



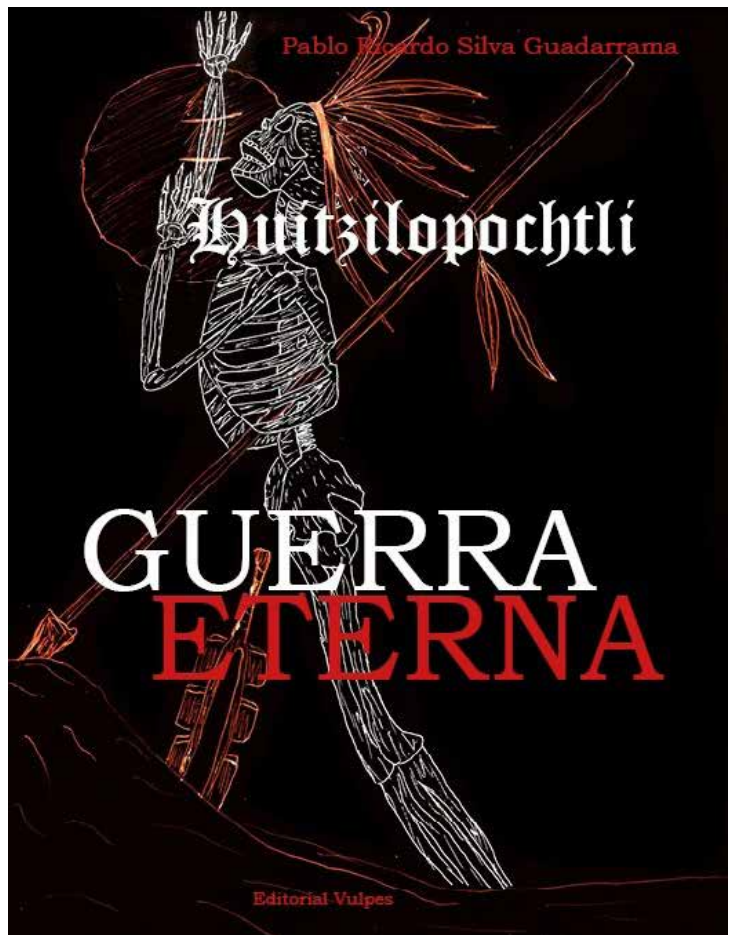
Amazon KDP como escuela de editoriales

Por Pablo Ricardo Silva Guadarrama

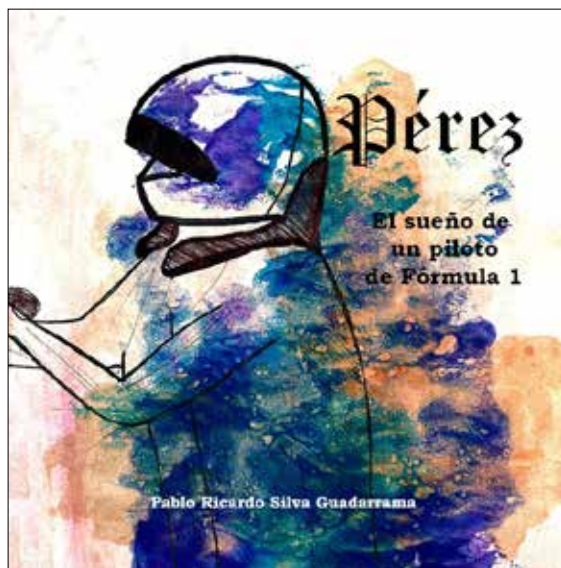
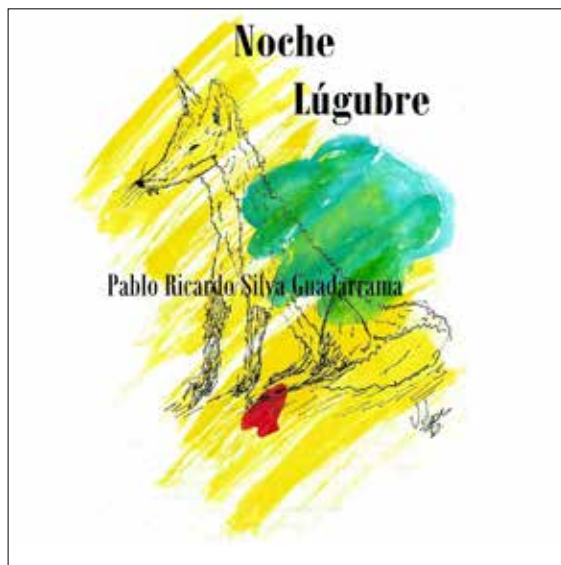
En este artículo trataré —desde la experiencia personal— el proceso de autopublicación por medio de la plataforma de Amazon Kindle Direct Publishing (KDP), herramienta que podría ser muy útil para los estudiantes universitarios sin capital de inversión.

La historia de esta empresa inicia como sitio web de venta de libros, después amplió su catálogo a toda clase de artículos. Sin embargo, nunca dejó de enfocarse en los materiales de lectura con la plataforma KDP para publicación independiente, audiolibros y la implementación del lector digital. Su inversión en el desarrollo de estas tecnologías, la ubica cómo líder en ventas de libros. A México, llegó hace ocho años y diversos autores y editoriales de renombre como el rce, Alfaguara, Era, por mencionar algunas, han encontrado en ella un canal de distribución de confianza. Este prestigio debería ser utilizado por el público en general y mucho más por aquellos con una instrucción aplicada a la industria editorial.

Entonces, ¿por qué KDP —donde para darse de alta sólo es necesaria una tarjeta de débito y una cuenta de correo electrónico— podría ser uno de los primeros espacios de aprendizaje para el diseñador, editor, autor o ilustrador?




Tras egresar de la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, publiqué tres libros ilustrados para niños en esta plataforma: *Noche lúgubre: Una historia de amistad y terror*, Pérez: *El sueño de un piloto de fórmula 1* y *Huitzilopochtli: Guerra eterna*. Actualmente, estos títulos sólo están disponibles en amazon.com y, en la Librería del Instituto Veracruzano de Cultura. Esto fue posible con muy poca inversión, sólo es necesario el conocimiento.



Sí, tan sencillo como eso, a más conocimientos de edición se obtendrá un mejor producto, por ejemplo, el uso de InDesign u otro programa de maquetación, ilustración o diseño, corrección de estilo y escritura creativa. Desafortunadamente, en las universidades públicas no hay talleres interdisciplinarios de proyectos editoriales con este sistema de autopublicación sin financiamiento, en los que cada sector podría practicar la posible profesión de los estudiantes.

Lo más interesante de esta tecnología es la responsabilidad de los involucrados con el producto/libro para darlo a conocer. El porcentaje de venta para el creador es de un máximo de 70% en e-book y 60% en formato físico sobre la venta de cada ejemplar. Esto hace notar de forma práctica la sustentabilidad del producto y el proyecto empresarial. Así los publicistas y mercadólogos entran en este proceso, tan necesarios como los sectores anteriores.

Esta perspectiva de trabajo en conjunto es la misma que al estar en cualquier empresa, su complejidad y diversificación dependen de los resultados esperados. Ante un proyecto ambicioso se necesitarán decisiones que incidan y afecten directamente en el libro y que son las mismas que toman las grandes editoriales.

En conclusión, este proceso de aprendizaje práctico permitiría la proliferación, permanencia y mejoramiento de artistas, empresarios y editoriales emergentes. De la mano con el aprendizaje universitario, la autogestión podría complementar los requerimientos para laborar en pequeñas o medianas empresas. Esto es más evidente en sectores como las humanidades, donde no hay una clara pedagogía del autoempleo. Por lo anterior, considero una responsabilidad de las instituciones educativas dar opciones de cómo obtener ingresos a la comunidad universitaria, además de la iniciativa e ímpetu para realizar proyectos de los estudiantes. 



Pablo Ricardo Silva Guadarrama es egresado de Letras Hispánicas de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.