

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
JUNIO DE 2024

EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
Dirección: Cra.7 # 12B-41, oficina 501
Teléfono: (57-1) 2970200, ext. 3114
<http://editorial.urosario.edu.co>

COMITÉ EDITORIAL DE ESTA EDICIÓN

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
Juan Felipe Córdoba Restrepo

COORDINACIÓN PUBLICACIONES PERIÓDICAS
Tatiana Morales Perdomo

CONSEJO DE EDICIÓN
Juan Carlos Ruiz Hurtado
Diego A Garzon-Forero

CORRECCIÓN DE ESTILO
Lina Morales

DISEÑO E ILUSTRACIÓN
Miguel Gerardo Ramírez Leal
Kilka Diseño Gráfico



Editorial U. Rosario
Difusión



El impacto positivo

de la inteligencia artificial en la industria editorial



Emilia Miranda

Editora de la Universidad de Buenos Aires. Por más de diez años ha estado vinculada a la distribución, comercialización y difusión de contenido académico en distintas plataformas y canales digitales en Siglo | Las formas del pensamiento. Actualmente se desempeña como product manager en Publica.la

La inteligencia artificial (IA) se ha posicionado con mayor o menor impacto en casi todos los aspectos de nuestras vidas, algunas veces más visibles que otras. Desde la forma en que nos comunicamos hasta cómo consumimos entretenimiento. No obstante, en el ámbito de la industria editorial, aún estamos explorando el alcance y las posibilidades reales que ofrece la IA.

Comencemos reconociendo que la IA, en su mayoría, se diseñó con un propósito específico: predecir palabras. Los creadores de estas herramientas buscaron desarrollar modelos de lenguaje capaces de escribir y comprender textos. ¿Cómo lo lograron? Entrenándolos con millones de ejemplos textuales de diversos ámbitos y géneros, permitiéndoles predecir estadísticamente la mejor combinación de palabras y producir textos de manera casi humana. Sí, me asusta un poco.

La conexión entre la IA y el mundo editorial es emocionante y compleja, con implicaciones que abarcan desde la producción y distribución de contenido hasta la forma en que los lectores descubren nuevas obras. En este breve artículo, expondremos algunos de los efectos más significativos y positivos que la IA ha tenido en nuestro sector, así como los desafíos y oportunidades que presenta.

Personalización de recomendaciones

Plataformas como Amazon y Goodreads utilizan algoritmos de IA para analizar el comportamiento de lectura



de los usuarios, incluyendo compras, reseñas que han dejado y listas de deseos. Con esta información, pueden generar recomendaciones personalizadas para cada usuario, ayudándoles a descubrir libros que puedan ser de su interés, incluso antes de que sepan que los están buscando. Solo puedo ver ventajas en este punto: mayor descubrimiento de las obras, fomentar la diversidad de contenido, mejorar la relevancia y la satisfacción del lector, sin contar con que podemos incrementar las ventas y la participación de nuestros lectores.

Optimización de metadatos y reseñas

La creación de metadatos y reseñas siempre ha sido laboriosa y, a menudo, descuidada. Sin embargo, la IA brinda una oportunidad única para mejorar este aspecto. Los algoritmos de IA pueden analizar el contenido de las obras para originar metadatos más precisos y detallados automáticamente, así como reseñas más dinámicas y atractivas. Esto ayudará a los editores no solo a categorizar y etiquetar mejor sus publicaciones, lo que facilita la búsqueda y la recomendación, sino también a presentar reseñas mucho más cercanas a los lectores.

Análisis de datos y audiencia

Los algoritmos de IA pueden analizar grandes volúmenes de datos de lectores, proporcionando a los editores información valiosa sobre preferencias de lectura, comportamientos de compra y patrones de consumo de contenido. Esto permitirá comprender mejor a la audiencia y adaptar la oferta editorial al mercado objetivo al que estamos apuntando.

Desafíos y oportunidades

A pesar de los beneficios, no podemos pasar por alto los desafíos éticos y morales que surgen con el uso de la IA en la industria editorial. Desde preocupaciones sobre derechos de autor hasta dilemas éticos y morales, debemos abordar estas cuestiones de manera integral y ojalá con una legislación acorde a los nuevos tiempos.

No obstante, prefiero adoptar una visión optimista de la relación entre la IA y el sector del libro. La IA y su desarrollo futuro ofrecen oportunidades prometedoras para la industria editorial. En lugar de verla como una amenaza para nuestra creatividad y nuestra autonomía,

la veo como una herramienta poderosa que puede ayudarnos a alcanzar nuevos niveles de eficiencia y excelencia en nuestro trabajo.

En última instancia, depende de nosotros, como profesionales del mundo editorial, aprovechar al máximo las oportunidades que nos brinda la IA mientras navegamos cuidadosamente por sus desafíos y aprendemos cómo utilizarla. Si podemos hacerlo con sensibilidad y ética, estoy convencida de que la IA puede ser una fuerza transformadora para bien en nuestro sector.

La IA está remodelando profundamente la industria editorial, desde la producción y distribución de contenido hasta la interacción con los lectores. Si bien propone retos, también promete emocionantes oportunidades para acrecentar la calidad y accesibilidad del conocimiento. La tecnología no reemplazará las interacciones humanas, sino que aportará mejoras en toda la cadena de valor de la industria editorial, si la empleamos de manera adecuada y oportuna para brindar experiencias de lectura y descubrimiento más enriquecedoras y satisfactorias para nuestros lectores.

