explicarse —más que por una

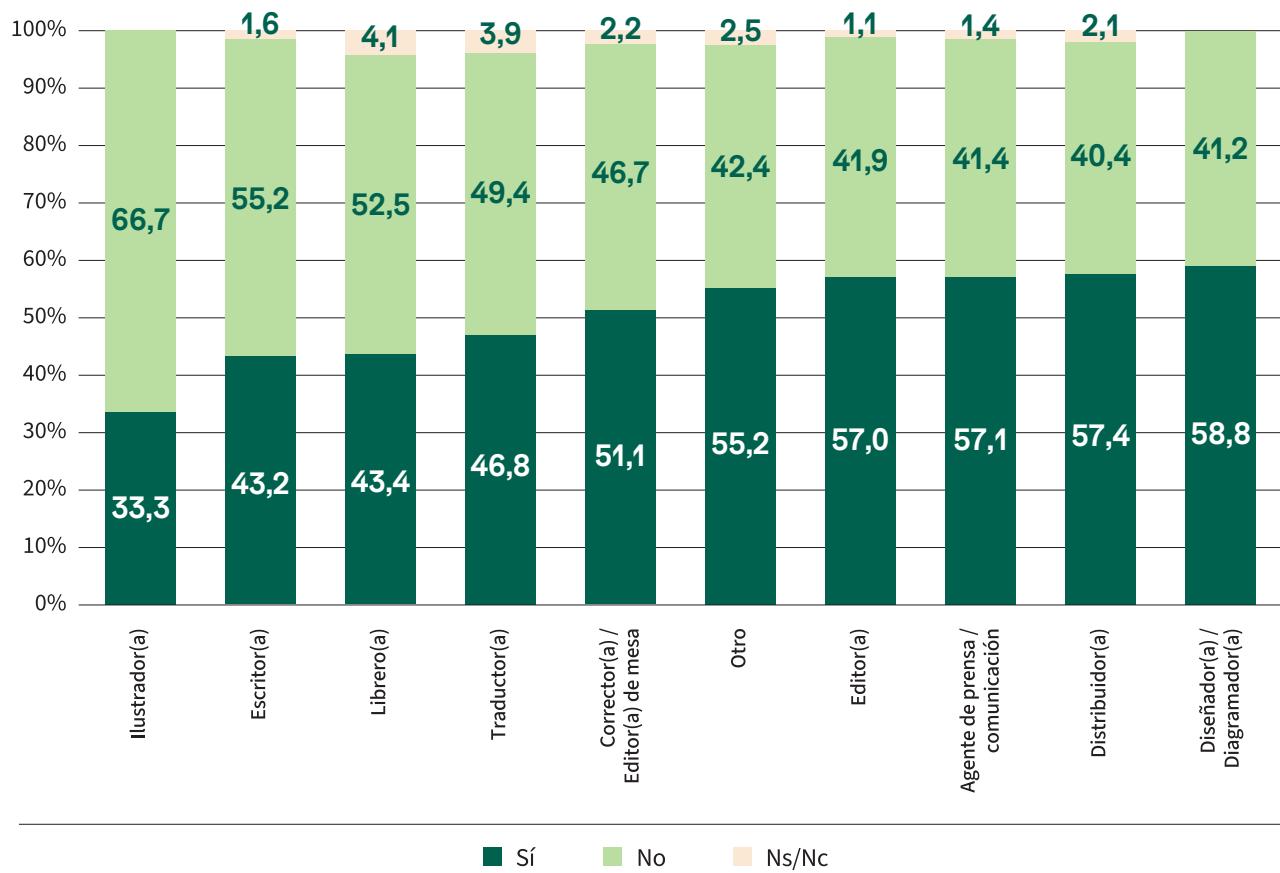


autopercepción de mayor exposición— por la falta de claridad y conocimiento sobre su aplicabilidad en tareas específicas del oficio. De hecho, el 66 % de quienes trabajan en librerías manifestó interés en recibir capacitación sobre inteligencia artificial generativa.

Aunque esta distinción tan tajante pueda pecar de arbitraria, se observa un mayor uso o propensión a explorar las posibilidades de la IA generativa entre quienes se dedican a la edición, la comunicación o prensa, el diseño o la diagramación y la distribución. Las personas encuestadas cuyo oficio es la distribución representan un caso particular, que puede estar condicionado por el número de respuestas recibidas, pues, como se verá a lo largo del informe, muestran un marcado interés por la aplicabilidad de la IA en el desempeño de sus tareas

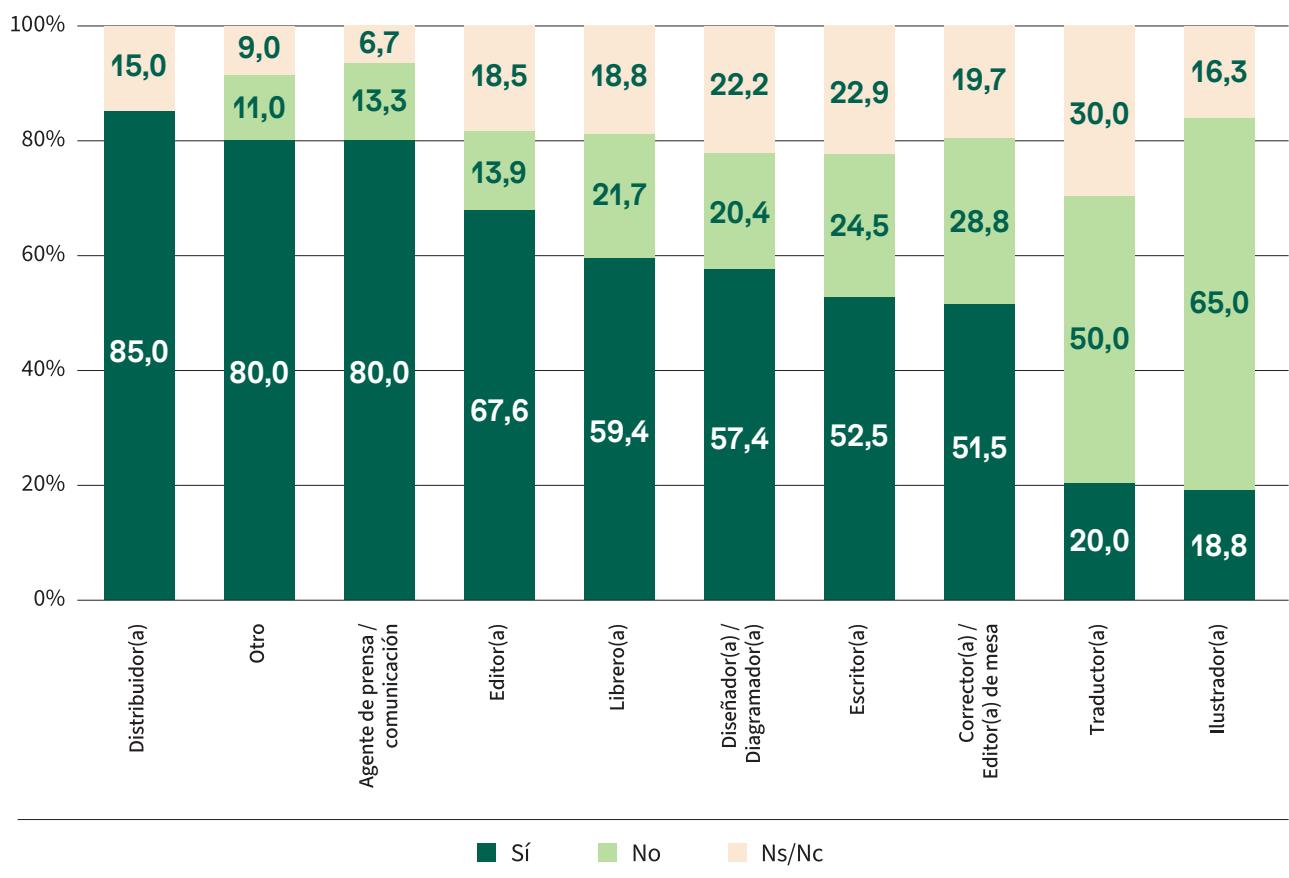
GRÁFICA 19

Uso de herramientas de IA generativa según el rol principal



GRÁFICA 20

Disposición a utilizar herramientas de IA generativa, entre quienes no la han usado, según el rol



Navegando lo incierto

El caso de quienes se dedican al diseño y la diagramación resulta, por otra parte, particularmente revelador de uno de los factores que condicionan la adopción de la inteligencia artificial generativa. Además de la disposición desigual a incorporarla —determinada por diversos factores—, otra cuestión fundamental es el desarrollo mismo de las herramientas y la mayor o menor facilidad para su uso. Como se observa en la Gráfica 28, las personas que trabajan en diseño y diagramación son las que más están utilizando la IA para tareas propias de su ocupación. Cabe conjeturar que dicha utilización tiene mucho que ver con la incorporación de funcionalidades de IA generativa en los paquetes especializados de *software*. Podría decirse que los grados de apropiación de la IA generativa dependen de la disposición y condiciones materiales, pero también de la evolución técnica de los sistemas de IA disponibles.



3.1 POLO CREATIVO VIS A VIS POLO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Si bien la encuesta estuvo dirigida a todas las personas que trabajan en el mundo del libro, se diseñaron nueve instrumentos específicos de indagación para cada uno de los siguientes roles: prensa y comunicación, escritura, ilustración, diseño, traducción, corrección y edición de mesa, distribución, edición y el oficio librero.

Según la clase de actividad que desempeñan en el mercado del libro y el tipo de uso predominante que hacen de la IA generativa, es posible distinguir dos polos diferenciados. Por un lado, el polo creativo, vinculado con la generación original de contenidos; por el otro, el polo de producción y comercialización, relacionado con las tareas de edición, gestión, organización, difusión y comercialización del libro. En el primer polo se encuentran quienes escriben, traducen e ilustran. En el segundo, quienes trabajan en corrección y edición de mesa, distribución y, en cierta medida, librerías. Entre ambos extremos se ubican las personas que se desempeñan en diseño, prensa o comunicación y edición, cuyas tareas combinan aspectos creativos y organizativos, lo que posiciona estos perfiles de manera más ambigua o intermedia entre los dos polos.

En el polo creativo, los usos de la inteligencia artificial generativa se orientan principalmente a acompañar la creación de contenidos originales, ya sea como herramienta de experimentación estética, de apoyo en la escritura, la traducción o la generación de imágenes. En cambio, en el polo de producción y comercialización, su aplicación se concentra en funciones operativas, técnicas y comunicacionales, vinculadas a los procesos de edición, corrección, gestión de metadatos, comercialización y promoción del libro.

Las personas que integran el polo creativo son también las que se perciben —y se encuentran— más expuestas a los efectos negativos de la inteligencia artificial generativa en los planos económico, legal y ético. Por ello, su relación con estas tecnologías tiende a ser más ambigua e incierta: si bien la IA generativa puede representar una herramienta que facilite y potencie ciertos aspectos de su trabajo, también se presenta como una suerte de competencia desleal. Esta deslealtad opera en, al menos, dos niveles. En primer lugar, en el plano legal y ético, dado que los modelos de inteligencia artificial se han entrenado, en la mayoría de los casos, con materiales producidos por personas dedicadas a la escritura, las artes visuales y la traducción, sin su autorización, sin el pago de los derechos correspondientes y sin informar el origen de los datos. En segundo lugar, quienes se dedican a la ilustración y la traducción enfrentan una amenaza concreta sobre su fuente laboral: no solo está en riesgo la continuidad del trabajo, sino también las condiciones en que se realiza y la retribución económica que se recibe por este.



Existen dos aspectos que marcan diferencias significativas entre quienes integran el polo creativo del libro: el peso del nombre propio en la obra —lo que Foucault denominó la “función autoral”— y el grado de relación o dependencia económica con el mercado editorial. Mientras que las personas que escriben suelen ser reconocidas como *autores* por excelencia, tanto por parte de las lectoras, los lectores y las editoriales, quienes se dedican a la ilustración y, en mayor medida, a la traducción, tienden a recibir un reconocimiento público menor, a pesar de su legítima aspiración a ser identificados como autores y ganar visibilidad.

Esta desigualdad tiene consecuencias concretas: al ocupar un lugar más consolidado en el imaginario autoral, quienes escriben tienden a percibir con menos temor la posibilidad de ser reemplazadas por la inteligencia artificial generativa, una amenaza que recae con mayor fuerza sobre quienes ilustran y traducen. A esto se suma que estos últimos, en general, mantienen una relación más directa y dependiente con el mercado del libro, al mismo tiempo que precaria por la modalidad dominante de contratación, a diferencia de la mayoría de las personas que escriben, que no viven de la venta de sus obras ni tienen en esta su principal fuente de ingresos (al respecto, véanse las Gráficas 8 y 9, en el apartado Modos de vinculación económico-laboral con el mercado editorial). En consecuencia, el impacto económico más inmediato y severo lo experimentan quienes combinan una mayor dependencia económica con una labor que aparece como más fácilmente sustituible por tecnologías de IA.



04^º

¿Para qué se está utilizando la IA generativa?

Poco más de un tercio de las personas encuestadas utiliza herramientas de inteligencia artificial generativa a diario o semanalmente (Gráfica 21). En tres ocupaciones —corrección y edición de mesa, prensa y, de manera llamativa, distribución— se registran proporciones algo más altas de uso frecuente (entre el 32 % y el 34 %). En contraste, quienes trabajan en librerías y quienes se dedican a la ilustración se encuentran, por razones muy distintas, entre los perfiles con menor frecuencia de uso (Gráfica 22).

Ante la pregunta sobre las tareas en las que usaron principalmente IA generativa, la opción de usos de carácter general (consultas de todo tipo, búsqueda de información) fue la más señalada (68 %), seguida por la generación de ideas. En tercer lugar apareció la escritura funcional, es decir, delegar la redacción de cierto tipo de textos. Solo dos tareas vinculadas directamente con procesos de edición superaron el 20 %: corrección de textos y generación de imágenes. Estos datos sugieren que, por ahora, el uso de la IA generativa sigue siendo mayormente exploratorio. La novedad de las herramientas y un bajo nivel de familiaridad explicarían este uso incipiente (Gráficas 26 y 27).

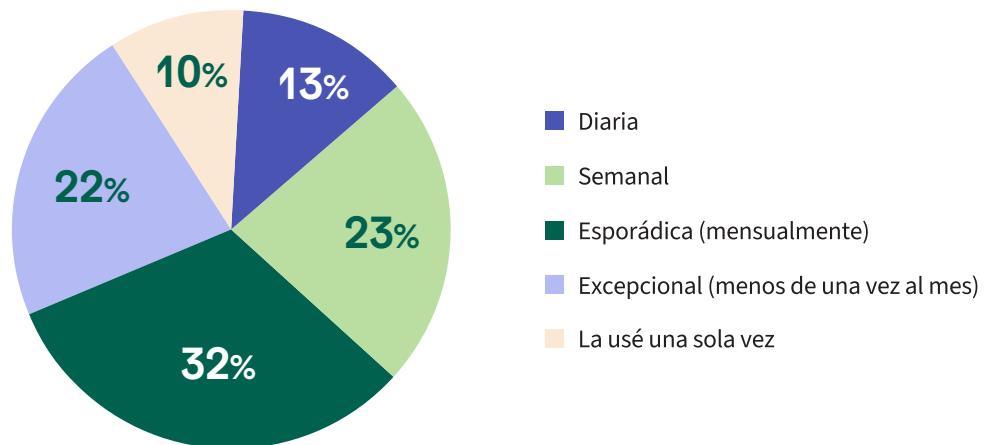
Sin embargo, al examinar las tareas para las cuales se han utilizado estas herramientas según el rol, se observa que las personas que se desempeñan en diseño y diagramación, así como en corrección y edición de mesa, estarían comenzando a incorporarlas en su trabajo. Especialmente notable es el caso de las primeras: un porcentaje considerable (58 %) seleccionó la opción “Generación y edición de imágenes”. Este empleo para fines propios del oficio u ocupación podría tener mucho que ver con la incorporación de herramientas de inteligencia artificial en los paquetes de software especializados, lo que haría su uso mucho más fluido, pues a la larga se trata de una funcionalidad más de las aplicaciones con las que han trabajado por mucho tiempo (Gráficas 27 y 28).

Al consultar por los objetivos de uso de la IA, la opción más elegida fue “Experimentar la herramienta” (58 %). A esta le siguieron dos motivos vinculados a la mejora de la eficiencia: optimización de procesos y ahorro de tiempo. Esto indica que, aunque tímidamente, el sector editorial empieza a explorar el potencial de la IA como herramienta de trabajo.

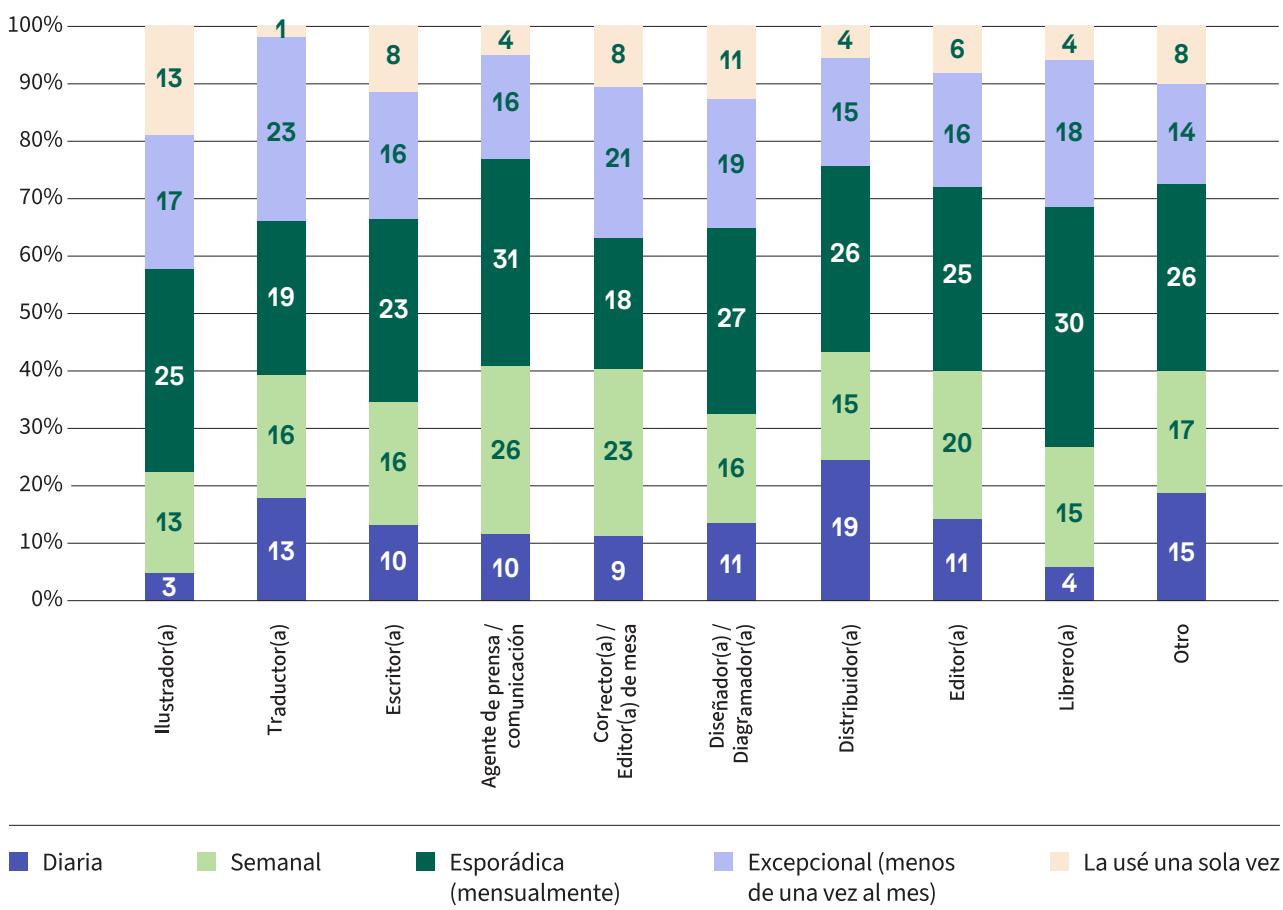


GRÁFICA 21

Frecuencia de uso de la IA generativa

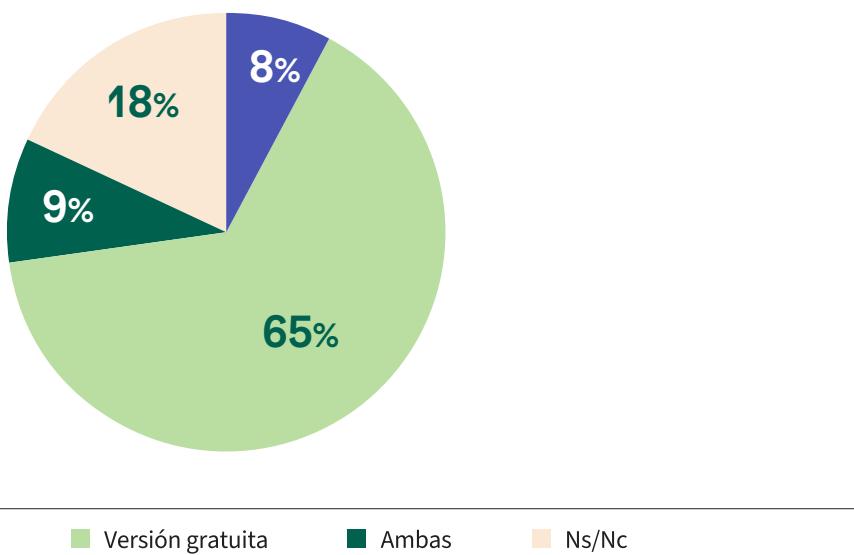
**GRÁFICA 22**

Frecuencia de uso del IA generativa según el rol



GRÁFICA 23

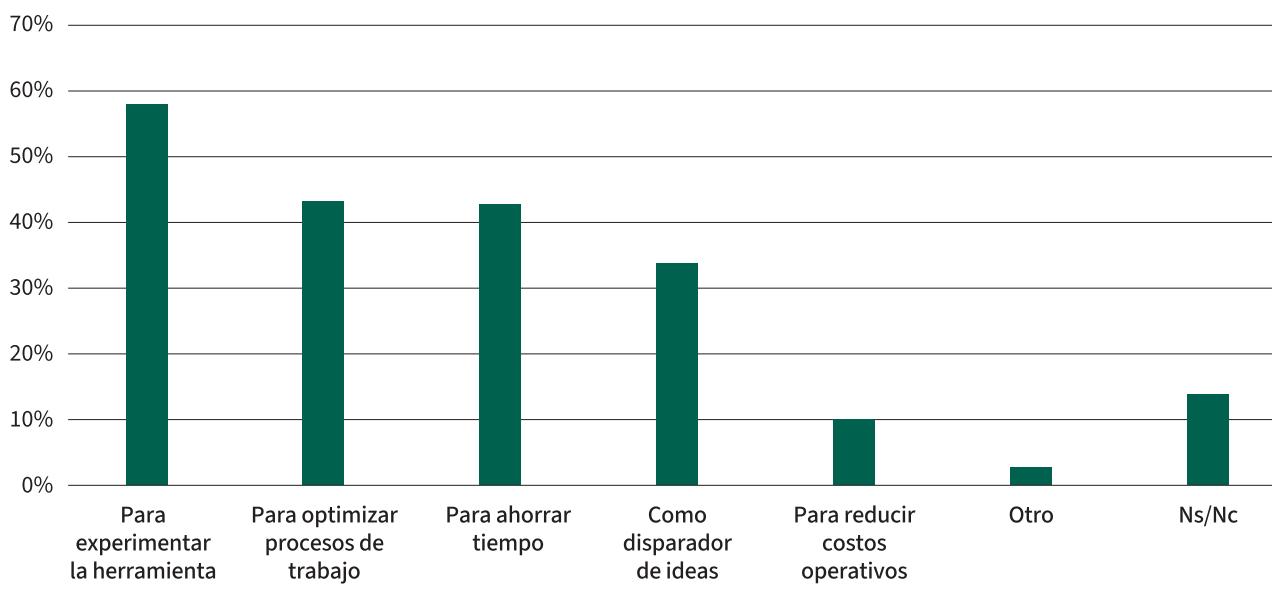
Tipo de versión utilizada de IA generativa



Dos tercios de las personas encuestadas utilizan versiones gratuitas de herramientas de IA generativa. Dado que “Para experimentar la herramienta” fue una las opciones más elegidas cuando se preguntó por los objetivos con los que se ha usado la IA generativa (58 %) y que las tareas para las que se empleó en mayor medida fueron “Consultas de todo tipo, búsqueda de información” (68 %), es esperable que solo una proporción pequeña pague por utilizarla.

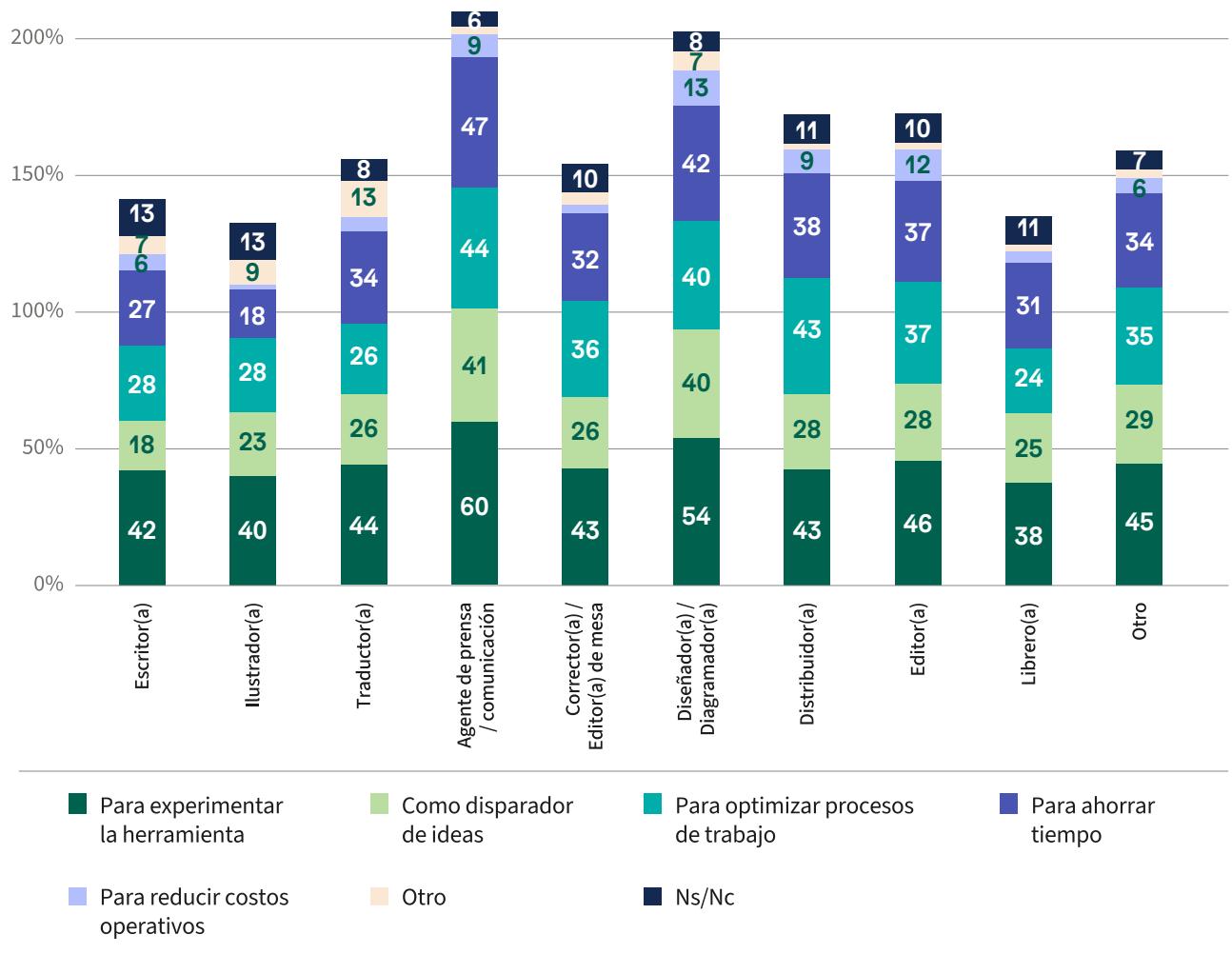
GRÁFICA 24

Objetivos de uso de la IA generativa (se permitía elegir más de una opción)



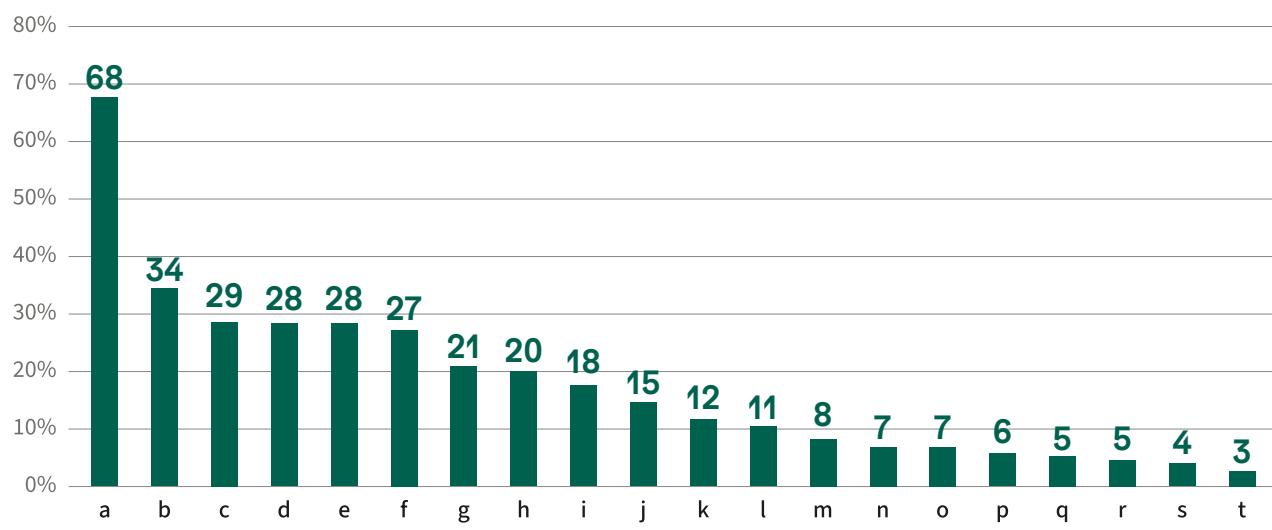
GRÁFICA 25

Objetivos de uso de la IA generativa según el rol (se permitía elegir más de una opción)



GRÁFICA 26

Principales tareas para las que se usa IA generativa (se permitía elegir más de una opción)

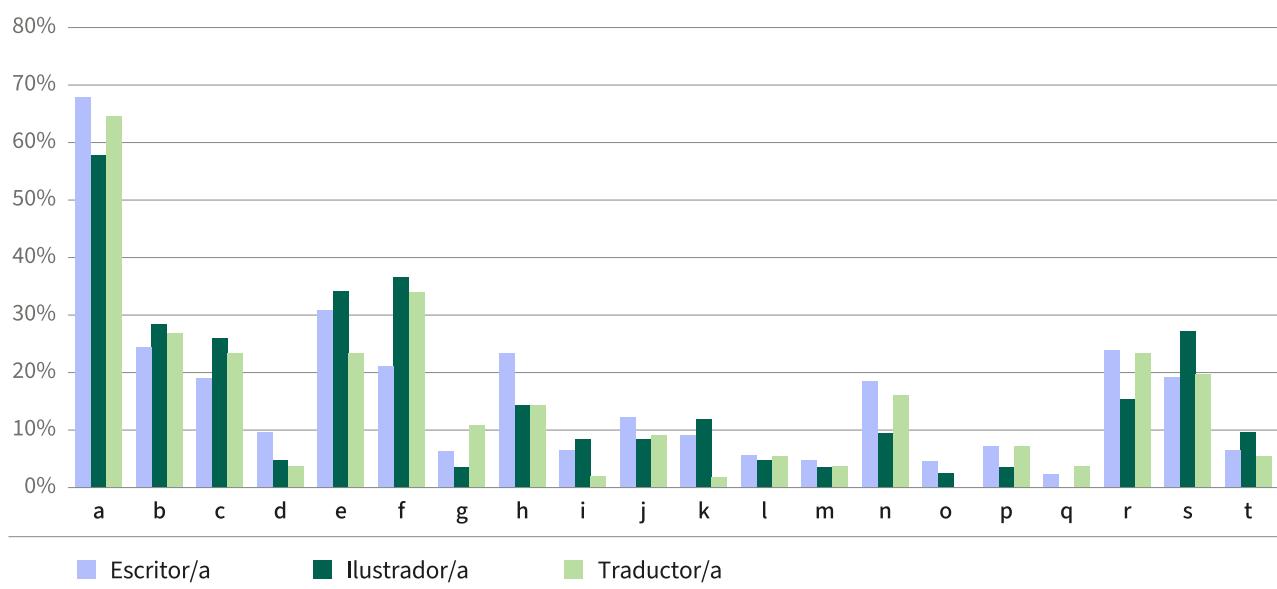


- a)** General (consultas de todo tipo, búsqueda de información, resolución de problemas generales) **b)** Generación de ideas (brainstorming, disparadores, palabras clave y tendencias populares) **c)** Escritura operativa/funcional (textos que cumplen un propósito práctico, resúmenes automáticos, redacción de textos técnicos, etc.) **d)** Corrección y edición de textos (errores gramaticales, ortográficos, de puntuación, estilo y consistencia) **e)** Traducción operativa/funcional **f)** Generación y edición de imágenes **g)** Exploración creativa o experimental **h)** Investigación (búsqueda de información y estudios exhaustivos) **i)** Detección de plagio y/o escritura con IA (comparación de texto con una base de datos de trabajos publicados) **j)** Marketing o comunicación (campañas de marketing, gestión de redes sociales, comunicados de prensa) **k)** Recomendaciones de libros **l)** Escritura creativa **m)** Automatización de procesos administrativos **n)** Análisis de datos y tendencias del mercado (análisis de ventas, tendencias del mercado y comportamiento del lector) **o)** Análisis de redes sociales (monitoreo de conversaciones, identificación de tendencias, desarrollo de relaciones) **p)** Descubrimiento de autores (identificación de nuevos autores, evaluación de viabilidad comercial) **q)** Otra **r)** Traducción autoral **s)** Asistencia legal y de cumplimiento (revisión de contratos, identificación de derechos de autor, cumplimiento de regulaciones) **t)** Publicación y distribución (selección de plataforma, establecimiento de precios, alcance de la audiencia)

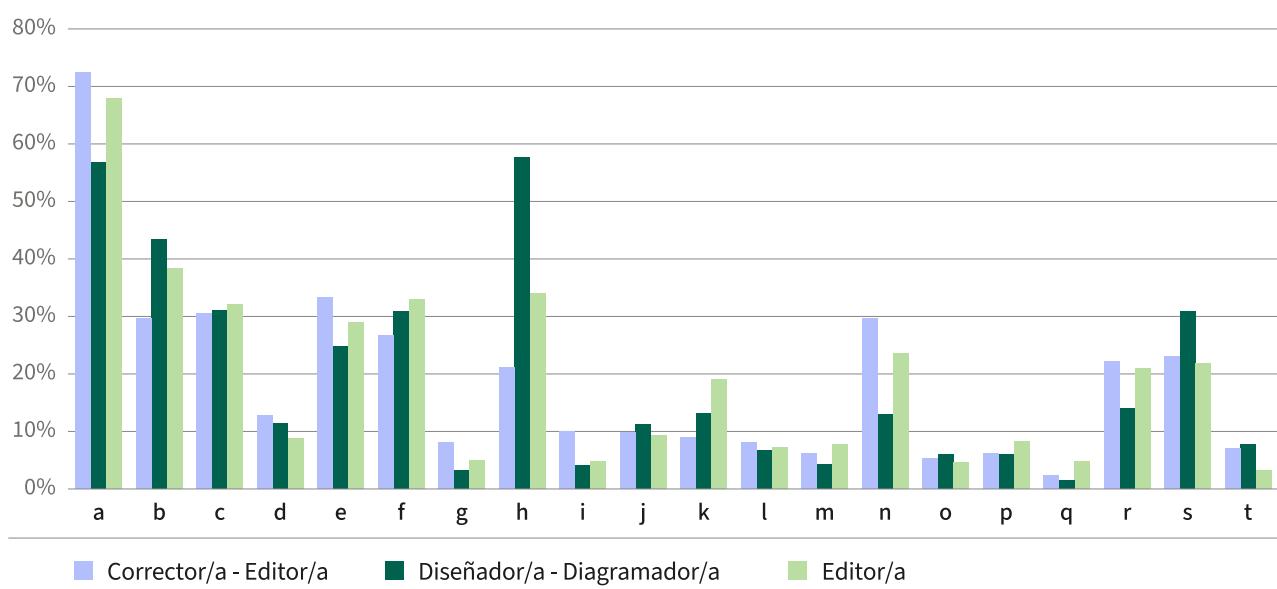


GRÁFICA 27

Principales tareas para las que se ha empleado la IA generativa (escritor/a, ilustrador/a y traductor/a) (se permitía elegir más de una opción)

**GRÁFICA 28**

Principales tareas para las que se ha empleado la IA generativa (editor/a, corrector/a - editor/a y diseñador/a) (se permitía elegir más de una opción)

**Convenciones gráficas 27 y 28**

- a)** General (consultas de todo tipo, búsqueda de información, resolución de problemas generales) **b)** Generación de ideas (brainstorming, disparadores, palabras clave y tendencias populares) **c)** Escritura operativa/funcional (textos que cumplen un propósito práctico, resúmenes automáticos, redacción de textos técnicos, etc.) **d)** Escritura creativa **e)** Corrección y edición de textos (errores gramaticales, ortográficos, de puntuación, estilo y consistencia) **f)** Traducción operativa/funcional **g)** Generación y edición de imágenes **g)** Traducción autoral **h)** Generación y edición de imágenes **i)** Descubrimiento de autores (identificación de nuevos autores, evaluación de viabilidad comercial) **j)** Recomendaciones de libros **k)** Marketing o comunicación (campañas de marketing, gestión de redes sociales, comunicados de prensa) **l)** Análisis de redes sociales (monitoreo de conversaciones, identificación de tendencias, desarrollo de relaciones) **m)** Análisis de datos y tendencias del mercado (análisis de ventas, tendencias del mercado y comportamiento del lector) **n)** Detección de plagio y/o escritura con IA (comparación de texto con una base de datos de trabajos publicados) **o)** Asistencia legal y de cumplimiento (revisión de contratos, identificación de derechos de autor, cumplimiento de regulaciones) **p)** Automatización de procesos administrativos **q)** Publicación y distribución (selección de plataforma, establecimiento de precios, alcance de la audiencia) **r)** Investigación (búsqueda de información y estudios exhaustivos) **s)** Exploración creativa o experimental **t)** Otra



4.1 ¿CÓMO HA IMPACTADO LA IA EN LA CANTIDAD DE TRABAJO?

En la mayoría de los casos, la percepción predominante es que la inteligencia artificial no ha cambiado la cantidad de trabajo, especialmente entre quienes se dedican a la corrección y edición de mesa (50 %), al diseño y la diagramación (52 %) y a la traducción (38 %). Sin embargo, también se observa una tendencia significativa al aumento moderado del trabajo, particularmente en los perfiles vinculados a la escritura (37 %), la ilustración (32 %) y la prensa o comunicación (27 %). La percepción de reducción del trabajo es más marcada, aunque minoritaria, entre quienes ilustran (10 % de reducción significativa) y traducen (9 %).

Es probable que las respuestas reflejen matices relacionados con la forma en que se interpretó la pregunta. Las personas del polo creativo (ilustración, traducción y escritura) parecen haberla entendido como una reducción en la cantidad de trabajo que reciben, mientras que quienes se desempeñan en tareas de producción y circulación habrían interpretado la pregunta en términos de la cantidad de trabajo que realizan (Gráfica 29).

4.2 USO DE LA IA GENERATIVA POR PEDIDO DE LAS EMPRESAS O LAS EDITORIALES Y LIBROS PUBLICADOS EN LOS QUE SE LA EMPLEÓ EN ALGUNA ETAPA

La proporción de personas encuestadas que declararon haber utilizado herramientas de inteligencia artificial generativa por solicitud de las empresas para las que trabajan es minoritaria, independientemente del rol que desempeñen. Sin embargo, este dato vuelve a poner en evidencia una diferencia significativa entre los roles vinculados al polo creativo y aquellos relacionados con la producción y circulación.

Entre quienes escriben, ilustran y traducen, el uso de inteligencia artificial generativa por solicitud del empleador es marginal. En contraste, los porcentajes son notablemente más altos entre quienes trabajan en edición, corrección y edición de mesa, y diseño y diagramación. Como se señaló previamente, estos perfiles tienden a incorporar la IA en tareas directamente asociadas a su oficio, con el objetivo de ganar eficiencia y optimizar procesos.

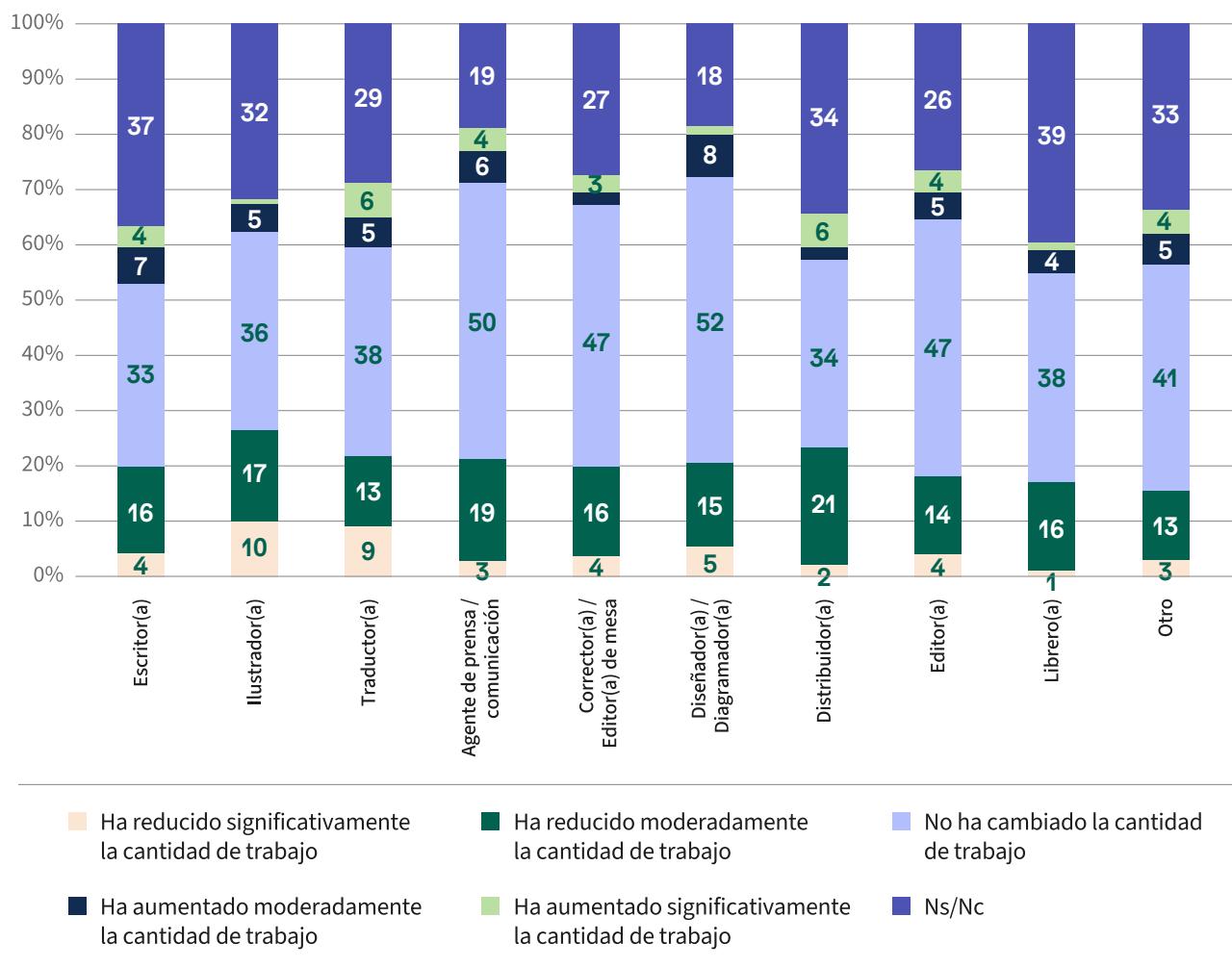
Un dato que llama especialmente la atención es el de quienes se desempeñan en el ámbito de la distribución, pues más de una cuarta parte de las personas encuestadas en este rol indicó haber utilizado IA generativa por solicitud de la empresa. Cabe recordar que este grupo registró la segunda mayor proporción



de uso general de herramientas de IA en el trabajo (57 %). Además, el 35 % de quienes trabajan en distribución señaló que la inteligencia artificial había reducido la cantidad de trabajo, un porcentaje alto en comparación con otros roles del llamado polo de producción y circulación del libro. Todo esto sugiere dinámicas particulares frente a la IA —como una mayor apertura a su uso— dentro de este segmento del ecosistema editorial.

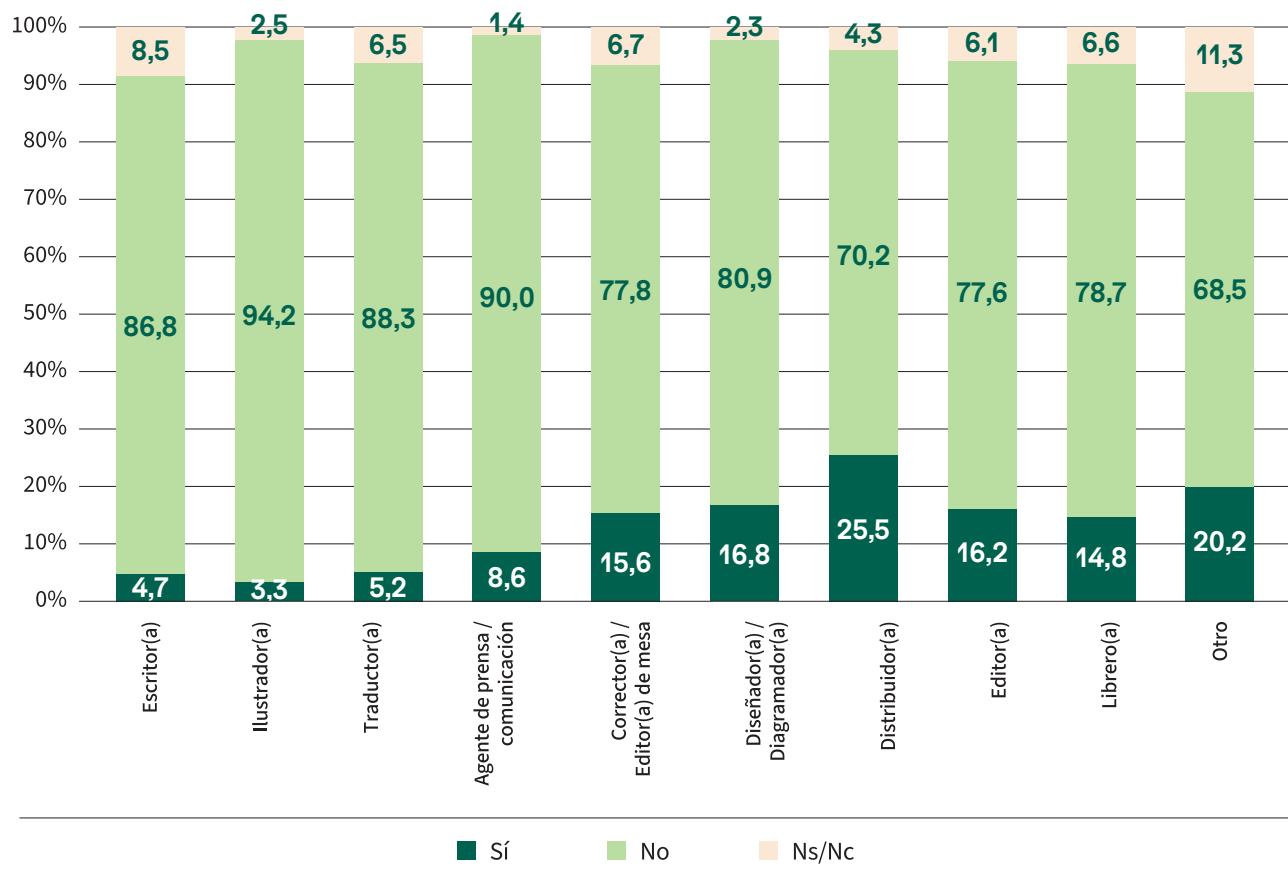
GRÁFICA 29

Impacto de la IA en la cantidad de trabajo según el rol



GRÁFICA 30

Uso de IA generativa por pedido de editoriales o empresas



Navegando lo incierto

También se consultó a las personas que se desempeñan en cada uno de los roles si habían trabajado en libros publicados en los que hubieran utilizado inteligencia artificial generativa. El uso declarado por quienes se dedican a la ilustración y la traducción en libros ya publicados fue muy limitado. En cambio, poco más del 30 % de quienes ejercen labores de corrección y edición de mesa, así como diseño y diagramación, indicaron haber empleado estas herramientas en obras publicadas. Este dato reafirma lo observado previamente: la incorporación de IA generativa sigue siendo incipiente, pero comienza a consolidarse en funciones específicas de estos dos oficios.

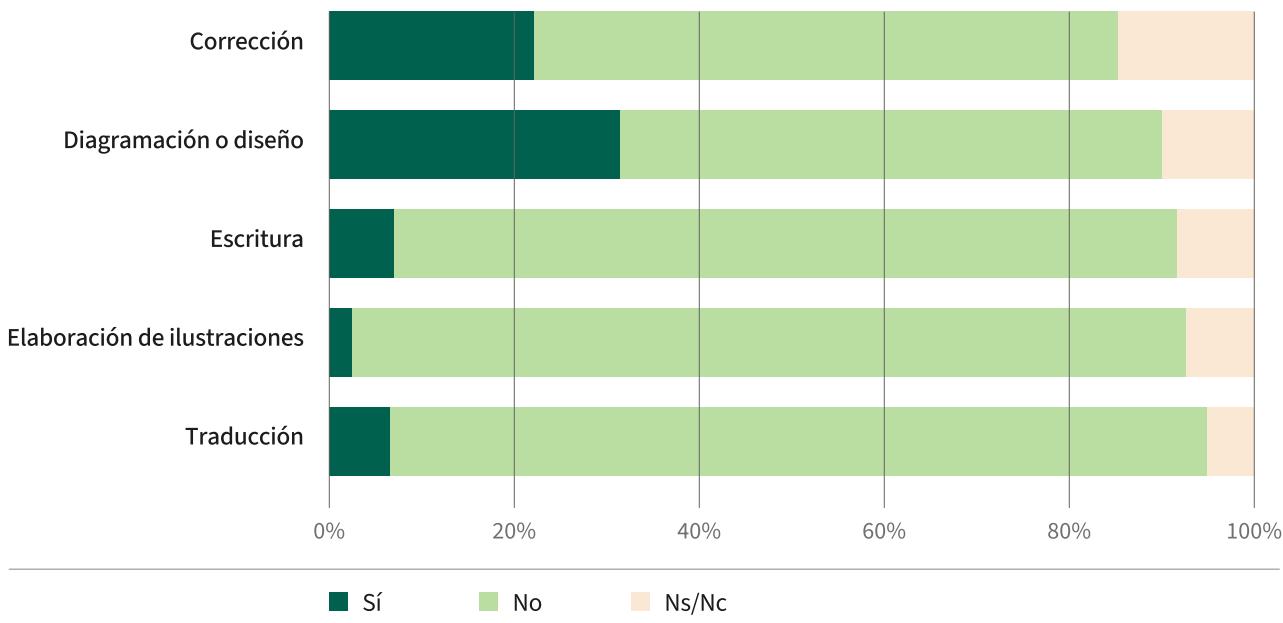
A las personas que se desempeñan como editoras o editores se les preguntó si habían participado en la publicación de libros en los que se hubiera utilizado inteligencia artificial generativa en una o varias etapas del proceso editorial. La mitad respondió que no la había empleado en ninguna fase, mientras que poco menos de la otra mitad indicó haberla utilizado en al menos una. Un porcentaje menor señaló que no lo sabe o prefirió no responder. Esta distribución replica la división casi equitativa observada en las respuestas sobre el uso de herramientas de IA generativa en el trabajo editorial. Solo el 15 % de quienes afirmaron haber utilizado IA en alguna etapa del proceso indicó



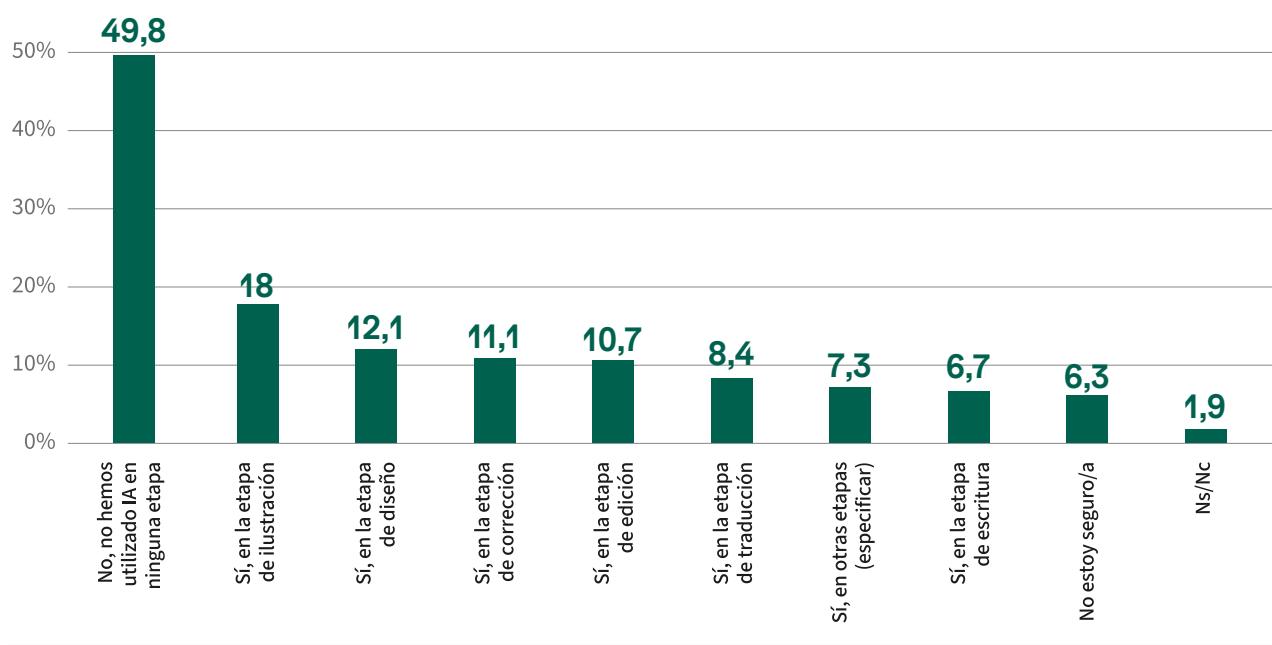
haberlo comunicado de manera explícita. Este dato contrasta con el consenso entre las personas encuestadas sobre la importancia de informar al público cuando se hace uso de la inteligencia artificial generativa.

GRÁFICA 31

Uso de herramientas de IA generativa en libros publicados según rol principal

**GRÁFICA 32**

Uso de herramientas de IA generativa en libros publicados en alguna etapa del proceso editorial (Editores/as)

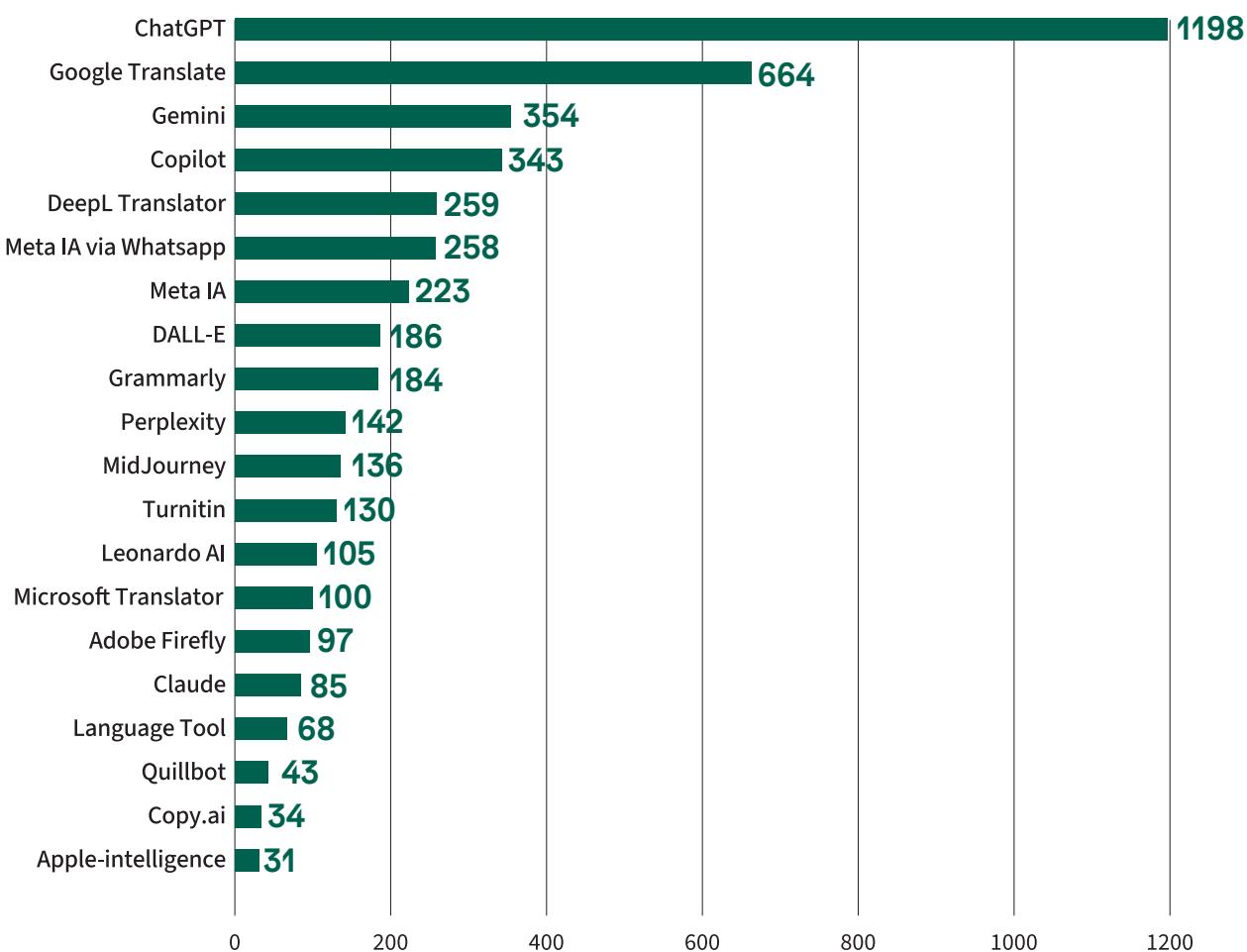


4.3 SISTEMAS DE IA GENERATIVA MÁS UTILIZADOS

Aunque los motores de traducción automática no son propiamente servicios de IA generativa, están basados en arquitecturas que utilizan los LLM. Google Translate dio un salto cualitativo en 2018, cuando incorporó el modelo bautizado como Transformer, en el que están basados Chat GPT (de ahí la te), Dall-E o Midjourney. Hasta entonces, la traducción automática (y, en general, el procesamiento de lenguaje natural) se basaba en redes neuronales recurrentes. Cuando se traducía una oración, el modelo debía procesar palabra a palabra. Transformer, en cambio, realiza un procesamiento paralelo en el que la traducción de una palabra se hace tomando como referencia cualquier otro pasaje de la oración. En lugar de una aproximación lineal, este modelo traduce cada palabra reconociendo de manera simultánea las relaciones entre las distintas palabras de una misma frase.

GRÁFICA 33

Veinte motores de IA generativa más usados

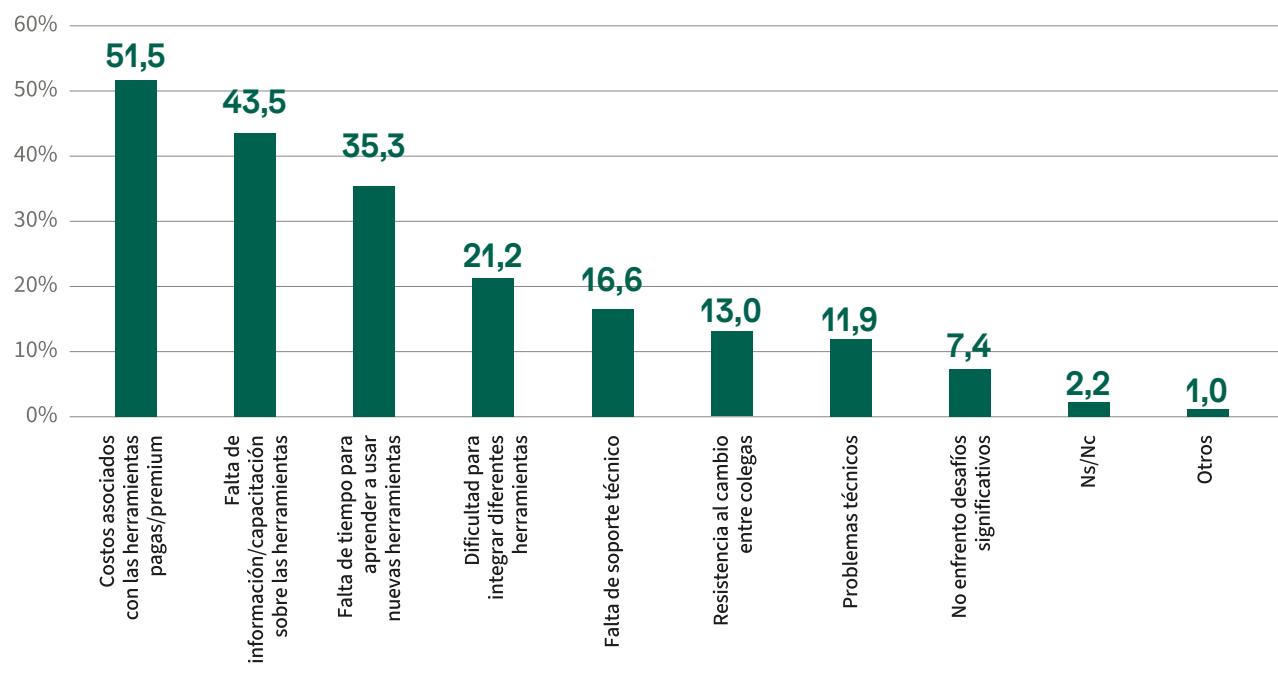


4.4 USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS: ¿SE RESISTEN LOS ACTORES DEL ECOSISTEMA EDITORIAL AL CAMBIO?

A menudo se le reprocha al ecosistema editorial y a los diversos actores que lo conforman su incapacidad o resistencia a incorporar nuevas herramientas tecnológicas y a innovar en los procesos de producción y comercialización. No es este el lugar para profundizar en el debate sobre si se trata efectivamente de resistencia —que sin duda existe— o más bien de imposibilidad. En todo caso, conviene indicar que, cuando se ha señalado al sector por su poca propensión a innovar, no solo se ha tendido a desconocer rasgos estructurales del campo editorial en su conjunto y las fuerzas o dinámicas en juego —todo lo cual condiciona la adopción de una determinada herramienta o la transformación de modos de hacer largamente asentados—, sino que se ha pecado de tecnodeterminismo. Se ha desconocido que se trata de una cuestión compleja en la que intervienen factores sociales, económicos y políticos —y, una vez más, las motivaciones y las resistencias de los propios actores—.

GRÁFICA 34

Desafíos o inconvenientes para el uso de herramientas digitales (se permitía elegir más de una opción)

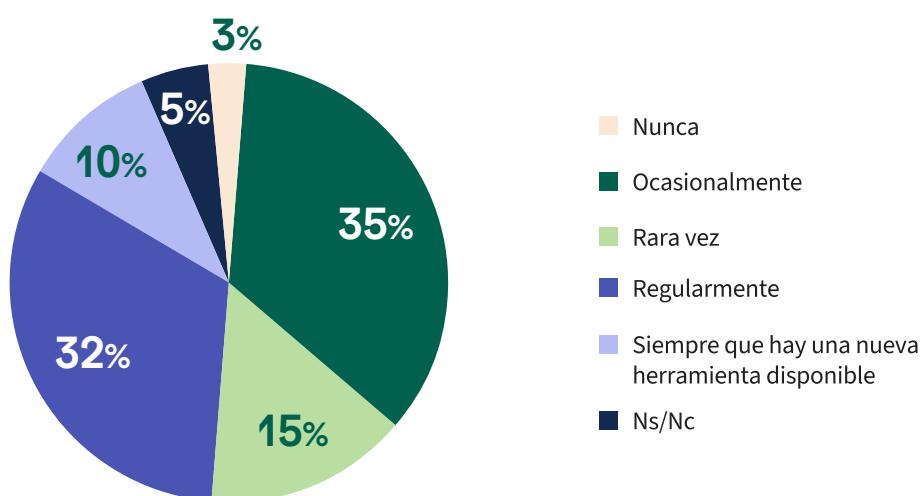


Como explica John B. Thompson, en su libro *Book Wars* (2021), en el que hace un *balance* de lo que la “revolución digital” ha implicado para el sector editorial estadounidense —en particular, el subsector de interés general (*trade*)—, muchos de los comentaristas que examinaron lo que implicaría la “gran revolución tecnológica” de lo digital “se basaron demasiado en el análisis de las tecnologías en sí mismas y en la creencia —usualmente implícita y rara vez examinada— de que las nuevas tecnologías, en virtud de sus beneficiosas características intrínsecas, a la larga prevalecerían”. “En pocas palabras, [concluye Thompson], lo que les faltó a muchos comentaristas fue una comprensión real de las fuerzas que daban forma al espacio social particular o ‘campo’ dentro del cual esas tecnologías estaban desarrollándose y desplegándose” (p. VII).

En un diagnóstico del ecosistema del libro iberoamericano, publicado con motivo del quincuagésimo aniversario del Cirlalc (2023), se constató que hay una muy desigual disposición de los agentes concernidos en la producción y circulación del libro frente a las herramientas tecnológicas en función de sus posiciones en el campo editorial. Los agentes de mayor tamaño están más dispuestos a explorar las posibilidades que ofrecen las tecnologías digitales e implementar cambios en función de estas, mientras que los medianos y pequeños persisten en las formas conocidas. Esta situación se explica, entre otras cosas, por la disponibilidad de recursos para invertir en estos procesos, la carencia de habilidades específicas y, por último, mas no menos importante, porque los modelos tradicionales de negocio siguen constituyendo la principal fuente de ingresos.

GRÁFICA 35

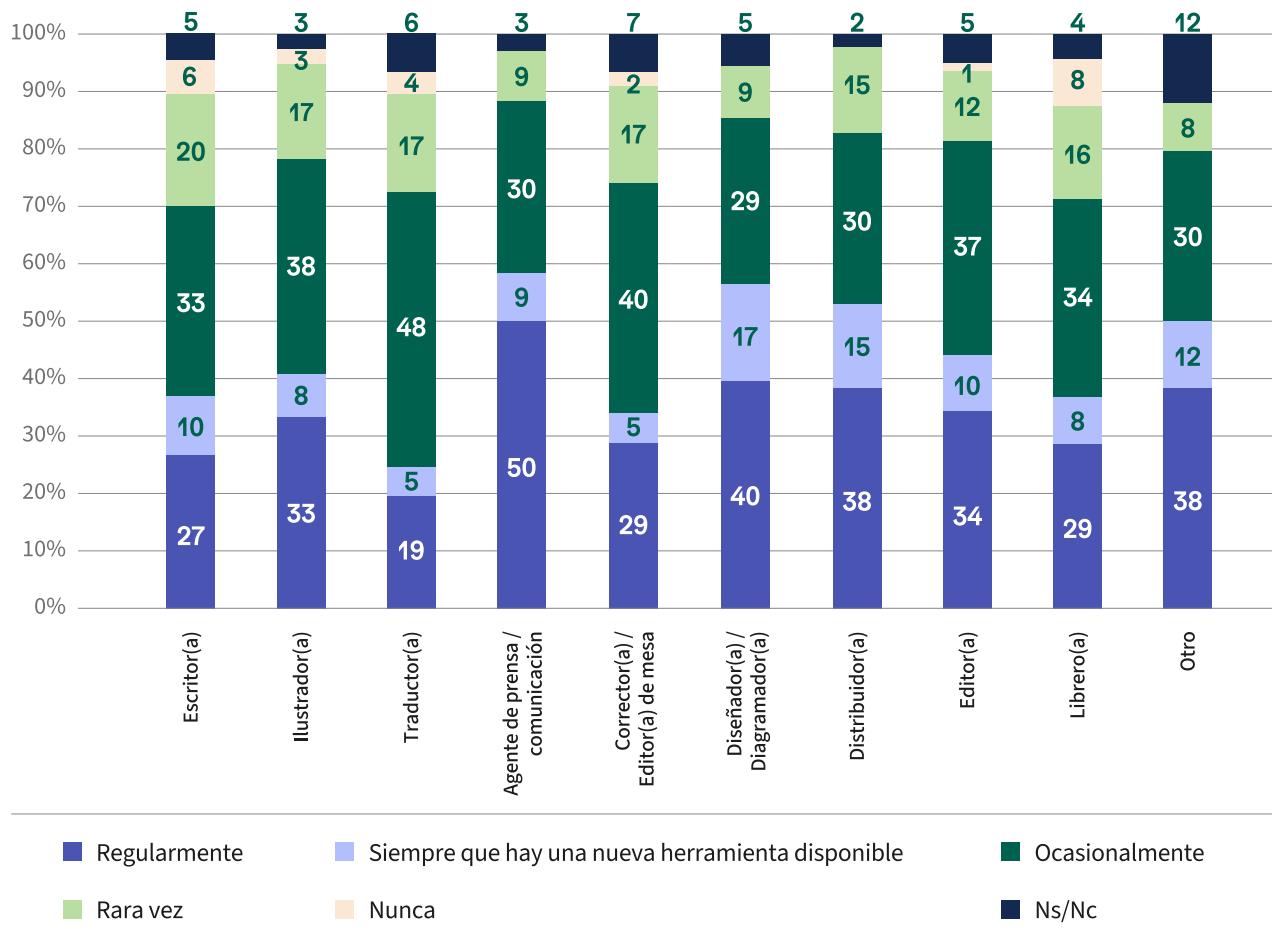
Frecuencia de actualización sobre nuevas herramientas tecnológicas



De hecho, los resultados de la encuesta mostraron que los tres principales obstáculos que enfrentan las personas para no haber utilizado herramientas digitales en su trabajo fueron los costos, la falta de información o capacitación, y el poco tiempo disponible para aprender a usarlas. Por otra parte, si bien la proporción de quienes indicaron actualizarse para utilizar herramientas digitales cada vez que hay una nueva es baja (10 %), también lo es la de quienes nunca (3 %) o rara vez lo hacen (15 %). Que poco más de dos tercios de las personas encuestadas se actualicen ocasional o regularmente podría indicar que existiría una mayor propensión a hacerlo si se dieran ciertas condiciones. Así que, aunque sería equivocado negar que hay resistencia al cambio, podría decirse que hace falta también propiciar escenarios que incentiven y faciliten la innovación. Esto resulta especialmente importante de cara al rol que pueden jugar las políticas públicas y las acciones de las agremiaciones y asociaciones sectoriales para preparar a los actores frente a las posibilidades y los desafíos que implica la inteligencia artificial generativa.

GRÁFICA 36

Frecuencia de actualización sobre nuevas herramientas tecnológicas según el rol



05^º

Oportunidades, impactos y preocupaciones: la mirada de los actores del sector

5.1 OPORTUNIDADES: BENEFICIOS OPERATIVOS Y TENSIONES CREATIVAS

Si bien, como veremos más adelante, el sector manifiesta altos niveles de preocupación frente a la irrupción de la IA generativa, esto no implica una falta de reconocimiento de ciertas ventajas potenciales, especialmente vinculadas a aspectos operativos y económicos. Las personas dedicadas a la edición, la distribución, el diseño gráfico y la diagramación son quienes, en mayor medida, reconocen oportunidades en la capacidad de estas herramientas para optimizar recursos, abaratar costos y mejorar la eficiencia y rentabilidad (Gráfica 37).

También se destaca que quienes trabajan en prensa y comunicación reconocen la mejora en la accesibilidad al contenido como una oportunidad concreta, opción que alcanzó el 40 % entre este grupo.

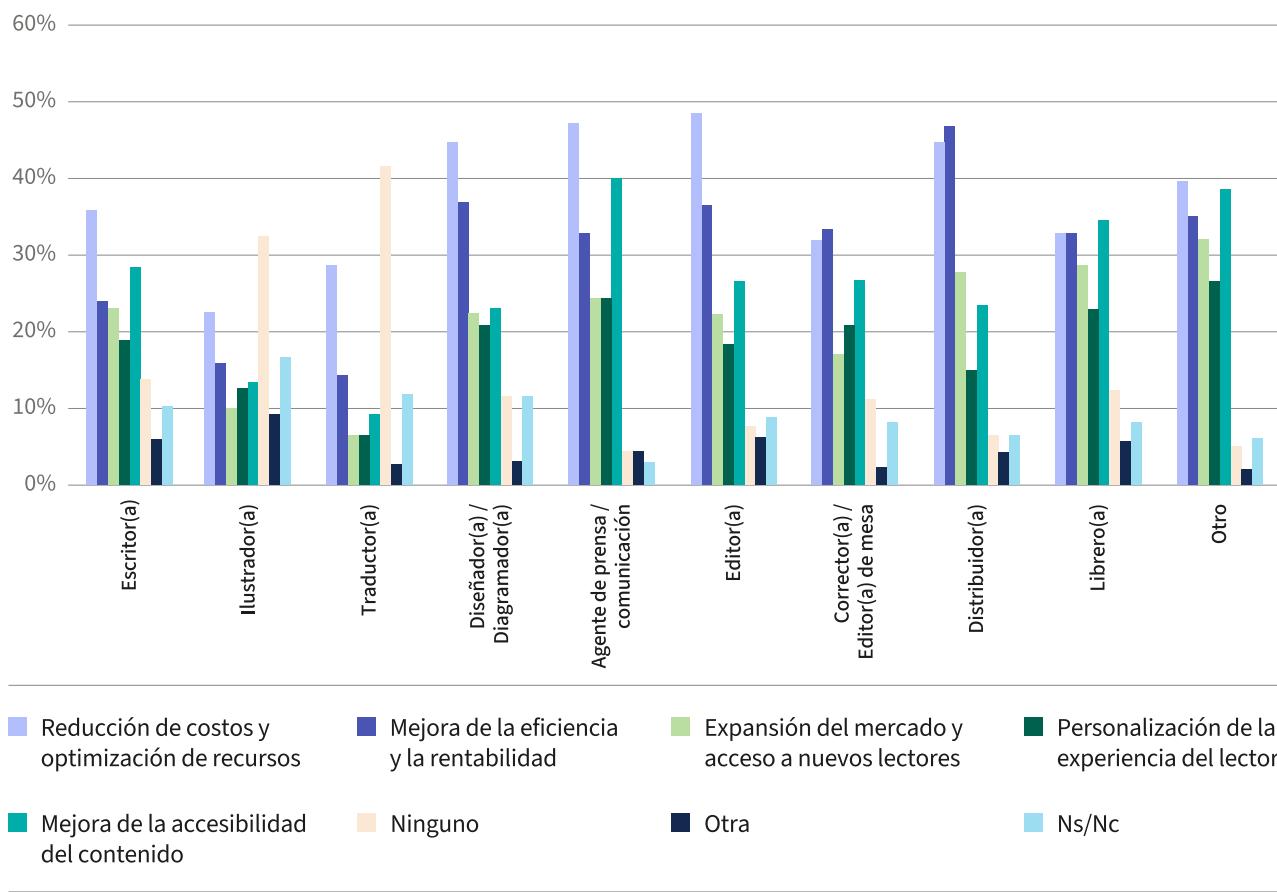
En términos generales y más allá de los reparos éticos, estos datos, sumados a la disposición a capacitarse y al interés por explorar su uso, muestran que una gran parte del sector se posiciona con una visión pragmática, reconociendo las ventajas y potencialidades de su uso.

Al analizar en detalle las respuestas de las personas dedicadas a la ilustración y la traducción, se observa una mayor ambigüedad. En comparación con otros roles, muestran niveles más bajos de reconocimiento de los beneficios; pero no se trata de un rechazo absoluto. En las respuestas de estos dos roles, la opción de reducción de costos y optimización de recursos alcanzó entre 20 % y 30 %. Asimismo, la mejora de la eficiencia y rentabilidad fue señalada como una oportunidad por un porcentaje menor, pero significativo. Esto sugiere que incluso en los roles más reticentes existen matices y percepciones en tensión. En contraposición, un segmento dentro de estas mismas ocupaciones manifestó no reconocer ningún beneficio en la IA, adoptando una posición más escéptica y, en muchos casos, polarizada frente a esta tecnología. Esta tendencia refleja una mayor reserva, posiblemente condicionada por la percepción de que las herramientas de IA generativa podrían afectar negativamente la dimensión creativa y las condiciones laborales propias de estos roles.



GRÁFICA 37

Beneficios percibidos del uso de la IA generativa para el sector del libro según el rol
(se permitía elegir más de una opción)



5.2 IMPACTOS FUTUROS DE LA IA

En las respuestas sobre la percepción del impacto futuro de la inteligencia artificial en el sector, predominan las posturas matizadas. El 31,8 % considera que la IA supone aspectos negativos, aunque en términos generales su impacto será positivo; mientras que el 19 % sostiene lo contrario: que tendrá algunos aspectos positivos, pero que su impacto global será negativo. Quienes adoptan la primera postura reconocen desafíos y riesgos asociados a la IA, pero también identifican oportunidades y beneficios. En cambio, quienes sostienen la segunda muestran una mayor preocupación por sus posibles consecuencias negativas, relativizando los beneficios. En tercer lugar, un porcentaje significativo de las personas encuestadas (12,8 %) manifestó incertidumbre respecto del impacto de la IA en el sector. Esta falta de claridad podría estar vinculada con lo reciente del fenómeno, su veloz expansión, la ausencia de regulaciones específicas y la limitada familiaridad con esta tecnología.

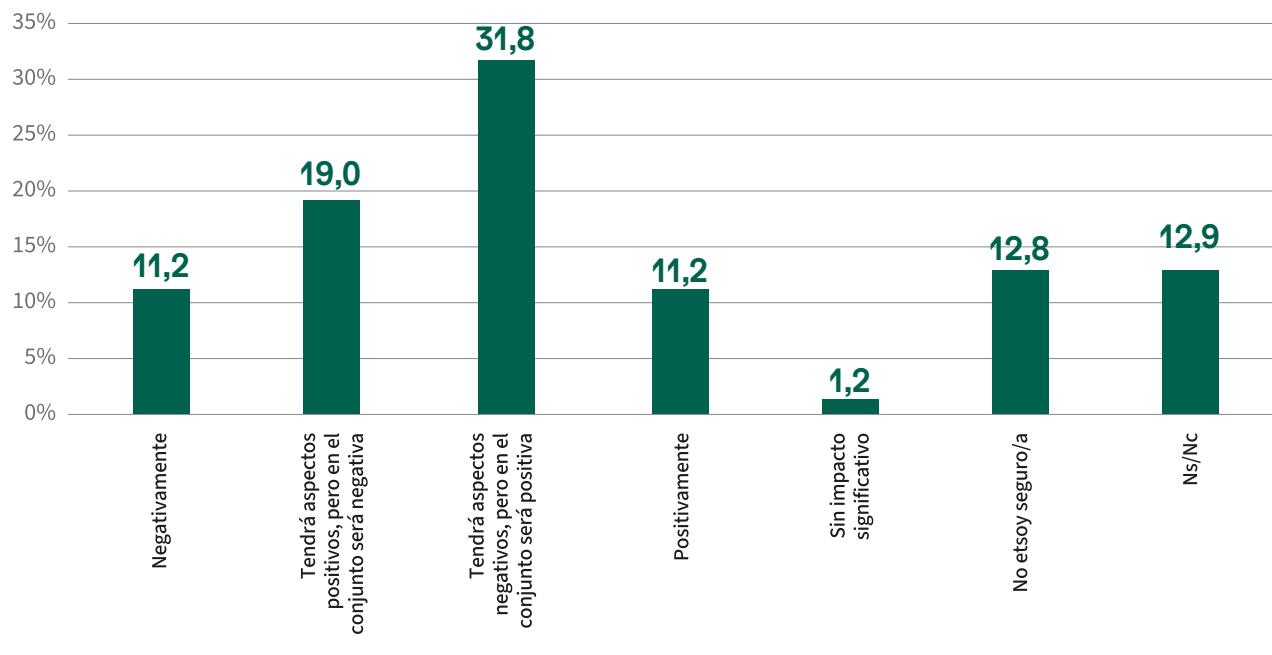


En los extremos encontramos las posiciones más polarizadas: el 11,2 % de las personas encuestadas considera que la IA afectará negativamente el futuro del sector editorial sin matices, mientras que otro 11,2 %, con una visión “tecnó-optimista”, cree que el impacto será en conjunto positivo. Por su parte, solo el 1,2 % considera que la IA no tendrá un impacto significativo. Que este grupo sea tan pequeño permite inferir que el impacto de esta tecnología no es un hecho que resulte indiferente. Es particularmente significativo que la gran mayoría no solo reconoce su relevancia, sino que ha elaborado una postura concreta frente a la inteligencia artificial, ya sea en clave crítica, optimista o con matices (Gráfica 38).

El análisis por rol sobre la percepción del impacto de la IA generativa en el futuro del sector permite confirmar la tendencia a una mayor polarización entre quienes ilustran o traducen, en comparación con otros perfiles del ecosistema del libro. Dos tercios de quienes ejercen estos oficios expresan una visión crítica o muy crítica, lo que evidencia una preocupación marcada. En contraste, entre quienes trabajan en la distribución predomina una percepción más optimista: el 40 % reconoce aspectos negativos, pero considera que el impacto será mayormente positivo, y el 13 % cree que será positivo, sin salvedades. En los demás roles, los posicionamientos tienden a ser más similares entre sí: se destaca la percepción positiva con matices como la postura predominante (Gráfica 39).

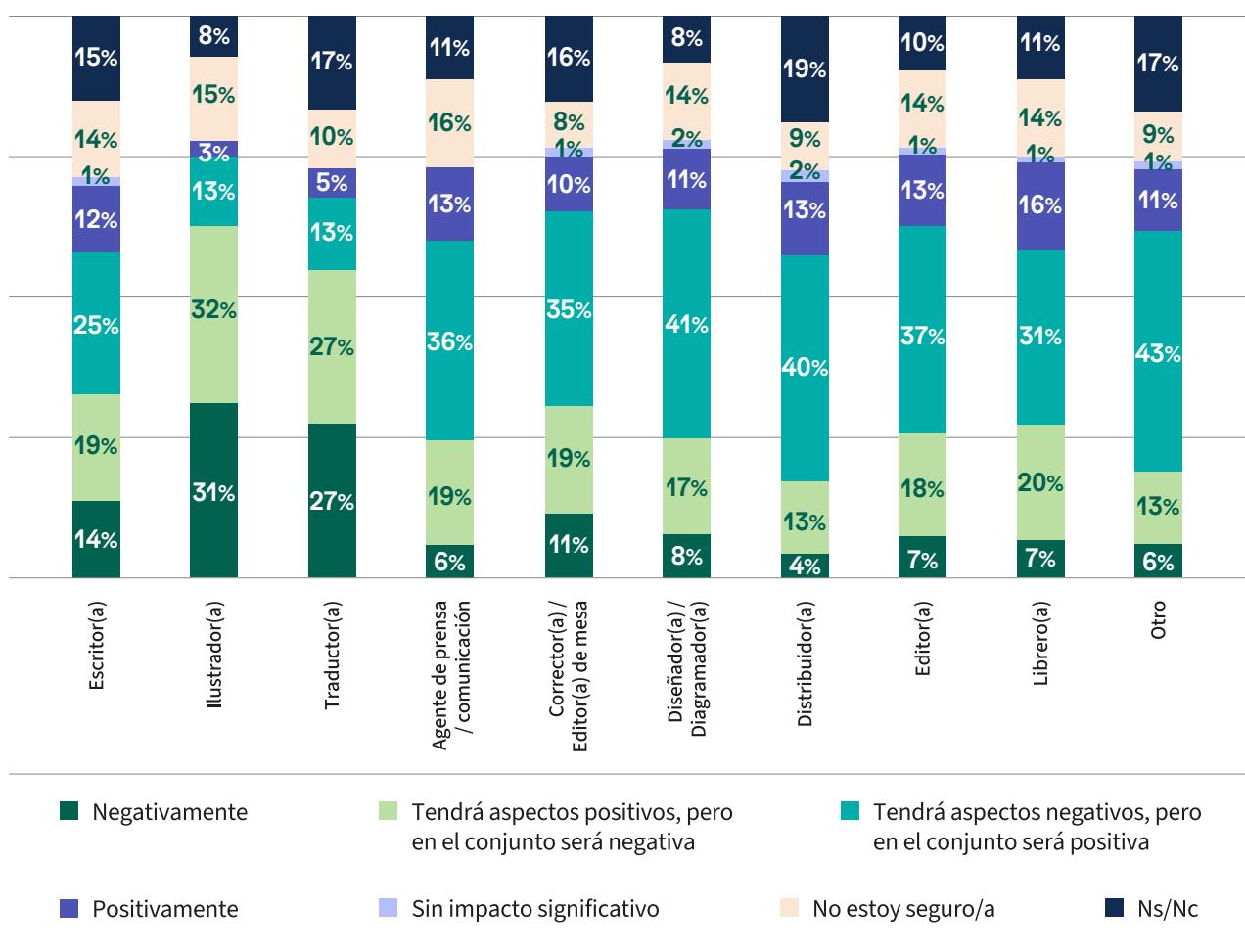
GRÁFICA 38

Percepciones sobre el impacto de la IA generativa en el futuro del sector editorial

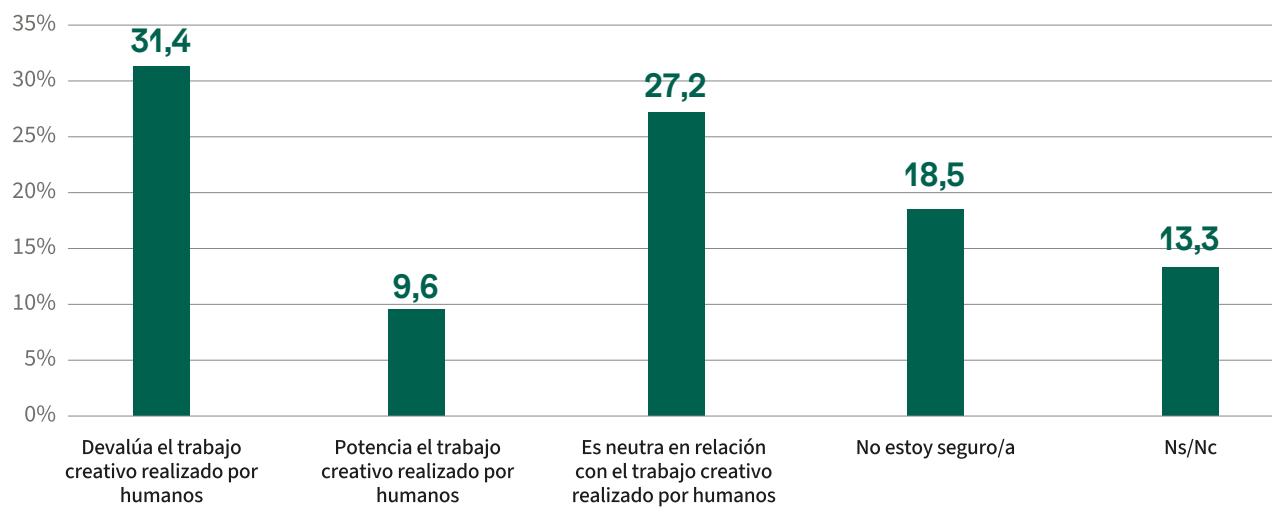


GRÁFICA 39

Percepciones sobre el impacto de la IA generativa en el futuro del sector según el rol

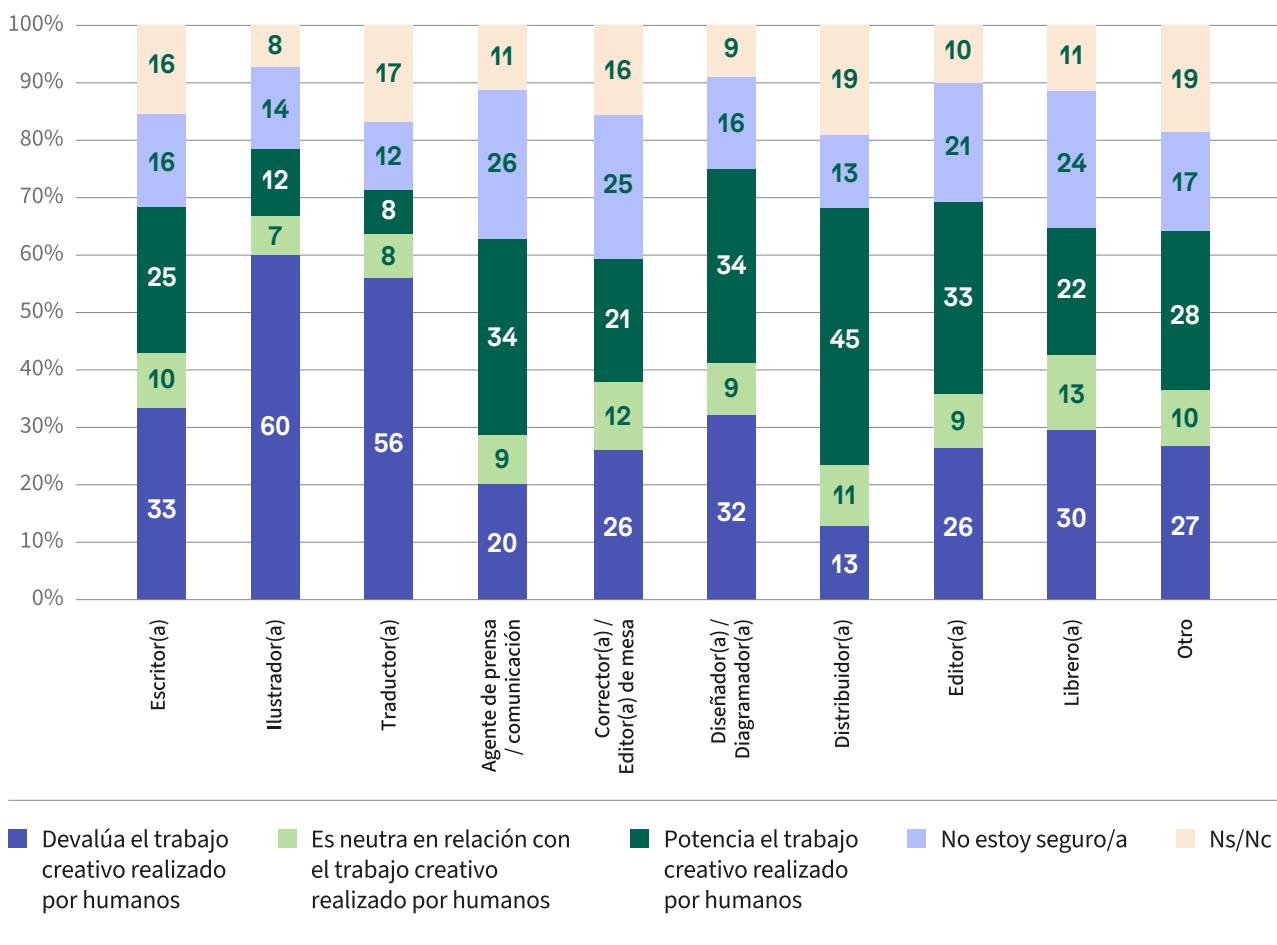
**GRÁFICA 40**

Percepciones sobre el impacto de la IA generativa en el trabajo creativo



GRÁFICA 41

Percepciones sobre el impacto de la IA generativa en el trabajo creativo según el rol



Respecto al impacto de la IA generativa en el trabajo creativo, los datos dan cuenta de que no existe una percepción homogénea entre las distintas ocupaciones del ecosistema del libro. Un porcentaje muy importante de quienes traducen (56 %) e ilustran (60 %) manifiesta una visión crítica, al considerar que esta tecnología representa principalmente una amenaza capaz de devaluar o poner en riesgo la creatividad humana. Esta percepción es menos frecuente entre quienes escriben, grupo que también se distingue por presentar un mayor porcentaje de personas (25 %) que considera que la IA puede potenciar el trabajo creativo (Gráficas 40 y 41).

Estas tres ocupaciones —escritura, traducción e ilustración— comparten el ejercicio de la creatividad, la imaginación, la habilidad técnica y la intencionalidad humana como eje central de su trabajo. Frente a esto, surge la pregunta sobre si la inteligencia artificial puede potenciar o enriquecer los procesos creativos, o si, bajo las demandas del mercado, terminará reemplazando gradualmente la creatividad humana por procesos automatizados, generados por modelos entrenados específicamente para imitar y replicar la condición



creativa humana. Ante esta situación aparece el riesgo de una producción cultural estandarizada, sin lugar a la singularidad y la complejidad misma de la creación humana. En este sentido, se advierte una posición más defensiva frente a la vulnerabilidad de estos roles.

Por otro lado, se evidencia una clara brecha en esta percepción dentro del sector: los perfiles más técnicos o vinculados al mercado —como distribución (45 %) y, en menor medida, prensa y comunicación (34 %), edición (34 %) y diseño (34 %)— tienden a adoptar una postura más entusiasta: consideran que la IA puede potenciar el trabajo creativo. Más allá de esta polarización, resalta un porcentaje considerable de personas encuestadas —en particular, entre quienes se desempeñan en corrección (25 %), prensa y comunicación (26 %), librerías (24 %) y edición (21 %)— que manifiestan no estar seguras del impacto que tendrá la IA sobre el trabajo creativo.

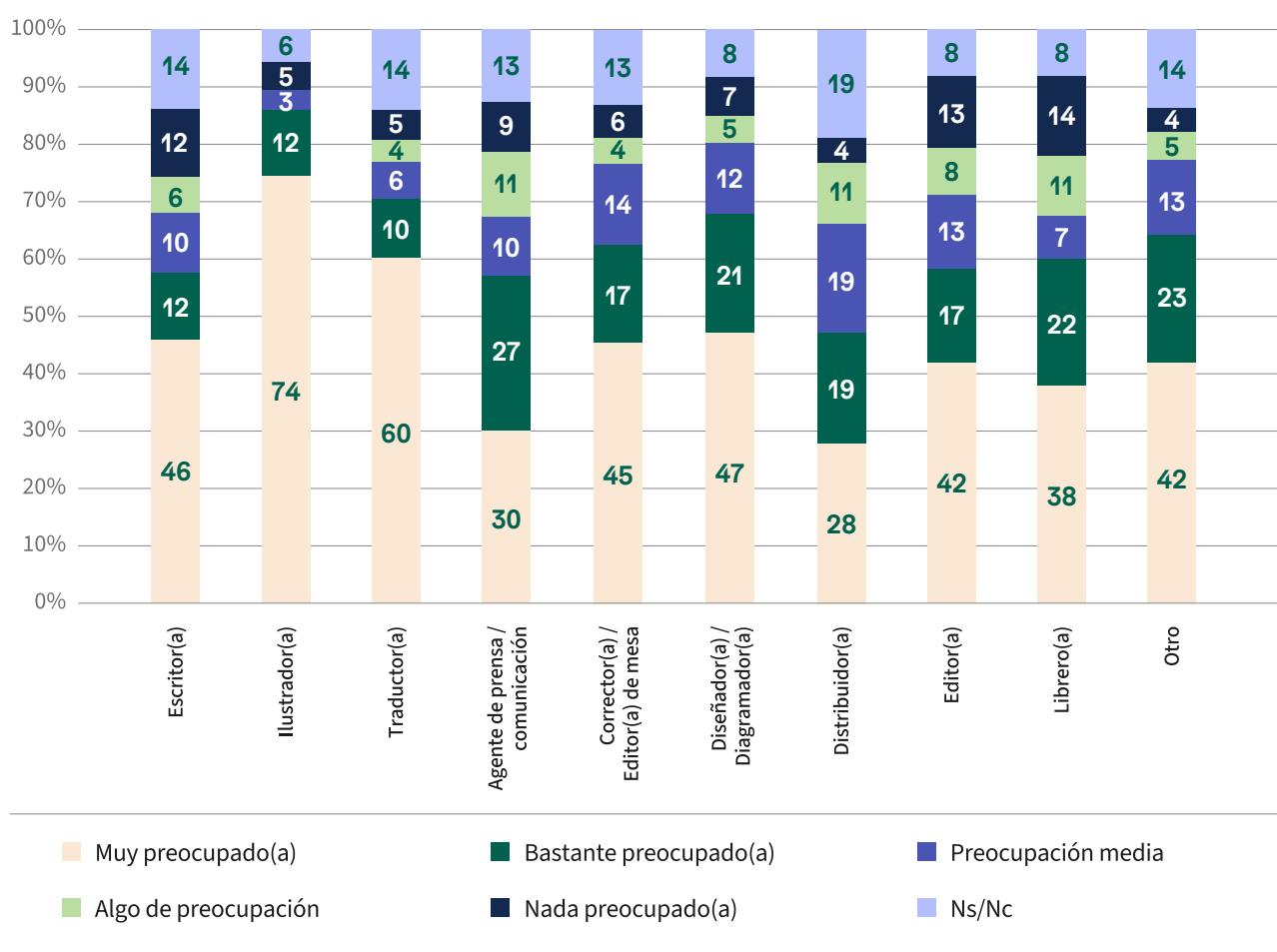
5.3 LAS PREOCUPACIONES DEL SECTOR: LA AUTORÍA, LA CREACIÓN Y EL FUTURO DEL TRABAJO EN TIEMPOS DE LA IA

La infracción a los derechos de autor es una de las principales preocupaciones del sector, transversal a todos los roles, incluso aquellos que no reciben regalías. Los datos reflejan que esta inquietud no solo afecta a quienes se dedican a la escritura, la traducción o la ilustración, sino también a otras personas que participan en la producción y distribución del libro. La opacidad y la falta de información por parte de las grandes corporaciones que desarrollan modelos de IA respecto a los recursos utilizados para el entrenamiento de los sistemas parecieran calar hondo y generar incertidumbre. En este contexto, es extendida la denuncia de la extracción y uso masivo de contenidos protegidos por derechos de autor sin el debido consentimiento o compensación económica. La copia total o parcial y la generación de obras derivadas sin atribución se instalan en el centro del debate. Al mismo tiempo, surge el interrogante en torno a la propiedad de las obras generadas con inteligencia artificial, lo que involucra a nuevos actores o combinaciones de estos: las autoras y los autores originales, las personas que utilizan las herramientas para generar contenido nuevo y quienes desarrollan los modelos de IA (Gráfica 42).



GRÁFICA 42

Grado de preocupación por infracciones al derecho de autor según el rol



Navegando lo incierto

Como hemos visto a lo largo de esta investigación, las personas que traducen e ilustran son las que expresan una mayor preocupación frente al avance de la inteligencia artificial, en comparación con otros roles del ecosistema. También resulta oportuno preguntarnos si el peso simbólico de la figura del *autor* —de tan larga tradición—, así como la importancia decisiva de los derechos patrimoniales y morales sobre las obras en la organización del mercado editorial, no influyen en la valoración del conjunto del sector —incluso entre quienes ejercen funciones más técnicas o comerciales—, y hacen de esta la preocupación central y prioritaria.

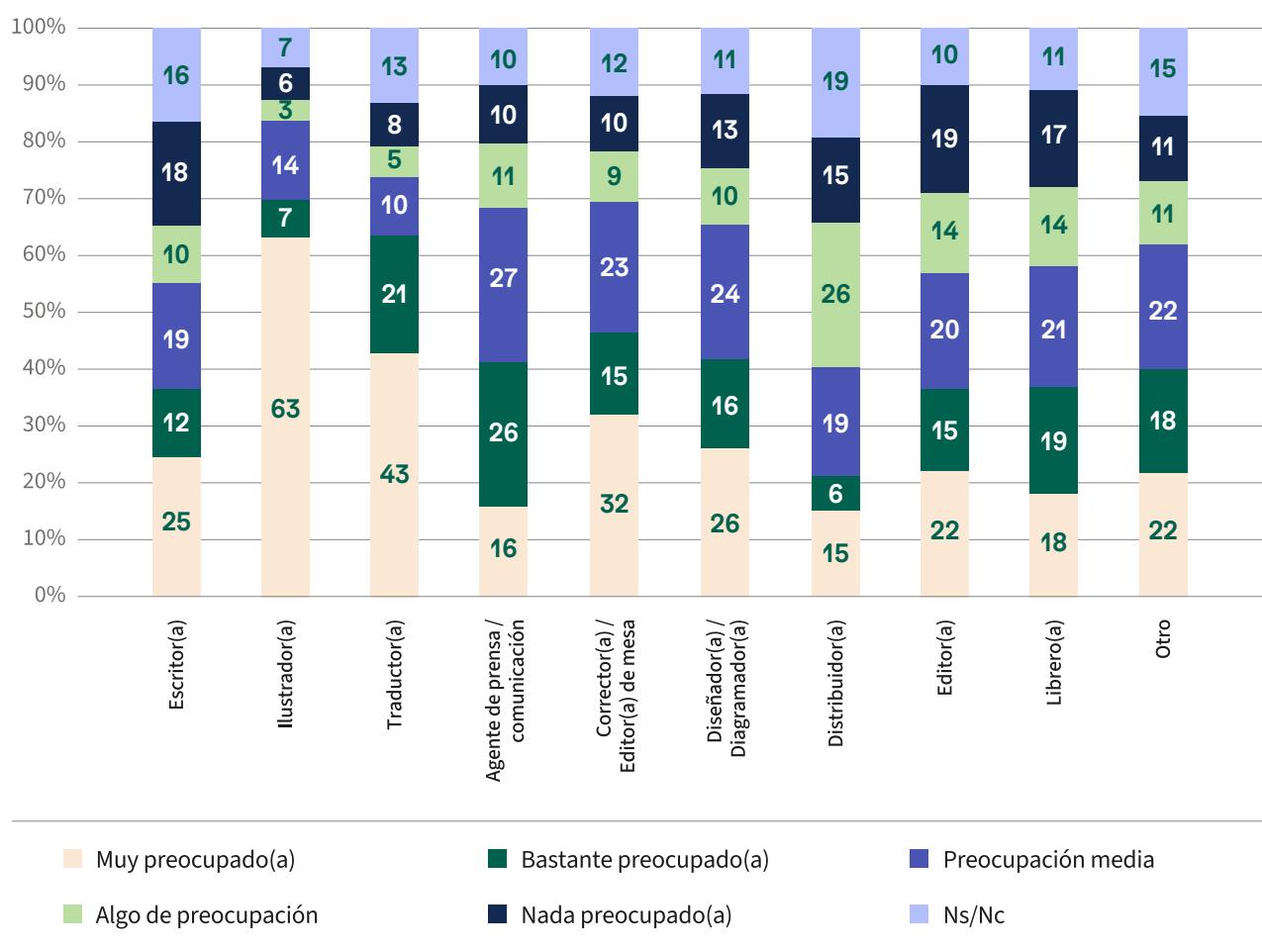


La implementación masiva y no regulada de la inteligencia artificial implica necesariamente una reconfiguración del mercado laboral en general y del sector editorial en particular. La automatización de tareas —tanto técnicas como creativas—, que históricamente han sido realizadas por personas con experiencia forjada en el campo y formación especializada, expone al ecosistema del libro a riesgos concretos: pérdida de puestos de trabajo, precarización de las condiciones laborales y reducción de ingresos. Por contrapartida, la posibilidad de que surjan nuevas tareas o perfiles laborales asociados al desarrollo de la IA generativa es, por el momento, más una promesa o una especulación que una realidad (Gráfica 43).

La cuestión laboral y las posibles pérdidas de empleo aparecen como una preocupación generalizada en el sector, aunque con distintos niveles de intensidad según los roles analizados.

GRÁFICA 43

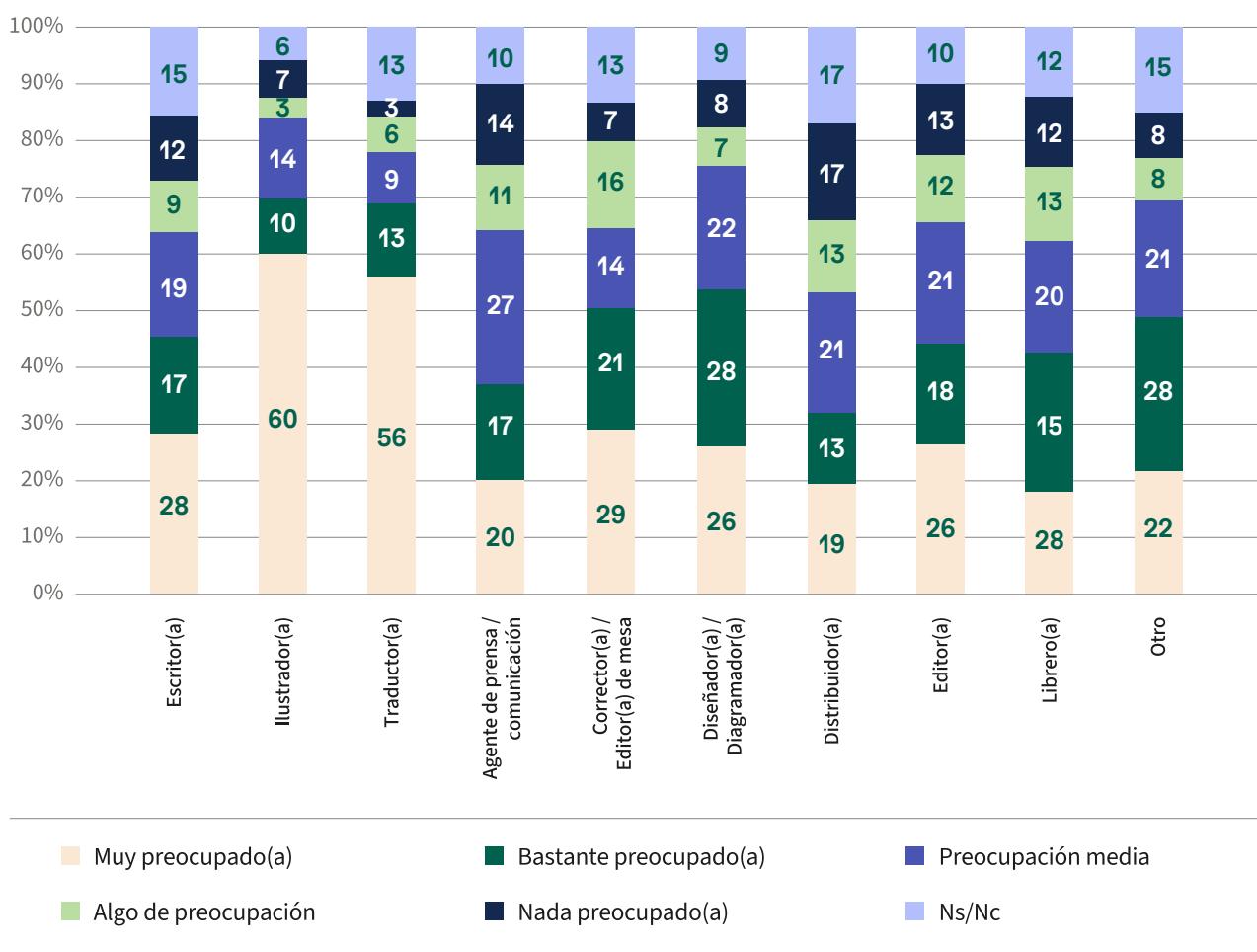
Grado de preocupación por pérdidas de empleos según el rol



Los mayores niveles de preocupación se expresan, una vez más, entre quienes ilustran y traducen. Perciben una amenaza real de que la inteligencia artificial pueda reemplazar o afectar negativamente sus tareas. Esta proporción es sustancialmente mayor que en otros roles, en los que la intensidad de la preocupación se encuentra más distribuida. Se observa también un gran nivel de inquietud entre las personas que trabajan en prensa y comunicación: el 16 % señaló estar muy preocupado(a) y el 26 % bastante preocupado(a). Entre quienes escriben, la preocupación también es significativa —con 25 % muy preocupado(a) y 12 % bastante preocupado(a)—, aunque en este grupo se observa también una mayor proporción de quienes expresan preocupación moderada o directamente nula. Por su parte, quienes trabajan en distribución se distinguen del resto del sector por sus posturas más heterogéneas respecto a los niveles de preocupación.

GRÁFICA 44

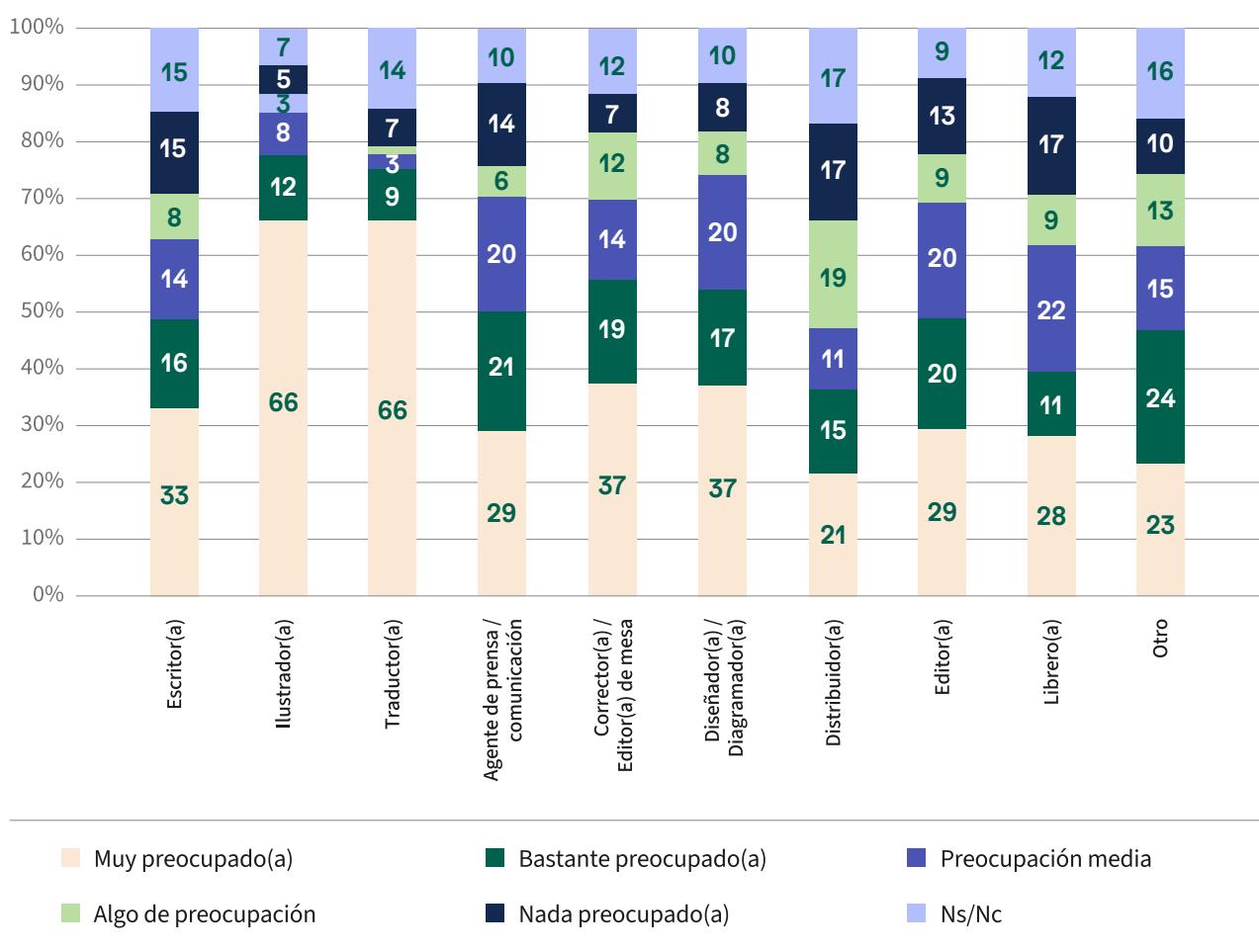
Grado de preocupación por el impacto en la diversidad de actores que conforman el sector según el rol



Una percepción muy parecida se observa al analizar la preocupación del sector respecto a un posible impacto negativo en la diversidad de actores que conforman al sector. Esta inquietud tiene una doble implicancia: por un lado, en el plano laboral se vincula a sustitución o disminución de funciones profesionales específicas, lo que podría derivar en una menor pluralidad de voces y, por otro, el riesgo de que se profundice la concentración de la producción en pocos actores con mayor capital económico, ya que la adopción tecnológica exige poder de inversión —tanto en desarrollos propios como en capacitación—, lo que podría dejar rezagados a actores independientes, pequeñas editoriales, librerías y distribuidoras.

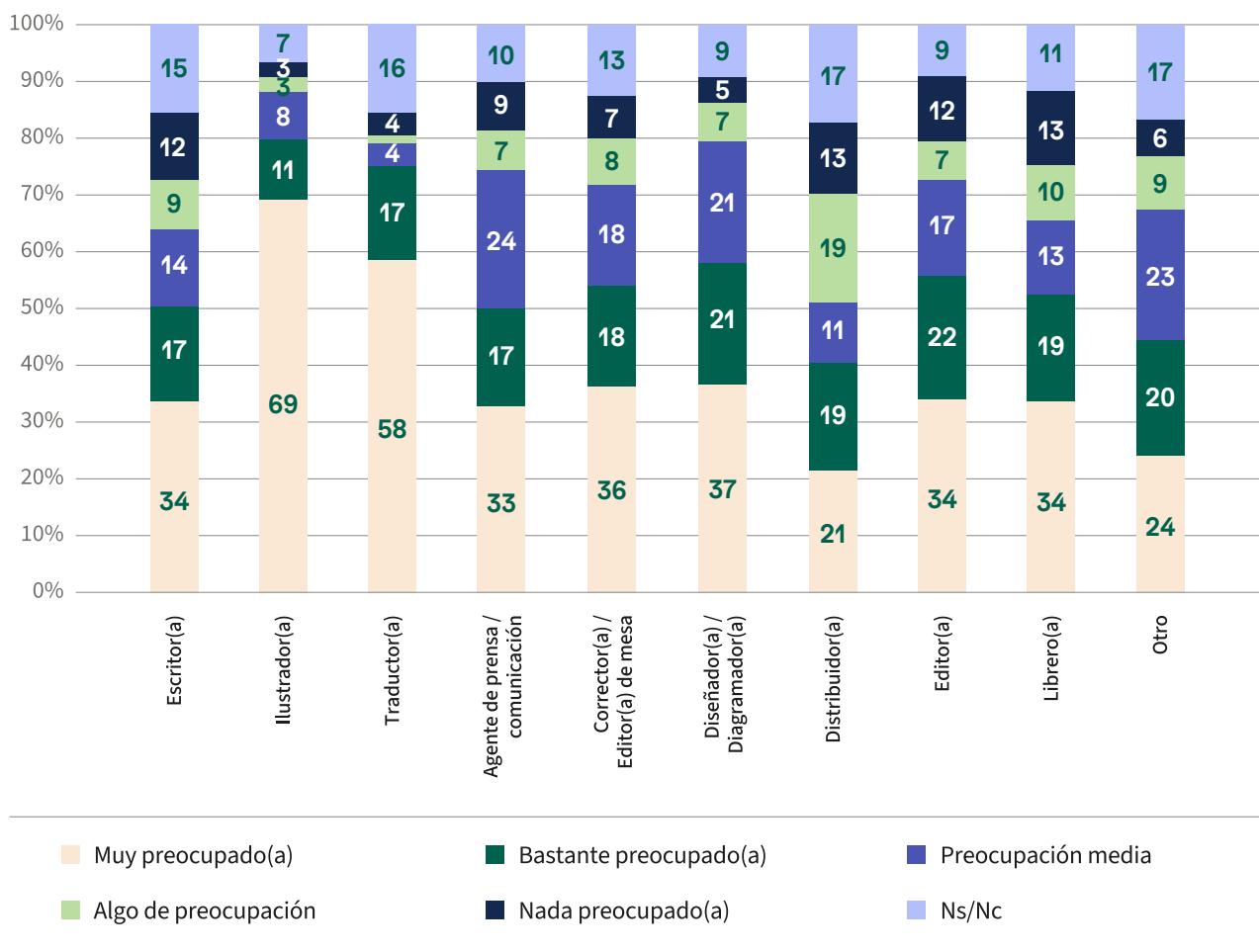
GRÁFICA 45

Grado de preocupación por la disminución de la calidad según el rol



GRÁFICA 46

Grado de preocupación por la estandarización de los contenidos según el rol



Uno de los principales peligros que plantea el uso expandido de modelos de inteligencia artificial generativa en el sector es la pérdida de la calidad y la estandarización de contenidos. La IA, a través del aprendizaje automático basado en grandes volúmenes de datos, funciona identificando y replicando patrones, lo que optimiza la producción bajo criterios de eficiencia algorítmica. Es decir, los contenidos generados por la IA son el resultado de procesos de recopilación, identificación, clasificación, síntesis y combinación de datos.

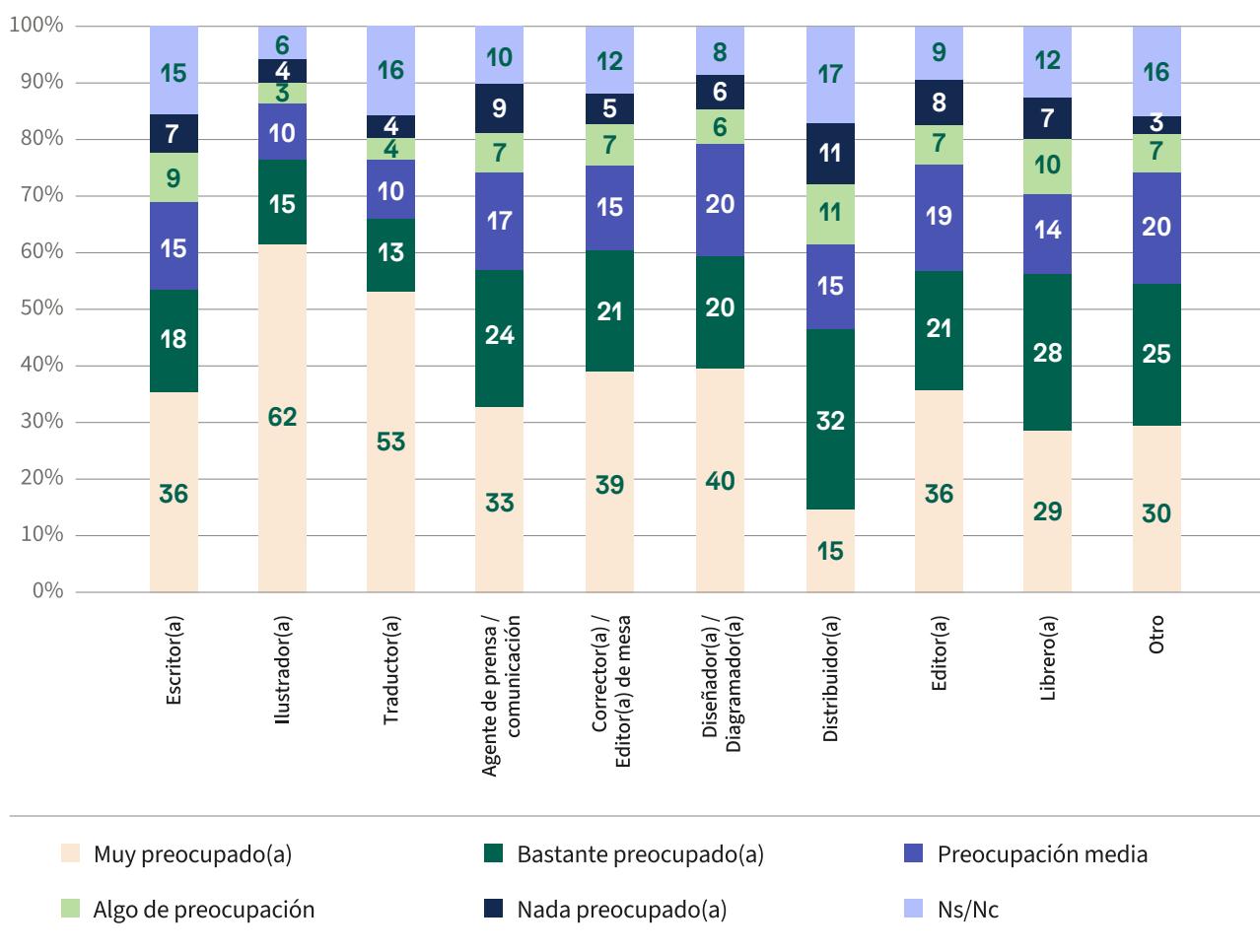
Estos sistemas repiten los patrones estilísticos dominantes con estructuras narrativas, temáticas y estilos preexistentes. Se trata de reproducciones con nuevas variantes de lo ya existente en lugar de creaciones genuinas.

Sin la curaduría, la intervención y la supervisión del criterio humano, los contenidos generados con la IA pueden operar en contra de la riqueza del discurso y del lenguaje, ya sea escrito o visual.



GRÁFICA 47

Grado de preocupación por sesgos en los resultados generados por IA según el rol



Otro problema que plantea la irrupción de la IA generativa es la reproducción de sesgos raciales, de clase, género, geográficos y políticos, entre otros. Tal como plantea la escritora y académica Kate Crawford en su libro *Atlas de la IA*,

al mirar las capas de datos de entrenamiento que dan forma e informan los modelos y algoritmos de la IA, podemos ver que recolectar y etiquetar datos sobre el mundo es una intervención social y política, incluso si se disfraza de una intervención meramente técnica. (2022, p. 186)

En este sentido, sin marcos regulatorios ni mecanismos de transparencia sobre los procesos de entrenamiento de datos, las plataformas de IA pueden perpetuar estereotipos y amplificarlos a través de la discriminación algorítmica.

Si bien los sesgos, la homogeneización de contenidos y la reducción de la calidad parecieran afectar de manera más evidente a los procesos de creación de contenido y a los roles que trabajan con la singularidad y la originalidad —como la escritura, la traducción y la ilustración—, es importante subrayar que estos problemas reconfiguran toda la cadena de valor, desde la creación hasta la distribución y venta. Por ejemplo, un sistema que prioriza o sugiere libros mediante algoritmos entrenados con sesgos podría limitar la visibilidad de ciertos autores o temáticas únicamente por eficiencia y lógica algorítmica.

Al analizar estas gráficas podemos observar que predomina la preocupación media a alta en todos los roles; se destaca la proporción de quienes se dedican a la traducción y a la ilustración que muestran estar más afectados y alertas por estos fenómenos.

Cabe preguntarse si los problemas aquí mencionados, o gran parte de ellos, no están de algún modo relacionados a fenómenos preexistentes que, lejos de ser nuevos, se han intensificado en los últimos años tanto en el sector editorial como en el ámbito cultural en general. ¿En qué medida esta evolución está vinculada con la tendencia a la hiperconcentración del mercado? ¿Cómo incide la irrupción y expansión de plataformas monopólicas de venta en línea como actores centrales en la cadena de valor? ¿Qué efectos tiene la algoritmización de las ventas y de la circulación de contenidos en la diversidad y sostenibilidad del ecosistema editorial? En este contexto, ¿la inteligencia artificial generativa podría estar acelerando y profundizando estas dinámicas ya en curso?

5.4 REGULACIÓN: DEMANDA DE UN MARCO NORMATIVO Y PARTICIPACIÓN

Al consultar sobre la necesidad de regulación para el uso de la IA, el ecosistema mostró una visión contundente y homogénea. Tal como lo muestra la Gráfica 48, el 87 % de las personas encuestadas considera necesario establecer algún tipo de regulación —ya sea moderada o estricta—, lo que pone en evidencia una demanda concreta de marcos normativos que acompañen el avance tecnológico con criterios de protección y transparencia.

En concreto, el 50,1 % de las personas encuestadas considera que es necesaria una regulación estricta, es decir, una normativa fuerte que permita controlar de forma específica el uso de la IA en la industria editorial. Esta posición predomina especialmente entre quienes ilustran (68,6 %) y traducen (58,1 %), en coherencia con las tendencias observadas previamente en el informe. Coincidén con esta necesidad de regulación estricta quienes corrigen (47,3 %), escriben (46,9 %) y trabajan en librerías (44,4 %).

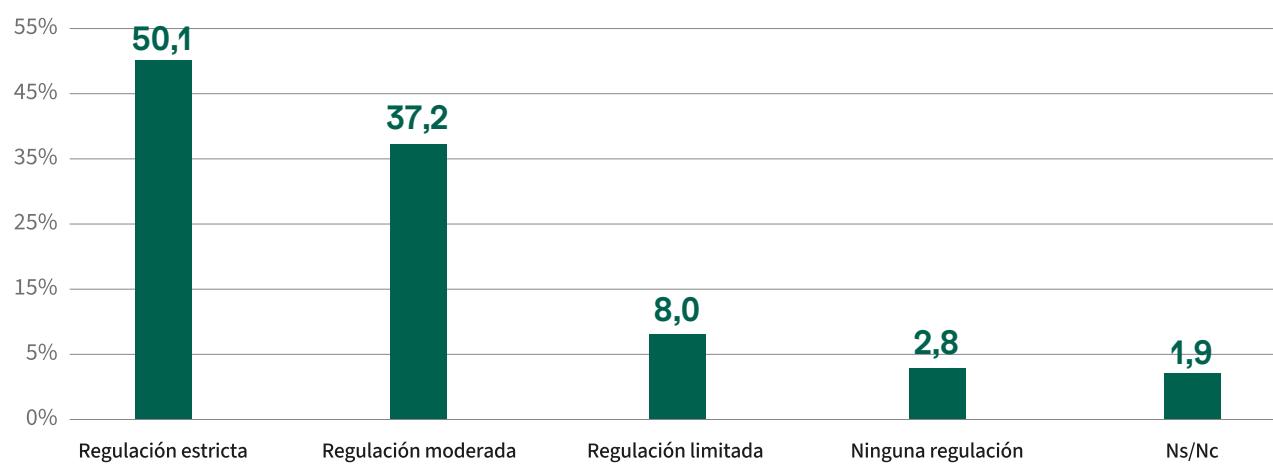


En paralelo, el 37 % del sector en general opta por una regulación moderada que establezca un marco general. En esta opinión más matizada se destacan quienes trabajan en comunicación y prensa (46,4 %).

En contraste, apenas 7,9 % cree que es suficiente una regulación limitada que aborde aspectos específicos del uso de la IA y solo 2,8 % sostiene que no se necesita ninguna regulación para la industria editorial. Por último, 1,9 % de las respuestas se agrupa en la categoría Ns/Nc.

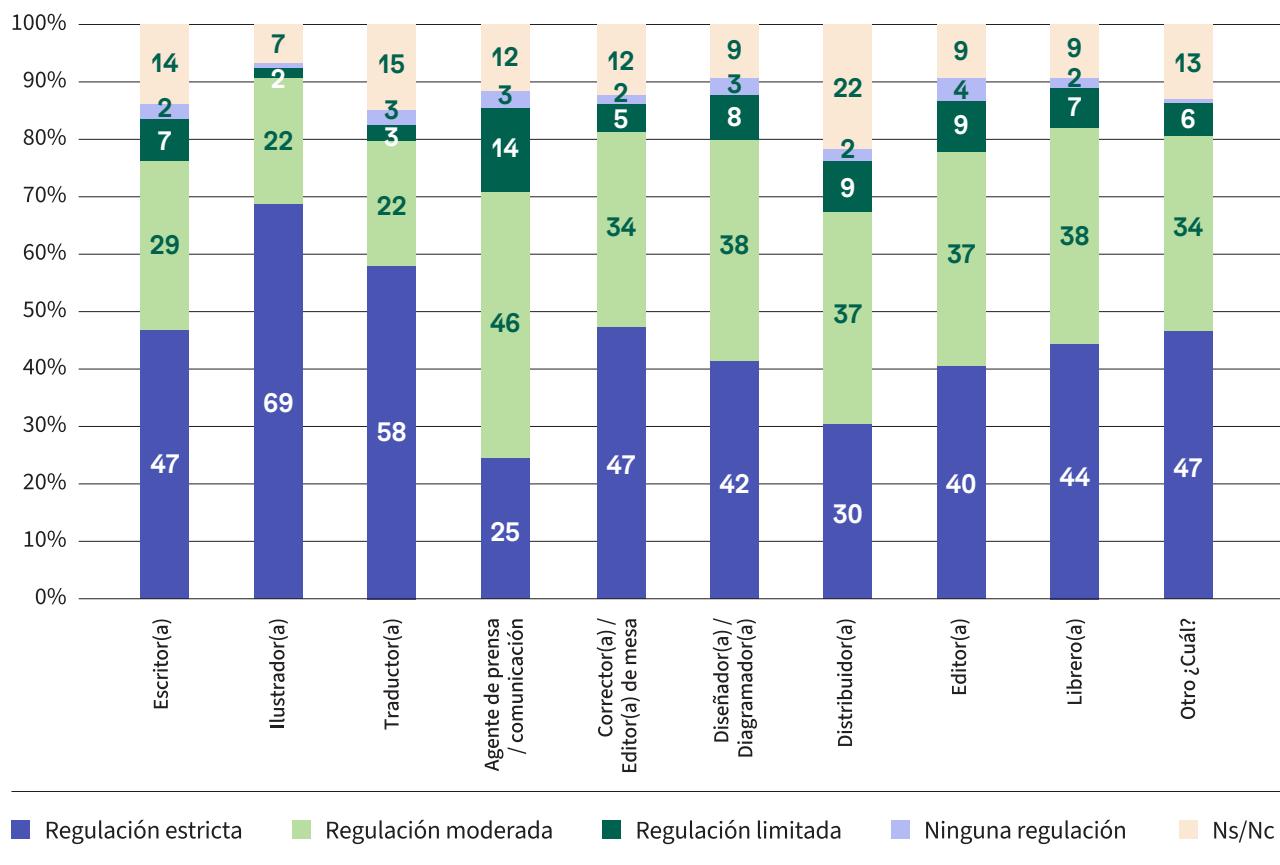
GRÁFICA 48

Regulación para el uso de la IA generativa

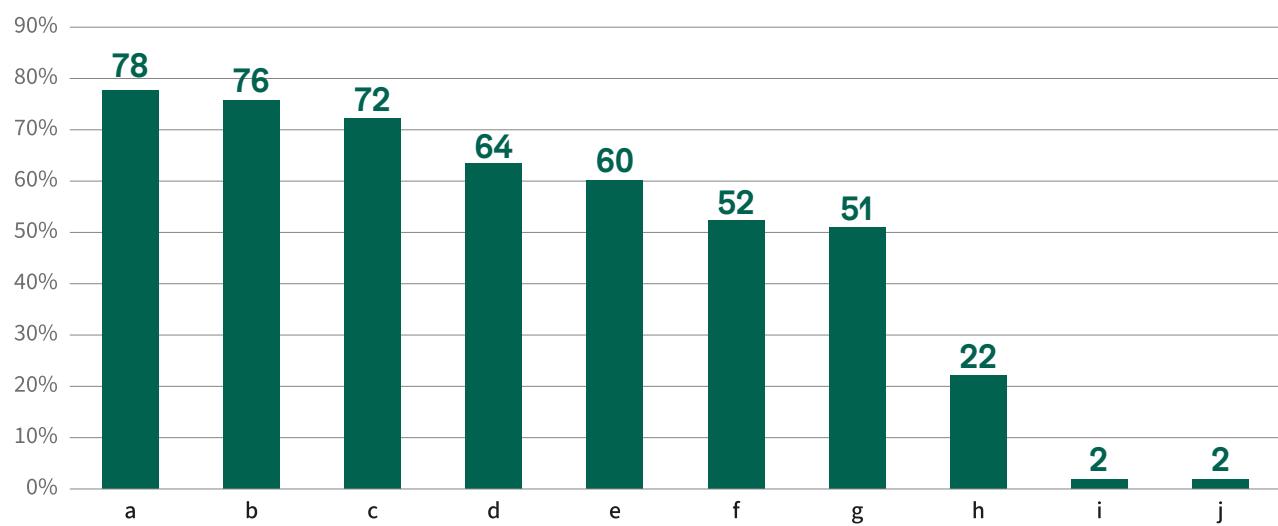


GRÁFICA 49

Percepciones sobre la necesidad de regulación para el uso de la IA generativa según el rol

**GRÁFICA 50**

Organizaciones que deberían participar en la formulación de la regulación del uso de la IA generativa en la industria editorial (se permitía elegir más de una opción)



- a)** Organizaciones y gremios sectoriales (escritores, traductores, ilustradores, editores independientes, etc.) **b)** Cámaras sectoriales (editoriales, libreras) **c)** Instituciones académicas y de investigación **d)** Gobierno nacional **e)** Organismos internacionales **f)** Empresas tecnológicas: desarrolladores de sistemas de IA, plataformas digitales, etc. **g)** Grupos de consumidores y usuarios: representantes de organizaciones de defensa del consumidor, bibliotecas, lectores, etc. **h)** Inversores y financiadores: representantes de fondos de inversión, capital riesgo, etc. **i)** Ns/Nc **j)** Otros



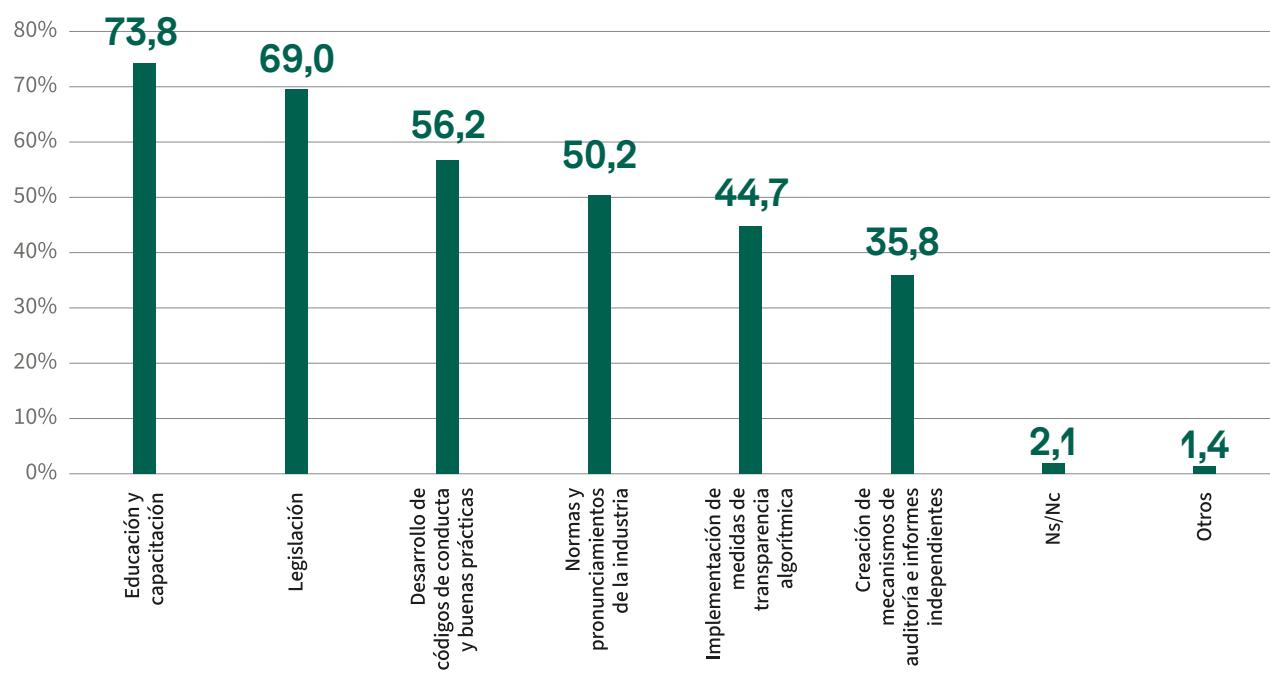
Profundizando en la cuestión de regulación, los datos recogidos muestran una clara demanda de que el proceso de discusión y formulación del marco normativo sea amplio, representativo y multisectorial.

Los tres grupos con mayor aceptación son las organizaciones y gremios sectoriales (77,9 %), las cámaras sectoriales (76 %) y las instituciones académicas y de investigación (72,3 %). Se pone en evidencia la convicción extendida acerca de la necesidad de una participación activa de representantes del propio sector cultural, Enriquecida por el aporte técnico y reflexivo que puede sumar la academia. A continuación, se menciona al gobierno nacional (63,7 %) y a los organismos internacionales (60,2 %). Tras ellos, figuran las empresas tecnológicas desarrolladoras de IA y plataformas digitales (52,4%), seguidas por los grupos de consumidores y usuarios (50,9 %). Con un nivel de adhesión mucho menor, se distingue en la discusión a los representantes del sector financiero y de inversión (22,3 %), lo que podría sugerir que la mayoría no prioriza la participación de actores con intereses exclusivamente económicos, sin vínculo con la producción editorial.

En síntesis, las gráficas revelan una fuerte demanda de regulación del uso IA que implique procesos abiertos y participativos de discusión. Las nuevas normativas deberían formularse de forma colaborativa, oyendo e incorporando las demandas y necesidades del sector.

GRÁFICA 51

Mecanismos para promover transparencia y responsabilidad en el uso de la IA generativa
(se permitía elegir más de una opción)



Otro aspecto de la encuesta que presenta información relevante es la consulta sobre la adopción de estrategias y acciones para lograr mayor transparencia y responsabilidad en el uso de la IA en el sector. Entre las personas encuestadas predomina la percepción de que la educación y capacitación (73,8 %) es una estrategia fundamental. Como se evidencia en distintos momentos de la encuesta, el conocimiento y la información parecen ser un recurso esencial para afrontar los desafíos de la época respecto a la IA. En segundo lugar, aparece la legislación (69 %), una demanda generalizada y sostenida en todos los datos analizados. También se destacan el desarrollo de códigos de conducta y buenas prácticas (56 %), y las normas y pronunciamientos de la propia industria (50 %). Nuevamente aparece la importancia de una participación activa del propio sector para establecer consensos y asumir compromisos frente a las problemáticas que trae aparejada esta tecnología. La implementación de medidas de transparencia algorítmica (44 %) y la creación de mecanismos de auditoría e informes independientes (36 %) son percibidas como acciones necesarias con menor porcentaje de aceptación en comparación con las anteriores. Esto podría deberse a que son propuestas más técnicas o menos habituales en el sector. Por último, se observa un mínimo porcentaje de Ns/Nc (2,1 %) y Otros (1,4 %) que confirman una clara toma de posición por parte del sector en relación con este tema (Gráfica 52).

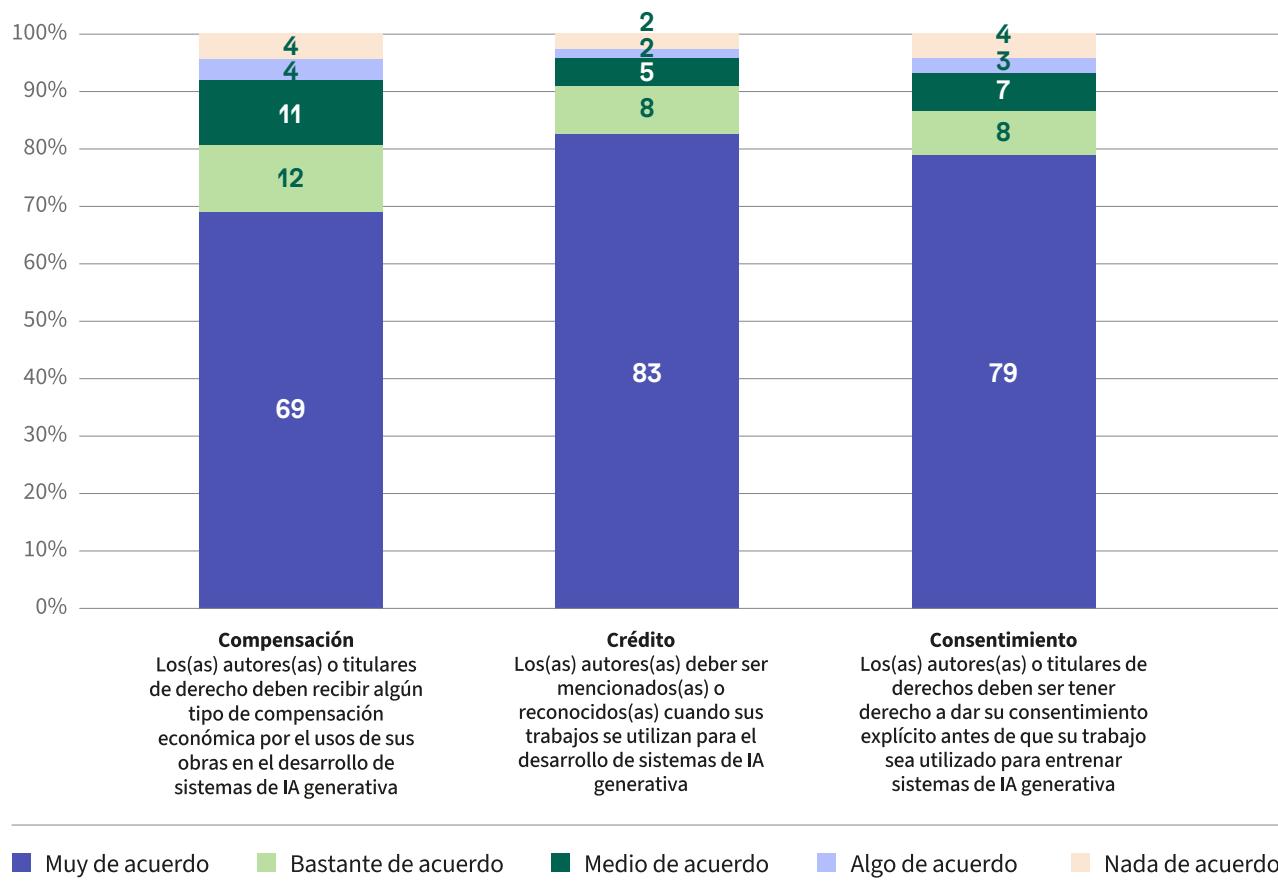
La compensación económica, consentimiento explícito y reconocimiento o crédito en obras utilizadas para el entrenamiento de sistemas de IA generativa son tres aspectos fundamentales para pensar futuras normativas que protejan la propiedad intelectual y derechos de autor frente al impacto de la IA. Como lo indica la Gráfica 52, el sector muestra un altísimo nivel de acuerdo, incluso entre aquellos roles cuyas tareas no están directamente relacionadas con el trabajo autoral.

Tal como señalamos anteriormente, la compensación económica aparece como un reclamo central: una amplia mayoría de las personas encuestadas está muy de acuerdo en que tanto autores y autoras como titulares de derechos reciban algún tipo de retribución por el uso de sus obras en el desarrollo de sistemas de IA generativa. Lo mismo sucede con la necesidad de contar con consentimiento explícito para utilizar obras protegidas e, incluso con porcentajes más altos de aceptación, con el reconocimiento y la mención a quienes crearon esas obras. Estos dos últimos aspectos reflejan que el reclamo no es solo económico, sino que también abarca una dimensión ética vinculada al reconocimiento, la visibilidad y el respeto por la autoría como un factor fundamental.



GRÁFICA 52

Grado de acuerdo con afirmaciones sobre compensación, reconocimiento y consentimiento para autoras o autores y titulares de derechos



06^º

Conclusiones: desafíos, responsabilidades y estrategias sectoriales frente a la IA

Ya es una realidad: la inteligencia artificial generativa está irrumpiendo en el sector editorial y es una tecnología capaz de reconfigurar los modos de creación, producción, comercialización y difusión de los libros. Si bien en el ecosistema iberoamericano se trata de un fenómeno incipiente, en proceso, también es inminente y parece difícil pensar que no será inevitable. Los datos analizados en este informe nos hablan de un territorio en disputa: no hay, por el momento, una posición homogénea respecto de las ventajas o perjuicios que puede traer la incorporación de esta tecnología a la diversidad de prácticas editoriales. El debate está abierto y marcado por preocupaciones compartidas, tensiones, asimetrías y matices, entre los diferentes actores que integran la cadena de valor del libro.

Es importante señalar que la incorporación de la IA generativa no ocurre en el vacío. Es decir, se suma a una industria con dinámicas propias que condicionarán lo que ocurra con la IA generativa. En esa misma medida, no se puede perder de vista que es un sector en el que han venido operando ya dinámicas de concentración y precarización laboral que esta tecnología puede terminar por profundizar. Además, incorpora nuevos actores al ecosistema: plataformas de ventas, desarrolladores de tecnologías, etc., ajenos al sector cultural en general, cuyas lógicas de máximos beneficios económicos son difíciles de conciliar con la protección y promoción de la diversidad cultural.

En este contexto, y como se observa en los resultados de la encuesta, una parte del sector, adoptando una postura pragmática, muestra interés y disposición para explorar la IA generativa como una herramienta capaz de dinamizar el sector (especialmente en roles técnicos, de diseño o gestión), mientras que otras personas —principalmente quienes realizan tareas creativas como la ilustración o la traducción— manifiestan mayor reserva y preocupación. Cabe tener en cuenta que estas diferencias en los posicionamientos son bastante más complejas y matizadas que una simple división entre rechazo y aceptación y, en muchos casos, están directamente atravesadas por la exposición al impacto de la IA.



Al mismo tiempo, el sector tiene ante sí una herramienta con un altísimo potencial para organizar, agilizar y optimizar procesos. Estas oportunidades, señaladas en la encuesta por diversos actores, explican en parte el interés creciente en explorar sus aplicaciones. Es importante reconocer y aprovechar las funcionalidades que la IA puede ofrecer ante un escenario de transformación productiva que exigirá de su uso como una habilidad específica y una actualización tecnológica constante, a ritmos cada vez más dinámicos.

Por lo tanto, quizás uno de los grandes desafíos que enfrenta el sector editorial ante la aparición de IA es superar posturas que oscilan entre el tecnooptimismo y el pesimismo para avanzar en una apropiación crítica y reflexiva de la tecnología en el contexto regional, que reconozca potencialidades y sepa cómo afrontar los desafíos que se presentan. A todas luces, la IA llegó para interpelar al sector editorial en su conjunto: es una oportunidad (y responsabilidad) para construir estrategias colaborativas que consigan una implementación responsable, justa e inclusiva.

Los resultados de esta encuesta expresan claramente las demandas del sector. Se necesita promover espacios de formación y capacitación, instancias, sin dudas, indispensables para lograr tanto una reflexión crítica como para desarrollar competencias y actualización profesional.

Asimismo, demandan una participación activa de las cámaras, gremios y organismos representativos del sector para generar canales de diálogo multisectoriales que permitan establecer consensos con una mirada situada, a la vez crítica y provechosa. Es más, dada la naturaleza transnacional de los modelos de IA y del mercado del libro, es fundamental extender regionalmente esta conversación y articular estrategias comunes que no se limiten a los ámbitos locales o nacionales.

Es urgente avanzar en la creación de códigos de buenas prácticas, en el diseño de mecanismos de protección y la elaboración de marcos normativos. La defensa de los derechos laborales, los derechos de autor y otras dimensiones éticas profundamente vinculadas a los nuevos desafíos y riesgos que trae la IA deben estar en el centro de la agenda de discusión.

Al mismo tiempo, todas estas acciones deben ir necesariamente de la mano de políticas públicas y regulación. El rol del Estado es irremplazable: es fundamental que se constituya en el garante de marcos regulatorios justos y que impulse políticas públicas de resguardo, inversión e innovación y acceso equitativo a la tecnología. La intervención estatal es indispensable a la hora de crear condiciones que permitan a los trabajadores del sector editorial (especialmente a sus actores más vulnerables) adaptarse a esta nueva tecnología sin relegarlos ni reemplazarlos.



Como vemos, la inteligencia artificial generativa no es neutral ni inofensiva. Su impacto dependerá de las decisiones y acciones del presente. Se necesita acción sectorial, voluntad política, cooperación regional y una visión estratégica de largo plazo. Para finalizar, queremos destacar que esta investigación se ha hecho con el espíritu de participar y fomentar activamente esta discusión impostergable.

Las siguientes preguntas buscan orientar el debate en torno a los principales puntos críticos y estratégicos para una adopción responsable de la IA en el mundo del libro.

- ↗ ¿Qué nuevos actores se incorporan al ecosistema del libro con la irrupción de la IA? ¿Cómo generar espacios de diálogo y articulación con estos nuevos actores?
- ↗ ¿Qué problemas ya existentes en la industria editorial podrían profundizarse con la incorporación de la IA generativa?, ¿y qué otros nuevos podrían aparecer?
- ↗ ¿Cómo evitar que la IA profundice la concentración del sector en pocos actores dominantes?
- ↗ ¿Qué rol debería asumir el sector con relación a las implicaciones éticas del uso de la IA generativa?
- ↗ ¿Qué estrategias colaborativas son necesarias para garantizar una adopción responsable de la IA generativa?
- ↗ ¿Qué mecanismos se pueden desarrollar para proteger los derechos laborales frente a la automatización de tareas? ¿Cómo acompañar a los roles más expuestos al impacto de la IA generativa?
- ↗ ¿Qué políticas públicas son necesarias para garantizar una adopción justa de la IA generativa?
- ↗ ¿Cómo puede el sector editorial iberoamericano construir una agenda común frente a estos desafíos?



↗ Referencias

- CRAWFORD, K.** (2022). *Atlas de inteligencia artificial: poder, política y costos planetarios* (F. D. Klaassen, Trad.). Fondo de Cultura Económica.
- CERLALC.** (2022). *El ecosistema del libro en Iberoamérica. Un estado de la cuestión*. Cерлalc. <https://cerlalc.org/publicaciones/el-ecosistema-del-libro-en-iberoamerica-un-estado-de-la-cuestion/>
- THOMPSON, J.** (2021). *Book Wars. The Digital Revolution in Publishing*. Polity Press.
- WORLD ECONOMIC FORUM.** (2023). *Jobs of Tomorrow: Large Language Models and Jobs*.



CON EL APOYO:

Internacionales: International Federation of Reproduction Rights Organisations, International Authors Forum | **América Latina y el Caribe:** Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe, Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina | **Argentina:** Asociación Argentina de Traductores e Intérpretes, Asociación de Dibujantes de Argentina, Cámara Argentina de Librerías Independientes, Cámara Argentina de Publicaciones, Cámara Argentina del Libro, Centro de Administración de Derechos Reprográficos de Argentina, Feria de Editores, Fundación El Libro, Hay Futura, Red de Editoriales de Universidades Privadas, Red de Editoriales Universitarias Nacionales, Territorio y Producción Editorial Organizada, Unión de Escritores | **Chile:** Editoriales de Chile, Cámara Chilena del Libro, Furia del Libro | **Colombia:** Cámara Colombiana del Libro, Cámara Colombiana de la Edición Independiente, Asociación Colombiana de Librerías Independientes, Asociación Colombiana de Literatura Infantil y Juvenil, Asociación Colombiana de Traductores, Terminólogos e Intérpretes | **Ecuador:** Cámara Ecuatoriana del Libro | **España:** Federación de Gremios de Editores de España, Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros, Unión de Editoriales Universitarias Españolas, Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones | **Guatemala:** Asociación Gremial de Editores de Guatemala, Universidad Rafael Landívar - Editorial Cara Parens | **México:** Asociación Mexicana de Ilustradores, Asociación Mexicana de Traductores Literarios, Sociedad de Escritores de México, Coalición por el Acceso Legal a la Cultura, A Leer / IBBY México, Liga de Libreras Independientes, Asociación de Librerías de México; Red de Librerías Independientes, Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Centro Mexicano de Protección y Fomento a los Derechos de Autor, Sociedad de Autores de Obras Visuales, Red de Editoriales Universitarias y Académicas de México | **Perú:** Editoriales Independientes del Perú, Cámara Peruana del Libro | **Uruguay:** e'a! Festival de Ilustración, Cámara Uruguaya del Libro.

