

Entrevista a José Antonio Millán

Por Tomàs Baiget



JOSÉ ANTONIO MILLÁN es un conocido consultor experto en edición electrónica (en su sentido más amplio) al cual hemos visto interviniendo en cantidad de mesas redondas, en reuniones tales como *Liber, Fesabid, Simo...*, impartiendo cursos y conferencias, publicando libros y artículos —muchos de ellos publicados en *El País* o en su propio sitio web—, pero aun sabiéndolo no por ello deja de sorprender encontrar frecuentemente su firma en más y más nuevos proyectos.

¿Cuál es exactamente tu actividad profesional?

— Me lo pregunta mucha gente, de modo que no debe de estar muy claro... Yo me considero básicamente un *mediador* entre instituciones del ámbito cultural (con toda la imprecisión que esa etiqueta implica) y la nueva situación creada por las tecnologías de la información (¡otra tremenda imprecisión!). Llevo haciendo esto por lo menos doce años, primero dentro de un grupo editorial, y hace casi una década como *free-lance*.

Esta situación profesional implica de hecho muchas cosas. Primero, pretendo constituir un *observatorio* de novedades, tanto en el aspecto técnico como en las experiencias de comunicación mediada

tecnológicamente. Segundo: tengo que transmitir a las personas que toman decisiones en las instituciones y empresas que son mis clientes cómo están las cosas. El medio ha cambiado mucho en los últimos dos o tres años, pero durante mucho tiempo mi primera tarea (¡entonces aún no remunerada!) era explicar a directivos qué era un cd-rom, qué era internet, y para qué les podía servir. De hecho, creo que parte de mi copiosa intervención en la prensa escrita ha venido guiada por un propósito *educativo*: contar de una vez y para muchos lo que si no tenía que repetir todo el rato para pequeñas audiencias.

«Parte del valor que yo apporto es la experiencia en costes reales de mantenimiento, y la evaluación del impacto del proyecto sobre el resto de la organización. Eso puede conducir a decisiones negativas, pero lo considero una victoria: sería peor hacerlo y luego no poder atenderlo»

La tercera parte de mi actividad es hacer proyectos concretos: ahí sí trato de que mis clientes sepan bien qué quieren conseguir, y yo intento darles una buena idea de sus posibilidades y costos de desarrollo y sobre todo de mantenimiento. Es muy fácil montar un megaproyecto, pero luego atenderlo ya es otra cosa... Por último, me apasiona dirigir ejecutivamente acciones culturales en nuevas tecno-

logías: uno está inventándose cosas todo el tiempo... Y tiene una re-
troalimentación de su público como no hay en ningún otro medio.

Pero no todo proyecto acabará llevándose a la práctica.

— ¡No!, y por fortuna... Quiero decir que parte del valor que yo apporto es la experiencia en costes reales de mantenimiento, y la evaluación del impacto del proyecto sobre el resto de la organización. Eso puede conducir a decisiones negativas: “No entraremos ahí”. Pero eso lo considero una victoria: es peor entrar y no poder atenderlo. Una anécdota: un proyecto web muy reciente en el que intervine tenía como patrocinador a una compañía hotelera, que insistió, como es lógico, en que figurara su logo en portada. Lo hicimos, y pusimos un enlace a su página corporativa. Nos llamó en seguida uno de sus ejecutivos: “¡Quitad el enlace”, rogó, “¡Tenemos los precios sin actualizar!”. ¡Le era más fácil pedir eso que decir a alguien de su organización: “¡Fulano, actualiza los precios!”. Se ven muchas cosas así...

Vayamos a la realización de un proyecto: ¿qué problemas suelen encontrarse?

— Básicamente de formación de personal. Cuando se analizan las funciones necesarias para el mantenimiento de un sitio y se hace el típico listado de tareas y habilidades necesarias, uno se da cuenta de que no hay perfiles profesionales para ellas. No es sólo que no tengan nombre, es que es difícil que alguien reúna —por ejemplo— capacidades de redacción,

El efecto King

Una de las historias que se pueden leer en el sitio web de **José Antonio Millán** es el fenómeno ocurrido el 14 de marzo de 2000 cuando el famoso autor **Stephen King** publicó su nuevo libro *Riding the Bullet* (*Cabalgar la bala*) exclusivamente por internet. Con su iniciativa no sólo demostró que lo del libro electrónico va en serio sino que además, con las ventas (descargarlo cuesta sólo 2,5 US\$, unas 450 PTA) habrá ganado unos 450.000 US\$. **King** calcula que publicándolo en papel no hubiera obtenido más de 10.000 US\$.

diseño de navegación y edición en html. Muchos de los proyectos en que trabajo comienzan formando a gente que ya está ahí haciendo algunas de esas cosas, y eso está bien, pero uno querría también abrir la puerta y ver una cola de gente cualificada esperando ser seleccionada.

«El principal problema con el que me encuentro es de formación de personal. No hay perfiles profesionales para las funciones requeridas. Es difícil que alguien reúna, por ejemplo, capacidades de redacción, diseño de navegación y edición en html»

Otro problema es el diseño general, gráfico y de navegación. Hacen falta personas que combinen saberes de diseño estático con diseño dinámico y de navegación, y planificación de interactividad, y que además sepan trabajar con la

dirección del proyecto y con el cliente... De hecho, parte de mi trabajo en enseñanza, en las escuelas *Elisava* y *Eina* de Barcelona, ha venido guiado por el deseo de formar las personas que sé que harán falta...

Parece que das más importancia a los factores humanos que a los tecnológicos...

— En los proyectos culturales en el medio web (o en la edición electrónica en general), el problema real no es la tecnología —que está ahí: no hay nada que inventar—, sino su utilización para la interacción con los usuarios: ese es el reto. Puede que en comercio electrónico o en banca virtual se pueda prescindir más de esos aspectos (aunque lo dudo: se ve cada cosa...), pero en proyectos culturales es suicida.

Hablemos de edición electrónica en concreto: ¿cómo está el panorama?

— Francamente animado. La digitalización ha supuesto en este terreno (como en otros muchos) una reformulación de todos los papeles implicados. ¿Qué es editar?, ¿qué es publicar?, ¿qué es distribuir?, ¿qué es vender una obra? Y por supuesto: ¿qué es un libro?, ¿qué es crear? Todo está rehaciéndose... Ahora sabemos que, en papel, había distintos tipos de editores: unos vendían prestigio, otros servicios de información, otros entretenimiento, otros formación, otros

decoración para hogares y oficinas. Por tanto, la edición electrónica no les afectará a todos de la misma manera.

«La revolución más fuerte vendrá de la edición a la carta (o bajo demanda), que tendrá su producción y distribución física de forma muy descentralizada»

La revolución más fuerte —ahora podemos verla— vendrá de la edición a la carta (o bajo demanda), que tendrá su producción y distribución física de forma muy descentralizada: casas de fotocopias de pueblo o de barrio, máquinas expendedoras... en incluso librerías. El servir archivos directamente por la Red (a lo **King**!) será otra práctica común y sumamente versátil, pero la existencia de dispositivos dedicados de lectura (*e-books* y similares) dependerá más bien de decisiones empresariales. Si un par de actores apuestan por ello (tal y como están hoy las cosas de concentradas), tendremos por cuatro peras máquinas para descargar y leer libros con toda comodidad. →

JAM

Búsqueda en el sitio

Este sitio, mantenido por José Antonio Millán, reúne artículos propios y ajenos, referencias y recursos sobre los temas más importantes de la edición electrónica o digital: nuevas formas de edición y de expresión, derechos de autor, criptografía y marcado, libro electrónico...

Recursos

General

[El libro electrónico: el efecto King](#)

[Las revistas científicas en versión electrónica](#)

[Piratería en el medio digital](#)

[Print on demand](#)

[Obras de referencia](#)

[Edición en la WWW](#)

[Filología y lingüística](#)

Mi experiencia [profesional](#) en edición electrónica



Edición electrónica o digital

Algunos de los mecanismos presentes en el comercio de átomos se reharán (o ya están rehechos) en la Red: el *peer reviewing* para contenidos científicos, o la imagen de marca para productos de público general (“una novela de *Anagrama*”). Pero al tiempo se abrirá un nuevo espacio para los agentes autónomos, autores o editores, que podrán hacer uso de estructuras mucho más flexibles para alcanzar a su público.

¿Qué relación tiene con sus actividades el sitio web que gestiona (<http://jamillan.com>)?

— En realidad este sitio aloja varios proyectos. Hay una zona dedicada a la edición electrónica² donde incorporo materiales y enlaces, con periodicidad irregular, sobre temas que van aflorando (desde el derecho a hacer enlaces hasta los *e-books*). Está dirigida a un público profesional. Últimamente ha empezado a acoger reseñas de pro-

ductos (básicamente cd-roms), y artículos escritos por otras personas, con lo que se ha convertido en una suerte de revista... La anima una *newsletter* que llega a mucha gente.

Otra parte tiene que ver con la internet y el mundo digital³ y en ella trabajo sobre aspectos culturales de las nuevas tecnologías. Últimamente hay allí un animado debate sobre narrativa hipertextual. Acoge también mi *Vocabulario de ordenadores y de la Internet*, que ya reúne 800 términos⁴. Éste cuenta también con una *newsletter* específica para informar de novedades.

Hay otras partes dedicadas a la lengua, crítica de diccionarios, etc. Con unas cuatrocientas páginas y cuarto de millón de palabras, ya es algo bastante grande, y probablemente produzca pronto por gemación (el método reproductivo típi-

co de la red) un par de sitios independientes.

¿Cómo se gestiona este sitio?

— Es auténticamente un *one-man-show*, levantado además en su mayor parte con tecnologías gratuitas. Realmente, hoy en día mantener un sitio web es algo sencillo y poco gravoso... si hay ganas y tiempo de hacerlo.

Sí, claro. Ganas, tiempo... y ¡un buen know-how!

Notas

1 <http://jamillan.com/efecking.htm>

2 <http://jamillan.com/edicion>

3 <http://jamillan.com/interdig>

4 <http://jamillan.com/vocabulario>

José Antonio Millán.
jam@jamillan.com
<http://jamillan.com>
