

Estudio de la implementación del libro de texto digital

Aproximación al contexto editorial

Sílvia Cortés Mollà

Universitat de Valencia
silsil5@alumni.uv.es

Isabel M. Gallardo Fernández

Universitat de Valencia
lgafer@uv.es

José Peirats Chacón

Universitat de Valencia
jopeicha@uv.es

Resumen

El propósito de este trabajo es ofrecer una discusión argumentada y basada en los resultados de la investigación en curso. Nuestra aportación se centra en el análisis e identificación de las dimensiones que configuran las estrategias de la industria editorial en el proceso de implantación del libro de texto digital en los niveles de enseñanza obligatoria de la Comunidad Valenciana. Pretendemos analizar el estado de la cuestión ya que la migración del libro analógico al digital es un hecho en nuestro sistema educativo. Con los datos e información recabada en base a una muestra de 12 editoriales, iniciamos el tratamiento de los mismos haciendo uso de una metodología mixta desde la que se estudian las tres dimensiones implicadas en el proceso: la estrategia tecnológica, la pedagógica y la comercial. Hemos realizado una serie de entrevistas, encuestas, grupos de discusión y análisis de documentos. Los resultados revelan qué es lo que preocupa a la industria editorial y cuáles son los nuevos formatos y soportes digitales en los que están trabajando.

Palabras claves

Libro de texto, Contenidos digitales, Currículum, Tecnologías de la Comunicación y la Información, Industria digital

1. Introducción

Esta comunicación se enmarca dentro del Proyecto de Investigación "Análisis de la transición del libro de texto tradicional al digital en los niveles de enseñanza obligatoria" (REF. UV-INV-PRECOMP12-80769) y está vinculado al trabajo de reflexión compartida que realizamos varios miembros del Grupo Currículum, Recursos e Instituciones Educativas (CRIE) del Departamento de Didáctica y Organización Escolar de la Universitat de Valencia.

Las tecnologías de la información y la comunicación han alcanzado una posición relevante en la enseñanza. Esto es debido a que los centros educativos, en buena parte, se están dotando de forma masiva con todo tipo de material tecnológico. Un cambio de paradigma se está produciendo gracias a la expansión de la industria de contenidos digitales (Castell, 2012). Esta industria no ha dejado de crecer en los últimos años en nuestro país y en el mundo, por lo que despierta cada día mayor interés entre los ciudadanos, propiciando que las empresas se adapten a nuevas formas de intercambio de información, de oferta de servicios y de relación con los clientes. Es de esta manera que entre todos los recursos disponibles, el libro de Texto Digital (LTD) es una de las nuevas incorporaciones en las escuelas, donde se está experimentando una transformación del libro impreso tradicional a la versión digital. Por tanto, el mundo del libro está viviendo un profundo cambio, que está propiciando entre otras cosas, una nueva definición de las relaciones entre los actores implicados: editores, distribuidores y libreros.

En nuestra investigación el objetivo general es identificar las dimensiones que configuran las estrategias de la industria editorial en el proceso de implantación del libro de texto digital. Para la consecución de este objetivo, hemos organizado el análisis en tres estrategias: tecnológica, pedagógica y comercial. Además, otra de las pretensiones de esta investigación era el de elaborar un protocolo que ayude a los centros en la elección de estos nuevos materiales. En esta comunicación expondremos los resultados extraídos hasta el momento con las diferentes herramientas de estudio utilizadas.

2. Referencias teóricas

Desde hace más de veinte años, el estudio de la integración de las tecnologías informáticas en el sistema escolar representa una línea de

investigación potente y valiosa en el panorama actual de la investigación educativa (Macmillan, Hawkins y Honey, 1999). Sin embargo, los resultados distan de ser optimistas, entre otros McFarlane (2001), analizando la situación en el Reino Unido afirmaba: “A pesar de que la disponibilidad de recursos en las escuelas va creciendo de forma continuada (aunque lenta), los niveles de uso de las tecnologías de la información en el aula no van al mismo ritmo” (p. 15). Cuban et al. (2001) identificaron una serie de condiciones que influyen en la integración y uso de las nuevas tecnologías en las escuelas, entre ellas y en atención a su actualidad en el proyecto puesto en marcha en la Comunidad Valenciana, señalamos la de distribuir los ordenadores en todas las aulas, más que en laboratorios o centros aislados (Peirats, 2011).

En estos momentos, aparecen en otros contextos investigaciones que se centran en el análisis de los modelos 1 a 1 (Zucker, A. y Hug, 2007; Holcomb, 2009; McFarlane, Triggs y Yee, 2008) que continúa su marcha desarrollando su implantación en distintos países, aunque en España haya sido suprimido debido a la política de recortes. O se ocupan del impacto de los recursos tecnológico en el proceso de enseñanza y aprendizaje, como es el caso de los estudios realizados sobre la pizarra digital interactiva (entre otros, Wood y Ashfield, 2008; Nescher y Kunz, 2011; en nuestro ámbito: Dulac, 2006 y Marquès, 2008), en los que se señala que favorece la interacción entre alumnos y profesor, el aprendizaje colaborativo y la simulación de situaciones reales en entornos virtuales, y que ponen en evidencia el que se haya convertido en un elemento habitual de las aulas.

En ese contexto tecnológico en el que nos encontramos aparecen con fuerza nuevas iniciativas informáticas y que pretenden ocupar un espacio hasta ahora reservado a un medio tan tradicional, tangible y habitual como es el libro de texto. Nos estamos refiriendo al libro de texto digital, cuya utilización empieza a proliferar en los centros educativos y en el que las diversas editoriales están volcando esfuerzos para el desarrollo de contenidos que cubran las diferentes áreas del currículo. Por esta razón consideramos prioritario analizar, cuanto antes, el estado de la cuestión ya que la migración del libro analógico al digital es ya un hecho en nuestro sistema educativo. Sin duda, serán numerosos los cambios que se producirían con la implantación de los nuevos libros digitales, no sólo en la cuestión propiamente educativa inherente

al libro de texto, sino con las industrias responsables de los aspectos comerciales, pedagógicos y tecnológicos.

El libro de texto ha sido, y posiblemente lo siga siendo durante un cierto tiempo, el mediador y transmisor de información básico de nuestra cultura escolar, lo cual no significa que no vaya a sufrir transformaciones con los nuevos medios desarrollándose en la línea de los libros electrónicos interactivos.

Si el alumnado que poblaba la escuela del siglo XX vivía en un mundo analógico, siendo sus principales entornos de socialización la familia, la escuela y el entorno próximo; los actuales se encuentran inmersos en un mundo digital que les ofrece una red compleja y extensa de información, y con unos modelos de comportamiento, valores y formas de vida diferentes. Es en estos momentos cuando coexisten recursos y materiales de una y otra perspectiva, lo que exige a los sistemas educativos del siglo XXI reconocer el papel de cada uno en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con objeto de sacar el máximo provecho educativo tanto de las viejas como de las nuevas fuentes de información y experiencia.

3. Metodología

Nos situamos en la perspectiva de la investigación cualitativa que busca acceder y conocer las experiencias e interacciones en su contexto natural (Sampieri y Cols., 2003). Como dirá Kvale (2011) sabemos que la investigación cualitativa intenta aproximarse al mundo real para poder entender la realidad y trabajar sobre ella. Será a partir de estas observaciones del mundo, recogidas mediante una pluralidad de técnicas y métodos como las entrevistas, grupos de discusión, etc. que se aproximará a un sujeto real, que puede ofrecernos información sobre sus experiencias y opiniones de aquello que estamos estudiando (Rodríguez, Gil y García, 1996) .

En este proyecto se expresa la necesidad de realizar un análisis de cómo se está produciendo, desde el punto de vista de la industria editorial, la migración del libro de texto tradicional al digital en los niveles de enseñanza obligatoria. Pretendemos indagar sobre cómo se están diseñando las estrategias de transición del libro convencional al digital. Estrategias que se concretan, como

ya hemos especificado, en tres ámbitos: tecnológico, pedagógico y comercial.

Para el trabajo de campo configuramos una muestra de 12 editoriales a partir de los siguientes criterios: que oferten libros digitales para al menos una de las etapas de enseñanza obligatoria; que haya al menos dos editoriales que sólo oferten libro digital y, además, hemos tenido en cuenta que sean las editoriales de libros de texto con mayor cuota de mercado en la Comunidad Valenciana. Teniendo como referente dichos criterios seleccionamos las siguientes editoriales: Bromera, Anaya, Digital-Text, Voramar-Santillana, SM, Tàndem Edicions, Edebé Interactivo, Itbook, Pearson, Perifèric Edicions, Edelvives y Vicens Vives.

El estudio lo hemos organizado en tres fases en las que hemos utilizado diferentes procedimientos para el análisis del estado de la cuestión. En una *primera fase*, una revisión bibliográfica, elaboración de una plantilla para la obtención de datos de los sitios Web de las editoriales, diseño y preparación del guión de las entrevistas a responsables de las editoriales y el guión para el grupo de discusión. Una *segunda fase* de realización de las entrevistas, elaboración de transcripciones con relevancia para nuestro estudio. Y por último, *la tercera fase*, en la que nos encontramos actualmente, dedicada al análisis de resultados, así como la elaboración y validación de un protocolo para orientar a los centros en el proceso de selección del libro de texto digital. Las bases de nuestra investigación se han asentado en una serie de tareas realizadas en el período comprendido entre julio de 2012 y diciembre de 2013. En ese espacio de tiempo hemos realizado: el estudio del arte de la literatura generada sobre los libros digitales; además, el análisis de contenido de una mesa redonda entre editores, sobre presente y futuro del libro de texto, celebrada en Valencia y también de otra realizada en Mérida en el Congreso Nacional sobre los Contenidos Educativos Digitales; asimismo, hemos acometido la revisión y análisis de las plataformas de diferentes editoriales para conocer y analizar los productos que ofertan a los centros de educación Infantil, Primaria y Secundaria, como el ejemplo de Gómez (2012).

En esta comunicación expondremos el análisis de los resultados obtenidos en esta tercera fase, en la que nos encontramos actualmente. Los datos en los que nos basamos han sido extraídos de 4 documentos claves en nuestra

investigación: la tabla de análisis de información de las Web de las editoriales; las transcripciones de dos mesas redondas sobre la temática que nos ocupa, una en la Facultat de Magisterio de la Universitat de Valencia con título “Presente y futuro de la edición” y otra en Mérida dentro del Congreso Nacional sobre Contenidos Educativos Digitales con el título “Distintos modelos de producción de contenidos educativos”; así como del Grupo de discusión que nosotros mismos organizamos, en el que participaron 6 de las editoriales de la muestra.

4. Discusión de resultados

Para un análisis más pormenorizado de la información, hemos organizado los resultados en tres apartados que coinciden con las tres estrategias nombradas: tecnológica, pedagógica y comercial. Aunque en ocasiones resulte complicado separarlas, se intentará que queden bien diferenciadas las aportaciones de las editoriales en cada una de las estrategias.

En la *estrategia tecnológica* el debate se ha centrado, respecto al libro de texto, sobre todo en el presente y el futuro de la industria editorial y el sistema de formatos y soportes utilizados por las diferentes editoriales. Éstas nos muestran que hay todo un abanico de posibilidades y que no hay unanimidad en lo que se refiere a este tema. Es evidente que todas las editoriales apuestan por la digitalización ya que, aunque piensan que los libros en papel no desaparecerán, caminamos hacia un mundo digitalizado en el que se abren muchísimas más posibilidades. Así, se habla de formatos como libros online o offline, libros interactivos, en pdf, plataformas digitales y gestores de contenidos, o soportes como las tabletas, las pizarras digitales, los notebook, etc. Toda una amalgama de recursos y herramientas que le dan formas diferentes al mismo producto: el libro de texto digital. Desde algunas editoriales se manifiesta la necesidad de aunar criterios a la hora de la creación de estos nuevos materiales, pero otras, llaman la atención de que en el mundo de la electrónica o la informática, nunca ha habido unanimidad, y que por tanto, tampoco va haberla ahora.

En la *estrategia pedagógica* las editoriales entienden que estos nuevos materiales deben de apostar por el cambio, porque no pueden seguir siendo un compendio de contenidos. Sin embargo, en sus diferentes páginas web se

alude a potenciar el aprendizaje cooperativo y autónomo. Y es que entienden que estos nuevos productos abren nuevos horizontes y que no pueden seguir vendiendo los mismos productos que antes. Pese a esta manifestación pública, se constata que muchas veces estas palabras no se corresponden con la oferta real que hacen las editoriales a los centros de enseñanza.

Cabe señalar que, una de las aportaciones al debate fue que estos nuevos materiales digitalizados requieren un buen asesoramiento pedagógico para obtener buenos resultados, por muy atractivos que sean comercialmente. La política de formación del profesorado es otro elemento crucial. Los profesores son los clientes de las editoriales y sus demandas definen en gran medida el mercado. Transformar, por tanto, las costumbres de los consumidores -los criterios y estrategias profesionales dominantes- es otro modo de incidir en las posibles variaciones en la oferta de los productos editoriales.

Todavía no está claro en qué etapas educativas se debe empezar a instaurar estos nuevos materiales. Observamos que, a juzgar por sus apreciaciones, las editoriales apuestan por iniciar el cambio de materiales en los primeros niveles de Educación Infantil y Primaria. Su justificación se basa en que en estas etapas educativas, los alumnos son ya nativos digitales razón por la cual es más fácil trabajar con ellos. En contraposición con esta opinión de las editoriales, nos encontramos que en la Comunidad Valenciana se está implementando en el presente curso, un programa experimental en 5º curso de Educación Primaria, para el fomento del uso de libros de texto en formato digital utilizando como soporte las tabletas.

Por último, en cuanto a la *estrategia comercial*, observamos que es aquella en la que más silencios hemos encontrado. Al estar dentro de las discusiones que se dan en el negocio de la industria editorial, es lógico que no quieran sacar a relucir todas sus cartas, y que no hagan anticipos de aquello en lo que andan trabajando, sino que presenten solo sus productos actuales. Todavía está en el aire el formato de compra y pago de estos productos. Algunas editoriales regalan una suscripción anual al profesorado si escoge su material, mientras otras venden sus productos a través de iTunes.

Otro aspecto a destacar es como las editoriales se han adaptado a las demandas del mercado. Editoriales que solo trabajaban con papel se han lanzado a la digitalización de nuevos materiales, así como editoriales que han

nacido para trabajar solamente con materiales digitales han acabado ofreciendo sus productos también en papel.

5. Conclusiones

Tras el análisis realizado, empezamos a leer entre líneas e intuir dónde se centra el debate en estos nuevos productos y qué es aquello que preocupa a la industria en cuanto a los nuevos formatos, los soportes utilizados, y los cambios necesarios tanto en la industria editorial como en las escuelas. Las editoriales que participan en el proyecto, apuestan de forma unánime por el formato del libro digital. Sin embargo, no hay un acuerdo/negociación respecto al tema con la administración educativa, por lo que podemos determinar que, en nuestro contexto, hay muchas realidades de libros digitales diferentes.

En la actualidad las editoriales que trabajan con el libro de texto siguen comercializando en papel y aseguran que los formatos digitales todavía no están dando grandes beneficios, pero entienden que el futuro ha de ser en digital y están apostando fuertemente por este formato. Sabido es que la producción del material está regida por la lógica del beneficio, lo que viene a significar, desde un punto de vista pedagógico que no siempre se edita el mejor material, sino aquel que mejor se vende.

Un cambio de paradigma se está produciendo gracias a la expansión de la industria de contenidos digitales. Esta industria no ha dejado de crecer en los últimos años en nuestro país y en el mundo, y despierta cada día mayor interés entre los ciudadanos, propiciando que las empresas se adapten a nuevas formas de intercambio de información, de oferta de servicios y de relación con los clientes.

Quedan aún muchos interrogantes y preguntas abiertas, tales como: ¿Los centros de enseñanza obligatoria disponen de las infraestructuras necesarias para poder extender la utilización de los libros digitales?; ¿Puede suponer una brecha digital entre las instituciones que se adapten a estas nuevas propuestas digitales y las que no puedan asumirlo?; ¿Las administraciones educativas están invirtiendo en esta dirección?; ¿Detrás de estos soportes digitales existe la apuesta por un cambio metodológico?.

Este estudio, que está en curso de realización, abre un abanico de posibilidades a futuras líneas de trabajo e investigación. Actualmente nos

encontramos en la prórroga de este Proyecto en el que analizaremos la implementación del libro de texto digital pero desde el punto de vista de los docentes y los centros de enseñanza.

Referencias

- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cuban, L. (2001). *Oversold and underused: Computers in the classroom*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Dulac Ibergallartu, J. (2006). *La pizarra digital ¿Una nueva metodología en el aula?*. Recuperado de <http://www.dulac.es/investigaciones/pizarra/Informe%20final.%20Web.pdf>
- Gómez, S. (2012). *Estudio de la oferta de Libros de Texto Digitales de las diferentes editoriales*. Recuperado de http://mestreacasa.gva.es/web/gomez_sol1/1/blogs/estudio_de_la_oferta_de_libros_de_texto_digitales_de_las_diferentes_editoriales?_33_redirect=%2Fweb%2Fgomez_sol1y
- Holcomb, L. B. (2009). Results y Lessons Learn from 1:1 Laptop Initiatives. *A Collective Review TechTrends: Linking Research and Practice to Improve Learning*, 53(6), 49-55.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- McFarlane, A. (2001). *El Aprendizaje y las Tecnologías de la Información*. México: Aguilar.
- McFarlane, Triggs, P. y Yee, W. (2008). *Mobile learning: Research findings*. Coventry: Becta. Recuperado de http://partners.becta.org.uk/upload-dir/downloads/page_documents/research/mobile_learning.pdf
- McMillan, K., Hawkins, J. y Honey, M. (1999). *Review Paper on Educational Technology Research and Development*. Center for Children y Technology. Recuperado de http://cct.edc.org/admin/publications/policybriefs/research_rp99.pdf
- Marqués, P. et al. (2006). *La pizarra digital en el aula de clase*. Barcelona: Edebé.

- Nescher, T. y Kunz A. (2011). An interactive whiteboard for immersive telecollaboration. *Visual Computer*, 27(4), 311-320.
- Peirats, J. y San Martín, A. (Coords.) (2011). *Tecnologías educativas 2.0. Didáctica de los contenidos digitales*. Madrid: Pearson.
- Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J. y García Jiménez, E. (1996). *Metodología de Investigación Cualitativa*. Málaga: Aljibe.
- Sampieri, H. y cols. (2003). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Wood, R. y Ashfield, J. (2008). The use of the interactive whiteboard for creative teaching and learning in literacy and mathematics: A case study. *British Journal of Educational Technology*, 39(1), 84-96.
- Zucker, A. y Hug, S.T. (2007). A Study of the 1:1 Laptop Program at the Denver. *School of Science y Technology*. Recuperado de http://www.scienceandtech.org/documents/Technology/DSST_Laptop_Study_Report.pdf