

TRANSFORMACIONES DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN LA ERA DIGITAL

POR: NATALIA PIZA CALVACHE, DANIEL VÉLEZ DE LA HOZ

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE:

COMUNICADOR SOCIAL

CAMPO EDITORIAL

DIRECTORA: MARÍA SOLEDAD GARCÍA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

BOGOTÁ D.C.

2009

A nuestras familias.
Daniel y Natalia

ÍNDICE

	Página
1. RESUMEN	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
3. ESTADO DEL ARTE	4
3.1. TED NELSON, UN ANUNCIO PRECOZ DE LA LITERATURA PRESENTE	4
3.2. CHRIS ANDERSON, ENTRE EL PESIMISMO Y EL OPTIMISMO DEL MERCADO GENERADO EN LO VIRTUAL	6
3.3. JASON EPSTEIN, RETRATO DE LA EDICIÓN PROGRESISTA	9
3.4. ROGER CHARTIER, DE LAS RELACIONES CON EL LIBRO	10
4. MARCO TEÓRICO	11
5. CORPUS	20
6. INTRODUCCIÓN	31
7. CAPÍTULO I: TRANSFORMACIONES EN EL OFICIO DEL EDITOR	34
7.1. DE LA RELACIÓN DEL OFICIO EDITORIAL CON EL DESARROLLO DE LAS SOCIEDADES	35
7.1.1. GUTENBERG Y LA REVOLUCIÓN MAQUÍNICA: UN CAMBIO DE MANOS	37
7.1.2. INDUSTRIA LITERARIA Y PRODUCCIÓN DIGITAL	39
7.2. RECAPITULACIÓN DE LAS REFLEXIONES GENERALES	41
8. CAPÍTULO II: LUCHAS DE PODER POR LA INFORMACIÓN. DE LA UTILIZACIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES EN PUBLICACIONES	42
8.1. CAPITALES ABUNDANTES VS. CONTENIDOS PROPIOS	43
8.1.1. BEST SELLERS	44
8.1.2. PEQUEÑOS AUTORES	46

8.2.	SOBREABUNDANCIA VS. ESPECIALIZACIÓN	48
8.3.	INNOVACIONES FUGACES VS. PERMANENCIA EN EL TIEMPO	51
8.4.	RECAPITULACIÓN DE LAS REFLEXIONES GENERALES	53
9.	CAPÍTULO III: TRANSFORMACIONES EN INSTANCIAS RELACIONADAS CON EL TEXTO	54
9.1.	AUTORIA	55
9.1.1.	DE LA FORMA DE VINCULACIÓN DEL AUTOR CON SU OBRA	56
9.1.2.	CONSIDERACIONES SOBRE LOS DERECHOS DE AUTOR	58
9.2.	EL LECTOR MUTANTE	59
9.3.	VEHÍCULOS DEL TEXTO HACIA EL LECTOR	62
9.3.1.	EL LIBRERO	62
9.3.2.	EL CRÍTICO	63
9.4.	RECAPITULACIÓN DE LAS REFLEXIONES GENERALES	65
10.	CONCLUSIONES	66
10.1.	LAS IMPLICACIONES SOCIALES	66
10.2.	LAS IMPLICACIONES DE MERCADO	66
10.3.	LAS IMPLICACIONES EN EL MUNDO DEL EDITOR	67
11.	BIBLIOGRAFÍA	70

También han ocurrido cambios en cuanto al accionar físico de la lectura, pues se puede decir que se han abierto nuevas posibilidades diferentes a las de la cultura impresa. Hoy existen nuevas formas de escritura y, por ende, de lectura multisensorial. A la relación directa y única del lector con un objeto impreso se le han sumado la visualización de videos, la pulsación de botones, el control de archivos de audio. Alejandro Piscitelli dice: "La escritura no sólo es un instrumento de liberación del alma individual y propia, sino también de opresión de los sentidos ajenos" De esta manera, mientras las formas de lectura tradicionales suprimían el uso de varios sentidos, se han venido adaptando a las nuevas formas catapultándose mediante el uso de herramientas digitales. Es así como los periódicos impresos como El Tiempo, El Espectador, The New York Times, The Miami Herald y casi todos los medios informativos del mundo poseen una versión digital en la cual aprovechan la multimedialidad mediante la incorporación de videos, archivos de audio y foros de participación. (Piscitelli, 2005, Página 15)

El difuso límite de la interactividad

Precisamente, dadas las posibilidades de intervención de obras en los formatos digitales, el lector está asumiendo otras posturas frente a los textos y obras. Esta posibilidad de interactividad hace difusos los límites de la definición del lector como un espectador, poniéndolo en posición, incluso, de co-autor. Tal es el caso del proyecto colombiano 45treinta, una revista creada por dos estudiantes de diseño gráfico de la Universidad Nacional. Su dinámica de producción comienza con una convocatoria través de redes sociales en internet -como flickr, myspace, facebook entre otras- dirigida a ilustradores, dibujantes y artistas para donar sus trabajos y aceptar que sus obras sean modificadas libremente. Posteriormente las dos estudiantes hacen un proceso de selección, edición y diseño de la publicación. Luego de estar impresa, la edición es distribuida libremente pero los lectores al recibirla se comprometen a devolver una copia con alteración de su contenido. El resultado de este proceso son varias obras derivadas de una obra original, muchas de las cuales han sido expuestas en galerías del mundo.

1. RESUMEN

“At your screen of tomorrow you will have access to all the world’s published work: all the books, all the magazines, all the photographs, the recording, the movies (and new kinds of publication, created specially for the interactive screen”

Theodor Holm Nelson (Preface for *Literary machines*, 1993)

La afirmación que hacía Ted Nelson sobre las dinámicas de publicación de las obras ya no es cuestión de futurología o ficción. Gracias a las facilidades que ofrece la digitalización de libros y revistas, así como de las prácticas mercantiles, cada vez es más fuerte la tendencia de poner a circular productos en Internet y en dispositivos de lectura para formato digital, no sólo editoriales, sino de una amplia gama cultural. Y como cada cambio de soporte trae consigo movimientos tanto de extremo rechazo como demasiado optimistas, es importante conceder beneficio de duda a todas las posiciones y encontrar posturas realistas que tengan en cuenta por igual a las tecnologías y a las condiciones sociales en las que se desarrollan. Al considerar que además de estar surgiendo tecnologías nuevas de las que la industria de las publicaciones se vale para poner contenidos en circulación, también los papeles dentro de ésta se reconfiguran, esta tesis pretende pintar un panorama de la situación actual en cuanto al movimiento editorial –el mercado de los textos-, así como de las figuras que involucra –autor, editor, librero, crítico y lector- y, a partir de este diagnóstico, lanzar algunas propuestas a las que puedan apostar en el presente y en el futuro inmediato.

2. JUSTIFICACIÓN:

Lejos de ser una fantasía de pocos, la producción, distribución y lectura en medios digitales es una realidad palpable. Desde correos electrónicos, mensajes de texto por celular, hasta los blogs y los denominados e-books, millones de personas en el mundo hacen uso de herramientas electrónicas para leer y escribir. No sólo se trata de textos con utilidad transaccional e inmediata, sino de obras que constituyen, en su totalidad, piezas de literatura. De manera que es indudable que hoy asistimos a un momento de transformaciones en el ciclo de vida tradicional de los textos, con implicaciones directas no sólo en su forma, sino en las maneras en que se crea, circula, se configura, muta, llega a los lectores y se vuelve sobre sí mismo.

Desde las posiciones de futurología apocalíptica que anticipan el fin del libro código y la obra literaria como se conoce, hasta quienes defienden las bondades de los nuevos soportes, se mueve la discusión sin tener en cuenta lo más evidente: no se trata del futuro ni de utopías, sino de un cambio que ya está ocurriendo, que ya vivimos. Quienes entran en contacto con el texto (en todas sus formas) se pueden dar cuenta de las transformaciones que ha habido en los últimos años y cómo su papel ha cambiado con respecto a éste.

Sin embargo, debemos aclarar que el problema no es el cambio de soporte del texto, pues los libros existen y seguirán existiendo; sucede que la lectura digital se realiza a diario alrededor del mundo ya sea en manuales, correspondencia electrónica, noticias, blogs, entre otros. Entonces, si los reales efectos de esta práctica ya se han tomado aspectos tan cotidianos, es importante preguntarse: ¿en qué se centra la polémica sobre el futuro del libro?, ¿cuál es la base de la preocupación del mundo editorial? Una apreciación del problema es la económica, pues al tener en cuenta que se trata de una industria en la que se desenvuelve un proceso tradicional que implica la administración de una empresa y la productividad que podría verse reducida con la aparición de otros medios, vistos como competencia. De manera que se trata, en cierta forma, de un problema de usos y mercado.

Pese a la validez que tiene esta percepción, a ella se suma el hecho de la función de la

literatura en la sociedad: se trata de la conformación de un sujeto que está atado al consumo cultural mediante la lectura de contenidos. Por esta razón, consideramos que los modos de producción del capitalismo y los cambios que puedan surgir en estos pueden condicionar la importancia y el papel de los textos dentro de determinada coyuntura social.

Sin embargo, además de la problemática que puede existir para la estabilidad de una industria, dado el desarrollo de tecnologías que cambian los modos de producción, subyacen las implicaciones para cada una de las instancias relacionadas con el libro. Empezando por el autor, pasando por el editor, el librero, la crítica y el lector, el texto se atraviesa como un eje que conduce un movimiento rotativo. Pero, ¿qué pasa con el texto hoy?, si este es afectado en su forma ¿cambian los papeles de cada uno de estos individuos que entran en relación con él en medio de un proceso maquínico?, ¿el cuerpo de la industria editorial se está desordenando con los últimos y próximos mecanismos de tratamiento del texto?

Nuestro trabajo, precisamente tratará de abordar estos cuestionamientos, y en eso radica su importancia. Como estudiantes del campo editorial, es natural que exista una inquietud acerca del futuro profesional; no obstante, no entraremos a debatir si existe un real riesgo de desaparición o reducción del campo laboral en cuanto a la industria de los impresos. Por el contrario, nos proponemos realizar un análisis general de cómo las figuras que se relacionan con el objeto libro están cambiando en la coyuntura planteada y, a partir de allí, proponer las competencias que debe desarrollar el editor del mañana, para cumplir los requerimientos que se presenten.

En este sentido, nuestra tesis constituye un trabajo interesante para el campo editorial, en cuanto éste debe responder a las exigencias de la actualidad para la formación de profesionales capaces de adaptarse, no sólo a los problemas que se presentan en el proceso tradicional de elaboración de un proyecto de publicación, sino también a un mercado que compete a comunidades que hoy se relacionan también a partir de lo electrónico y lo digital. También consideramos que esta tesis, además del aporte teórico que puede proporcionar a modo de reflexión en torno a los textos como objetos de valor cultural, reivindica la relación irrompible entre la academia y la realidad.

3. ESTADO DEL ARTE

Cuando nuevas tecnologías aparecen y tienen un proceso de desarrollo, las sociedades sienten su impacto, pues en su aplicación se modifican costumbres y mecanismos de producción, usos y socialización. Desde el ordenamiento de jerarquías hasta las transacciones económicas, las prácticas del ser humano están relacionadas con los usos que se dan a los medios que sirven para llegar a un producto determinado. Para este trabajo, que se centra en la industria editorial en la era digital, la circulación de contenidos que permite y sus implicaciones en la estructura social, hemos seleccionado a varios autores que tratan temas claves para la comprensión de los acercamientos de la industria editorial a estas tecnologías.

3.1. Ted Nelson, un anuncio precoz de la literatura presente

El sueño por la integración de los saberes del hombre en un solo espacio no es nuevo. Se dice que la Biblioteca de Alejandría, en la antigüedad, albergaba más de 700.000 libros y, pese a su desaparición, el legado mítico que tuvo en intelectuales permeó la historia hasta nuestros días. La idea de los templos del saber se ha conservado y hoy existen bibliotecas esparcidas a lo largo y ancho del mundo. Además, otros soñadores han puesto sus ojos en proyectos de carácter similar, igualmente ambiciosos, pero, en cierta forma, diametralmente opuestos.

Theodor Nelson fue uno de ellos, según lo expone en *Literary machines 91.1, the report on, and of, project Xanadu concerning word processing, electronic publishing, hypertext, tinkertoys, tomorrow's intellectual revolution, and certain other topics including knowledge, education and freedom.*

Nelson fue más allá de la propuesta de albergar el conocimiento en un lugar, bien fuera “un lugar virtual”, dadas sus ventajas. Xanadu, su proyecto, contemplaba, desde los años 60, la integración de todos los textos existentes en el mundo, de manera que cualquier lector

podiera recorrer una gran obra literaria, conformada por una enorme totalidad, en un recorrido único. Esto sólo podría lograrse con el libre acceso a todos los documentos y los vínculos (*links*) entre ellos en una misma plataforma. Tal vez estos fueron los primeros usos que se dieron de la palabra “hipertexto”, un conjunto de textos interconectados entre sí y en el que cada uno de estos puede guiar indiscriminadamente a cualquier otro. Tales ambiciones sólo podrían lograrse a través del desarrollo de las tecnologías informáticas.

Literary machines pretende no sólo explicar la dinámica de la hipertextualidad, sino ser un hipertexto en sí misma. Objetivo que pareciera difícil de lograr para un libro impreso, pero que Nelson soluciona con una propuesta ingeniosa: la no numeración de algunos de sus capítulos y la sugerencia de leer cada capítulo por aparte, pasando constantemente por el capítulo 2. En éste, explica el corazón de su tesis, el proyecto romántico de unir los saberes de la humanidad en una misma plataforma, que en el futuro promoviera el acceso de cada hombre o niño del planeta a cualquier contenido que se hubiera publicado en cualquier parte del mundo. Todo esto en una pantalla de computador y con una simple serie de comandos fáciles.

Cosa que hoy parece evidente, pero que a principios de los noventa parecía cuestión de ficción, pues los acercamientos del público general a las posibilidades de publicación en la red, así como el acceso a ella, se encontraban considerablemente restringidos. Así, al leer *Literary machines* hoy resultan impresionantes las anotaciones que en el pasado bien pudieron haber parecido futurología y que hoy son, en gran parte, realidad. Hoy, a partir de estas circunstancias, han surgido movimientos –de alguna forma románticos- de liberar el conocimiento humano, poniéndolo a libre disposición de todos. Sin embargo, es pertinente preguntarse ¿qué tanto se ha alcanzado el ideal “utópico” de Nelson?

En los últimos años podemos distinguir dos fenómenos que favorecen al libre acceso a todas las obras: la llamada Web 2.0 o web enfocada al usuario y los proyectos que hacen disponibles obras de dominio público. La primera tiene su utilidad en la facilidad que se ofrece al usuario de poner en circulación contenidos generados por sí mismo en plantillas predeterminadas, sean escritos, imágenes, videos, o audio. Los segundos corresponden a enormes bases de datos, en las que los usuarios de internet pueden acceder a las obras

cuyos derechos de autor patrimoniales han vencido y, por lo tanto, pueden estar a disposición del público.

Son precisamente los derechos de autor donde se puede ver que existe un impedimento para que la totalidad de las obras circulen gratuitamente: el ánimo de lucro. Algunos autores que son nuevos y optimistas, prefieren dejarse leer o contemplar gratis en Internet, pero otros prefieren poner sus libros a la venta en un portal como Amazon. Allí el cliente hace su compra a través de tarjeta de crédito y el libro llega en físico a su casa o se descarga un archivo digital que se puede leer en un soporte específico. Esto, también había sido contemplado por Nelson en su proyecto. Es probable que en este aspecto haya logrado lo que pocos logran: no dejar que los ideales arrastren con el realismo, no olvidar que existen personas que dependen de los mecanismos que rigen las condiciones que se están replanteando.

Lo realmente valioso, en este aspecto, es la posibilidad de integrar un sistema en el otro: el mercadeo tradicional se traslada a la virtualidad a través de tarjetas de crédito y la “simulación” virtual de una biblioteca real, potencializando las características propias de lo digital. Parecería entonces que el gran problema para alcanzar el ideal proyectado en Xanadu no es de capacidad tecnológica, no es un cómo, sino un qué: la desigualdad.

Citando a Nelson, decía visualizar “un programa de computadora pensado para hacer posible una nueva literatura electrónica unificada, (...) para reanimar las libertades de ayer y extenderlas al futuro electrónico de mañana, (...) para atar todo junto y ponerlo a disposición de todos” (1992, página no numerada, Nuestra traducción).

3.2. Chris Anderson, entre el pesimismo y el optimismo del mercado generado en lo virtual

Dadas las situaciones de mercado de las que depende el acceso a las tecnologías y a los bienes que se comercian (en nuestro caso, el libro y los textos), es necesario tener nociones frescas sobre qué sucede en la economía de hoy. De las dinámicas del mercado pueden decirse infinidad de cosas, desde que la economía responde a situaciones experimentales, hasta que existen fórmulas precisas para determinar el éxito de un sistema. Sin embargo,

hay algo de lo que no cabe duda: existe una dinámica transaccional en la que están involucrados productores, promotores, vendedores y consumidores. Un esquema básico que se repite en la mayoría de los casos que implican el comercio de un producto. Estos tejen una relación que se basa en torno a la negociación de bienes y servicios, que pueden representar artículos de primera necesidad, de lujo u objetos de entretenimiento.

Es en este respecto donde Chris Anderson, editor en jefe de la revista Wired, en su obra *The long tail*, llega a considerar las condiciones actuales en las que ocurren transacciones en torno a la industria del entretenimiento. La importancia de esta obra radica en que no sólo considera las implicaciones de la dinámica de producción y distribución de productos de dicha industria a gran escala, sino su valor cultural y las diversas formas en las que el público se puede involucrar. Esta obra fue publicada inicialmente en Wired y luego editada por Hyperion en el 2006.

Así, en completa coherencia con la democratización de libros, revistas, música y películas que propone, *The long tale* no sólo sale en defensa de la oportunidad de divulgación de las obras de pequeños autores, sino que en sí misma está disponible para ser descargada desde Internet. El debate de este libro gira entonces no sólo en torno a la rentabilidad económica de las prácticas empresariales en la industria del entretenimiento, sino también de las posibilidades que pueden ofrecer los formatos digitales y las transacciones en Internet para poner en circulación productos culturales que de otro modo difícilmente tendrían una oportunidad de salir a la luz.

Anderson explica: “(...) la mayoría de nosotros quiere más que sólo éxitos. El gusto de todos parte de las carteleras principales y cada vez que exploramos alternativas, más nos dirigimos hacia ellas. Desafortunadamente, en las décadas recientes esas alternativas han sido llevadas al borde del abismo por estrategias de mercados creados por industrias que los necesitan con desesperación”. (2008, Página 7. Nuestra traducción)

“Las economías que guían sus caminos por los éxitos son la creación de una era carente de espacio para cargar todo para todos (...) Este es un mundo de escasez. Ahora, con la distribución y pequeñas ventas en línea, estamos entrando en un mundo de abundancia”, agrega. (2008, Página 7. Nuestra traducción) En este sentido, Anderson defiende la posición de utilizar Internet como una nueva plaza válida para otorgar a los contenidos

emergentes la posibilidad de ser comercializados, como una alternativa al contexto saturado de las librerías y tiendas de discos.

Y bien, si nos situamos en una perspectiva realista, la resistencia a involucrar las tecnologías digitales a las prácticas de mercadeo de productos culturales no es más que el producto del miedo de que se pierdan oportunidades y dinámicas que responden a una lógica tradicional. Para nuestro caso, si nos centramos en el mercado de la industria editorial, el panorama es muy claro: Amazon ha desplazado, en cierta medida, el mercado de los libreros, pues ofrece incluso más títulos, desde los best sellers que se exhiben en las vitrinas de las grandes cadenas, hasta nuevos autores que ofrecen ediciones modestas de sus primeros pasos en la literatura.

Pero, ¿Qué podrían hacer los libreros al respecto? Anderson deja claras las ventajas que tiene la utilización de internet como instrumento de mercadeo: ahorro de espacio, bajos precios de la impresión por demanda y posibilidad de ofrecer mayor número de títulos. ¿Podrían, tal vez, involucrar a su empresa en el nicho de quienes prefieren usar la compra electrónica? En este sentido, está comprobado que internet puede llegar a ser lucrativo, dependiendo de qué tanto se expandan las empresas a la lógica de mercado a la que deben responder si quieren entrar a competir con otras que ya existen en la red. La lógica de la red no se diferencia mucho de la lógica de mercado en físico, pues responde a una virtualización de esta.

No obstante, parece no existir un clima de aproximación de los libreros y la industria editorial en general a las nuevas tecnologías. Estas podrían verse como una oportunidad para hacer ingresar en el mercado esos contenidos que no pueden exhibirse físicamente en las librerías. Surgen entonces varios interrogantes: ¿es la impresión por demanda una alternativa para los autores que tienen poco campo en las librerías?, ¿la venta por internet podría abrir un nuevo nicho consumidor que hoy no aporta como cliente de librerías físicas? Según las cifras reportadas por Anderson, en eso se basa *The long tale*: esos capitales que se reportan a las empresas por la venta de obras pequeñas por internet, y que representan ingresos igualmente significativos. Es decir, mientras por una parte se venden muchos ejemplares de pocas obras, por el otro se venden pocos, de muchas, pero por montos proporcionales de dinero.

Podríamos preguntarnos si en realidad existe una competencia directa de los recursos electrónicos en contra de los métodos tradicionales de producción, distribución y venta de libros, o incluso aplicado a cualquier objeto fabricado en la lógica de la industria cultural. O, por el contrario, ¿podrían servir como una herramienta de utilidad? Parece que aún estamos en pañales para responder a esta pregunta y, más aún, para que la sociedad asuma las posibles consecuencias que pueda traer. Lo que es innegable, es que, ciertamente, la virtualidad ha estado permeando todos los círculos de nuestras vidas: lo privado, lo económico, lo social y lo cultural. Y cualquiera que sea nuestra respuesta –con la que ya estamos en mora-, lo cierto es que ya existen mundos editoriales que giran en torno a Internet.

3.3. Jason Epstein, Retrato de la edición progresista

A partir de relatos de su experiencia como editor y algunos análisis sociales y económicos de la edición, Epstein escribe su ensayo "*La industria del libro: Pasado, presente y futuro*" en donde plantea varias propuestas de cómo la industria editorial debe beneficiarse con las nuevas tecnologías.

Por más que los soportes de publicación cambien, el hombre nunca perderá la pasión por contar ni la pasión por conocer las historias de los otros. Debido a esto las discusiones sobre la migración del texto impreso al texto digital y el fin del libro resultan bizantinas. El mercado editorial corre el riesgo de ser un sistema rígido incapaz de procesar nueva información. Por tal razón, se debe pensar es en como estos tipos de cambios son parte de una evolución de la industria editorial, la sociedad y la cultura "las nuevas tecnologías no suprimen el pasado sino se edifican sobre él". (2001, Página 171)

Para Epstein el cambio radical en la producción editorial estará en el modo de distribuir los libros, pero no se eliminará la tarea esencial de editar y promocionar. También, se ampliará la libertad de publicación para escritores, se cortarán las distancias entre el autor y el lector, desaparecerán los obstáculos de rotación en las librerías, los catálogos serán infinitos y tendrán todos los títulos a disposición del consumidor. La industria editorial podrá ser de nuevo una industria artesanal.

Además de estos autores, que dan una panorámica teórica y práctica de los acercamientos que ha venido desarrollando el mundo editorial a partir del desarrollo de las tecnologías digitales, nos basaremos en muchos otros que dan nociones del ejercicio del poder en la opinión pública, la influencia del conocimiento en la sociedad, el mercado del entretenimiento y la democratización del saber a partir de la informática.

3.4. Roger Chartier. De las relaciones con el libro.

Cuando Chartier comenzó a escribir el texto “Libros lectores y lecturas de la edad moderna” pretendía hacer una historia de los libros de esa época, especialmente sobre el “libro como disciplina” y las “particularidades de la edición” francesa. A medida que entraba en el tema notaba que estudiar el libro sería abstraerlo a una condición de objeto, detenerse en las características de producción. De esta forma se preguntó si “¿basta el gesto para construir la historia del libro en tanto que historia cultural?” (Chartier, 2001. P. 18)

Los textos que están en los libros no se escribieron solos, y solo es posible que los lectores accedan a ellos gracias a la acción de una máquina (sea social, política, económica), que guía y constriñe la operación producción de sentido. (Chartier, 2001. P. 20)

Para Chartier la invención de la imprenta debe mirarse como un proceso de evolución y no de revolución. Porque fue una amalgama de cambios sociales que se dieron poco a poco con el tiempo, mas no fue un acontecimiento que cambió radicalmente a una sociedad. Una de las claves de esta evolución es crear nuevas categorías de lectores gracias a la proliferación del conocimiento y la privatización de la lectura.

4. MARCO TEÓRICO

Del libro en rollo, pasando por el libro códice, hasta aquellos que se leen en soporte digital, ha habido transfiguraciones en todas las instancias que se relacionan con el objeto libro. Cada cambio supone una interacción, cada soporte implica un posicionamiento distinto de cada quien con el libro –en cuanto objeto industrial y cultural-: el autor puede estar en algún momento limitado en el tratamiento de la imagen –en los pergaminos, por ejemplo, la pintura podría saltar al enrollarlos-; el librero podría verse en apuros por acomodar los libros de gran formato sin tener estantes diseñados para ellos; los lectores podrían convertirse además en escuchas, *pulsa botones* y espectadores de imágenes en movimiento.

Este panorama ha ido evolucionando y, con el paso del tiempo y el desarrollo de nuevas formas de presentación de este objeto, se complejizan las funciones que las personas tienen con respecto a él. Según Roger Chartier, especialista en historia social de la cultura escrita,

“(…) las otras formas de libro se daban a leer a través de una estructuración, de una materialidad que remitía a la intención del autor o más frecuentemente a las decisiones del editor y eventualmente de los que trabajaban en los talleres tipográficos. Aquí (en la actualidad) el lector se encuentra con un poder sobre la apariencia, la estructura y la identidad del texto que nunca encontró antes.” (2001. Página 3)

Esta apreciación muestra el cambio que presenciamos en las formas de los textos de hoy y las implicaciones que éste tiene en la conformación de relaciones entre lectores, autores, libreros y críticos con su objeto. Entonces, se requiere una reflexión acerca de lo que ocurre con cada una de estas figuras.

Consideraciones iniciales:

La edición digital no representa el único proceso de transformación de las instancias que entran en contacto con el libro. Antes, la humanidad ha asistido y provocado cambios de soporte, de tecnologías de producción y formas de distribución de este objeto. Por eso, mientras propone la hibridación y evolución de estas figuras en la actualidad, esta investigación considera, en primera medida, a la movilidad como una característica esencial de las cosas. En este sentido, es coherente con la realidad del libro como un objeto de

lógica industrial que responde a estructuras culturales, a través de dinámicas de mercado y sociedades consumistas. De esta manera, a medida que se avance, se va a encontrar un esclarecimiento de los papeles que se juegan en torno al libro y cuál es su situación actual, dado el cambio que se ha mencionado.

La historia nos cuenta que las transformaciones tecnológicas han condicionado el desarrollo de muchas esferas de lo humano. De la escritura cuneiforme, el fuego y los homínidos cazadores; pasando por la agricultura y las herramientas de cultivo; la máquina de vapor y la producción en masa; hasta la globalización de la información a través de varios instrumentos, las sociedades han adaptado su vida a las condiciones que se presentan. Hoy parece que la cultura está mediada por innovaciones cada vez más fugaces que a veces priman la practicidad; lo popular se debate entre los contenidos propios y los promovidos por los grandes capitales dominantes; el saber oscila entre la sobreabundancia y la especialización.

La industria editorial no escapa de este fenómeno, estando sujeta a varias instancias (autor, editor, lector, libro, librero y crítico) que se van reconfigurando con los vientos de las revoluciones del mercado, los soportes técnicos, los hábitos de consumo y la competencia de otros medios. Al tomar en consideración las facilidades con que hoy se puede escribir, publicar, acceder, leer y comerciar con obras personales, parece que la dirección del mercado deja de ser unilateral, en el sentido en que ya no son unos pocos quienes hablan a muchos, sino una pluralidad de voces que llegan a un público infinitamente diverso. En adición a esto, también hay pocos que hablan a pocos en redes que se forman en torno a intereses puntuales; muchos que hablan a muchos, como obras hechas por toda una sociedad que llegan a ella en retorno, en procesos cíclicos, y muchos que hablan a pocos, dado que las empresas que generan industria cultural se alimentan de lo que dice la gran masa.

Los cambios actuales, originados principalmente en situaciones de orden tecnológico, implican facilidades para las formas de circulación y de contacto del editor con el autor y sus lectores. Como dice Jason Epstein “Las nuevas tecnologías no suprimen el pasado, sino que se edifican sobre él” (2008. Página 171) En este sentido, no hay en realidad un peligro

tangible que ponga en riesgo el futuro de lo editorial, sino un nuevo orden que se construye a partir de cambios en los instrumentos de los que se vale. Nos preguntamos ahora cuáles son esas propiedades y características que tienen cada una de las figuras que participan en el ciclo de vida de los libros: quién es el editor, el autor, el lector, el librero, qué es el texto. A partir de estas definiciones, tendremos en cuenta las características para alcanzar la finalidad de este trabajo: una lectura de las funciones y operaciones de la figura del editor, en el contexto de las tecnologías de producción y los espacios de circulación y consumo cultural.

Primero, definiremos al **editor** según sus labores, basándonos en los criterios de Jason Epstein, editor norteamericano, creador de *Anchor Books*, cofundador de *The New York Review of Books*, precursor de la venta de libros en Internet a través de *The Readers Catalogue*, y director de la *Ramdom House* por varios años. Epstein considera que el trabajo de un editor empieza desde la decisión de aceptar o rechazar un manuscrito, la creación de estrategias de revisión y promoción, la elección de portadas y tipografía, el apoyo moral y económico al autor. “Salvo en casos singulares, los autores siempre necesitarán ayudantes editoriales, que pulan su sintaxis o abastezcan sus bolsillos, compartan su angustia o su euforia y eclipsen sus propios egos en provecho de la fama del autor” (Epstein, 2001. Página 20).

La tarea del editor es también facilitar las lecturas necesarias hacia un público lector. En esta definición habría que destacar, dentro de la labor esencial del editor, la coordinación de un proceso que incluye el diseño, la corrección de textos, la diagramación, las pruebas de impresión, y otras etapas productivas que varían según el tipo de publicación.

Habría que poner también en consideración el poder político del editor. “*No todo es Estado, precisamente porque siempre y en todas partes ha habido Estados*. No sólo la escritura supone el Estado, también lo suponen la palabra, la lengua y el lenguaje” (1988, P. 437), dicen Deleuze y Guattari en *Aparatos de captura*. Para ellos, el Estado es una forma de codificación de los individuos en relación con un régimen de signos y herramientas. Una figura que ejerce autoridad sobre el lenguaje y su circulación, tiene lugar también en la

política de las actuales sociedades de control¹, que se transforman en la medida que lo hacen los medios de producción. Cabría preguntarse si hoy pierde autoridad el editor o por el contrario se reconfigura como guía de consumo.

Si tenemos en cuenta la concepción "regímenes de verdad", entendiéndose estos, según Anthony Giddens, como los poderes que dirigen la versión legítima de verdad (1995), no hay nada más seguro que hoy existe una transformación. La facilidad de cada individuo de unir su voz a un cúmulo que versiones de verdad en medio de una red de informaciones cambia el orden lógico de los poderes informativos: los mecanismos de control sobre los contenidos pueden partir de la colectividad y no de una figura autoritaria que dirige el curso de los saberes que están en circulación.

Sin embargo, hay quienes son escépticos a la construcción colectiva del pensamiento y prefieren confiar sus creencias a ciertos líderes de opinión sin cuestionar sus afirmaciones; tal es el caso del crédito que alguien podría dar a un concepto emitido por la Enciclopedia Británica o Wikipedia². La primera, cuenta con el respaldo de académicos y eruditos especializados en cada uno de los temas que trata, además de ser un impreso que pasa por correcciones y ediciones antes de salir a manos del público. La segunda es una plataforma que se ha construido con los aportes de personas de todo el mundo, con un sistema de control que actúa de manera directa sobre las actualizaciones que hacen los colaboradores.

Ante estas dos perspectivas, ¿acaso los editores pierden su poder como dirigentes en medio de la capacidad de adhesión de estas nuevas voces del discurso colectivo? Es importante resaltar que los productos de creación colectiva en Internet también cuentan con sus propias regulaciones, las figuras determinantes en la industria editorial como autor, editor, lector, administrador se traspasan a la red y cumplen sus mismas funciones, pero mediante recursos y lógicas diferentes. Este esquema se maneja sobre todo en enciclopedias virtuales, blogs, administradores de contenido, portales de opinión y de narración colectiva.

1 Ver capítulo 1

2 Referirse a [http:// wikipedia.org](http://wikipedia.org)

Existiendo estas condiciones, hablaremos aquí de dos editores fundamentales: uno vertical, que ejerce su papel como figura de autoridad y dirigente de una empresa con un método productivo específico, y otro transfigurado, transversal, rizomático, caracterizado por la facultad de tomar decisiones desplazándose del eje vertical en el que trabajaba tradicionalmente.

Antes de llegar al editor, los textos son creados por un(os) autor(es). Bajo la palabra **autoría** podríamos agrupar varios conceptos. En términos jurídicos, según la Decisión Andina 351 se entiende como autor a la “persona física que realiza la creación intelectual” (Capítulo 1, artículo 3). Sin embargo, esta claridad podría tornarse confusa cuando se ponen en consideración aspectos como la concepción, la acción física de realización o las creaciones colectivas. Por ejemplo, durante los periodos de consolidación de las formas actuales de escritura en la edad media, muchos autores dictaban a sus secretarios lo que sería su obra. “Los escritores de la antigüedad tardía dictaban generalmente sus textos, sobre todo a causa de la dificultad de dominar la *scriptura continua*, que era, desde finales del siglo II d.C., la forma normal de la escritura”, cuenta Paul Saenger (1998, P. 195).

Así, se puede insinuar que una limitación técnica (formalización de la escritura) condicionaba la vinculación del gestor intelectual de la obra con su creación: Mediante el dictado no se trataba de un acto físico de relación con el objeto, sino del mero acto de la concepción de una idea. Aún así, se considera que, pese no haber sido los escritores, estos hombres son los autores de sus obras. El copista actuaba entonces como un mediador entre el autor y su producto. Hay aquí un aspecto simple, pero importante que se debe resaltar: parecería que la autoría es un concepto flexible; no siempre aquel que lleva a cabo la realización física de una obra es *el autor* como tal.

Podríamos preguntarnos entonces ¿hay algo esencial en la autoría? Hoy, cuando las revoluciones tecnológicas y la flexibilidad en algunas licencias de derechos de autor facilitan la circulación de las obras y abren la posibilidad de copiarlas e intervenirlas a partir de una idea -en algunos casos- ¿cuáles son las barreras que definen al autor de una obra? En el momento en que varias personas, colectivamente, llevan a cabo una “creación

intelectual”, ¿no se desdibuja acaso la figura del autor? ¿Podrían considerarse algunas condiciones que determinen la autoría como una categoría rígida en el proceso creativo de una obra?

Se podría pensar que en el momento en que *los autores* entran a la red y se redefinen a sí mismos individualmente en medio de una colectividad, no están haciendo otra cosa que redefiniéndose en la virtualidad: Según explica Pierre Lévy "la virtualización no es ni buena, ni mala, ni neutra. Se presenta como el movimiento de ‘convertirse en otro’ –o heterogénesis de lo humano” (1998, P.14). Pareciera que la situación con la que nos enfrentamos hoy es la creación de una gran obra colectiva en la que la humanidad se convierte en autora de su propia historia, a partir de la pluralidad de individuos que ponen su mensaje en la red. Este movimiento lo anticipaba Theodor Nelson, quien soñaba con una gran máquina literaria (1992, página sin numerar) que incluyera la totalidad de las obras del mundo y las vinculara entre sí, para formar una sola literatura, una manta en la que todos los hilos se entramaran para conformar una gran historia.

Existe también una tercera instancia relacionada con la obra: el **lector**. En referencia a los procesos de lectura en la Edad Media, Saenger propone una mirada desde los autores de aquel tiempo: “Hugo propone expresamente tres formas de lectura: leer para otra persona, escuchar la lectura de otra persona y leer en silencio (*inspicere*)” (1998, p. 191) momento histórico que Saenger utiliza para ilustrar casos acerca de la lectura es relevante por tratarse de una coyuntura de configuraciones decisivas en las formas de acercarse al objeto libro, que también estaba en transformación constante (como lo sigue estando). Lo más curioso de su afirmación es que incluye el acto de “escuchar” como una forma de lectura. Al parecer esta idea se ha mantenido e incluso ha tomado auge últimamente con el desarrollo y difusión de mecanismos para el audio portátil (como los audio-libros), cada vez parece que el oído legitima su posición como un sentido lector a la altura de la vista.

Otra de las apreciaciones, es la de Magrit Frenk, investigadora alemana nacionalizada mexicana, experta en lírica ibérica de la edad media y el renacimiento.

“Dada la importancia que la voz seguía teniendo en la transmisión de los textos, el público de la literatura escrita no se limitaba a sus ‘lectores’, en el sentido moderno de la palabra, sino que se extendía a un elevado número de oyentes. Cada ejemplar de un impreso o manuscrito era virtual foco de irradiación, del cual podían emanar incontables recepciones, ya por su lectura oral, ya porque servía de base a la memorización o a la repetición libre. El alto grado de analfabetismo no constituía en principio un obstáculo para la existencia de un público muy numeroso: bastaba con que en una familia o en una comunidad hubiese una persona que supiese leer para que, virtualmente, cualquier texto llegara a ser disfrutado por muchos” (1982, p. 101-123)

Podemos observar que la idea de lector también ha sido mutante en la historia y que llevar a cabo la performatividad de tomar el libro, ojarlo, manosearlo, es solo una de las posibilidades de leer. La intervención de varios sentidos es una idea importante que debemos resaltar, así como la participación de muchas personas en el acto de la lectura. La multimedialidad de los mensajes de nuestra era propone una lectura no sólo a través de muchos sentidos, sino una navegación caótica a través de los mensajes. Nada nuevo si lo contrastamos con la lectura fragmentada de los diccionarios, las enciclopedias o textos sagrados. Saltar de una página a otra, enlazar un texto con imágenes en movimiento, y reconfigurar las mediaciones y los soportes tecnológicos de la lectura presentan nuevos retos para el lector de hoy. Otra particularidad en la lectura en la actualidad se encuentra en el acceso simultáneo que varios lectores pueden obtener el mismo documento desde lugares distantes, mediante el uso de herramientas diferentes.

En este sentido, el concepto de lector de hoy también se transfigura.

El **texto**, como objeto en torno al cual todas las otras instancias ejercen sus acciones, es un factor omnipresente. Éste se reconfigura con las tecnologías. Tanto, que ha sido centro de infinidad de investigaciones que van desde el análisis de su configuración física y sus formas, hasta el desmenuzamiento de su contenido. El texto ha sido enunciado sobre innumerables superficies y su historia se puede relacionar directamente con la de la **escritura**, que le da génesis.

El primer estadio distinguido en el desarrollo de los textos escritos son las sociedades primitivas, basadas en la caza y la agricultura, con un desarrollo que se remonta, al parecer, a las Cuevas de Altamira. Sin embargo, la escritura en este momento tiene un origen

indeterminable. Podríamos citar a Jean-Marie Durand, quien asegura que pese a las evidencias, los registros pueden llegar a ser muy ambiguos.

“Por supuesto, resulta quimérica la búsqueda del espacio geográfico exacto en el que se pudo producir la aparición de la escritura. Éste se puede encontrar en cualquier lugar en donde una sociedad que ha sabido dotarse de un conjunto de signos materiales de descripción (simbólica) elige determinado soporte para conservarlos. Han sido numerosas las sociedades que pudieron elegir entre distintos soportes no evolutivos (como paredes, por ejemplo) o precederos (todos aquellos que no se sirvieron de tablas de arcilla).” (1977, p. 35)

Posteriormente, se encuentran usos de la escritura dedicados a la contabilidad, a la adoración religiosa y a la inscripción de la ley, tomando poco a poco un papel determinante en las formas de normalizar la cultura de determinadas civilizaciones. Pareciera que el texto se mueve en diferentes ámbitos: abarca el terreno de los mecanismos para demostrar poder, sirve como herramienta de enunciación del ser y es, a su vez, un bien cultural. En cada una de estas esferas está vinculada la industria editorial. Ésta, mediante la publicación de ciertos contenidos y no de otros, realiza un ejercicio de poder sobre la opinión pública y sobre los conocimientos en circulación; se da la posibilidad de que ciertos autores se posicionen como "locutores" para el resto de la sociedad y se presenta como una industria capaz de mantener viva la conversación que se alimenta de cada palabra que se pone sobre la mesa, como lo menciona Gabriel Zaid (2001).

En toda la cadena de producción editorial, lo más importante es que el libro llegue al lector. Es en este punto donde el trabajo del **librero** es fundamental. “Lo que tiene que hacer el librero es convertirse en la mejor ventana posible al mundo de los libros”, afirma Miguel Sal. “El mejor librero del mundo es Jeff Bezos, el propietario de Amazon. Amazon tiene una capacidad de trabajo librero incomparable respecto a todos los demás (...) si uno va a mirar la cantidad de ideas que hay en cualquier instante de Amazon, hay muchas más ideas de las que tuvo un librero en su vida” (2007, p.13). El cambio de soporte del libro no será el fin de la librería, al contrario, en el nuevo proceso de comercialización editorial las librerías son una instancia fundamental que está en posibilidades de ofrecer al público la gran cantidad de textos existentes en el mercado a través de una rigurosa catalogación de la información. El librero es el punto de convergencia entre el texto, el editor, el lector y en

algunos casos el autor.

Al igual que el librero, **el crítico** se consolida como una guía objetiva para el lector. La sobreabundancia de información probablemente requiera que la crítica se ajuste a los requerimientos para presentar obras sin pervertir sus contenidos, mientras exalta sus características formales. A medida que aumenta el volumen de publicaciones literarias aumenta también la especulación respecto a su calidad y surgen comentarios al aire, que deben tener una guía que se de a partir de una figura de autoridad. Parece que la responsabilidad de mantener alguna objetividad en la apreciación de las obras recae sobre los críticos literarios, pues, como mediadores informativos entre las obras y el público, deben realizar una presentación sin intenciones.

Ese puede ser, precisamente, el reto que se le presenta a la crítica; en este sentido, la legitimidad de la palabra constituye su problema principal en medio del contexto de eclosión del discurso. Qué tipo de información da, cómo la da, a través de qué medios y, sobre todo, qué opciones ofrece a los lectores, son algunas de las consideraciones que se ponen en juego en la labor del crítico. Esta figura, que es en su esencia uno de los principales vehículos de los textos hacia su destino en la sociedad, encuentra una situación especial en las condiciones que le presentan los medios de construcción colectiva del discurso popular: la ratificación de la importancia de su labor en la cultura. ¿Esto lo podría lograr mediante una reacomodación de sus funciones? ¿Asumiendo una posición diferente a través del uso de herramientas diferentes? Estos son cuestionamientos que trataremos de abordar.

5. CORPUS

El planteamiento general de esta tesis parte de la observación y análisis de un grupo limitado de objetos reales que se encuentran en el mercado; en consecuencia, las inquietudes que se plantean son especialmente un cuestionamiento a las actuales formas de publicación. Por ello partimos de exponer algunos ejemplos que ilustrarán nuestro tema de interés.

Señalaremos inicialmente algunas consideraciones sobre el mercado y el consumo desde el contexto mundial que en cierta forma corresponde a un mercado ideal y desarrollado, en el cual los usuarios tienen acceso a las tecnologías y medios de producción y consumo. Hacemos esta aclaración pues, como lo constata la historia, los cambios que se inician en algún lugar del mundo poco a poco se expanden al resto, sobre todo en el contexto globalizado de hoy. En este sentido podemos distinguir dos tipos de proyectos editoriales pertinentes con nuestro tema: primero, aquellos que son creados por las empresas editoriales con el fin de generar un nuevo mercado o una nueva estrategia de venta basada en las ventajas de los medios digitales y, segundo, los creados por personas naturales o grupos independientes sobre una plataforma digital predeterminada ofrecida por una empresa de internet o cualquier otro servicio.

Son varias las empresas de servicios de internet que han apostado por la industria editorial, al igual que varias empresas editoriales que han apostado por prestar sus servicios en internet. Tal es el caso de librerías virtuales que venden tanto libros impresos y libros electrónicos como audiolibros, empresas que prestan servicios de impresión por demanda, que crean dispositivos electrónicos para la lectura digital y digitalizan títulos de su colección para ser compartidos o comercializados.

Entre estos encontramos proyectos editoriales independientes que surgen en plataformas virtuales. Tal es el caso de novelas colectivas escritas en una wiki, que es una página web en donde varios escritores pueden crear, modificar y borrar el texto publicado. También se

encuentra el caso de bloggers que han sido invitados por editoriales de impresos a publicar sus textos digitales. Los bloggers son los usuarios de páginas web (llamadas blogs) periódicamente actualizadas por artículos de uno o de varios autores. Igualmente, existen millones de escritores digitales alrededor del mundo que continuamente están publicando en sitios web que permiten a los usuarios compartir su material. Estos sitios web actúan de forma similar a You Tube, el contenido es presentado en un reproductor creado en Adobe Flash y los usuarios tienen las posibilidades de subir contenido, opinar, votar, entre otras.

Lo importante de todos los casos es que cada una de las personas relacionadas con la obra asume posiciones diferentes y tiene una participación que lo involucra de múltiples formas con el texto. Ahora bien, ¿por qué hacer la distinción? Aunque muchos podrían decir que sólo tienen importancia los mensajes que de alguna manera penetran en las lógicas de producción y consumo, consideramos que en principio los experimentos de creatividad son pasos importantes para poner en circulación otras formas y contenidos. En estos raros casos, probablemente no se trate de transacciones comerciales, sino de una socialización de experiencias con un objeto de interés común. Recordemos el valor social que la escritura ha tenido históricamente como un factor determinante del contexto cultural en el que tiene lugar.

A continuación señalaremos algunas de las empresas de servicios en internet que participan en la dinámica de la producción editorial:

Comenzaremos por **Amazon.com**, una compañía de comercio electrónico (*e-commerce*) que comenzó siendo una librería on-line con un catálogo de 200.000 títulos; actualmente, ofrece gran variedad de productos tales como DVD, MP3, juegos de video, software para computador, joyas, juguetes, entre otros. Además de almacenar en su base de datos la mayoría de títulos de libros disponibles en el mercado, parte del éxito de esta librería es no almacenar en un espacio físico los libros de su catálogo. En noviembre de 2007 Amazon lanzó al mercado el lector de libros electrónicos **Amazon Kindle**, un dispositivo que tiene capacidad de almacenar hasta 200 libros sin ilustraciones, archivos MP3, HTML, .DOC y audiolibros; sin embargo, no es compatible con archivos PDF (Portable Document Format),

formato en el cual se encuentran gran cantidad de libros electrónicos. Entonces, para su almacenamiento en el dispositivo se debe hacer la conversión a la extensión AZW, usada por el kindle. Este lector funciona con papel electrónico, una tecnología usada en pantallas delgadas, flexibles, que simulan el papel impreso. Las pantallas están formadas por tres capas, una con microtransmisores eléctricos, el polímero y una lámina protectora: en el polímero se encuentra una matriz de millones de cápsulas que están flotando en un gel que permite que sean estimuladas electromagnéticamente, mediante esta estimulación cada cápsula pasa a mostrar su cara blanca o negra, de manera que en la pantalla se representa un texto o gráfico. Por otro lado, Amazon también es dueño de la página **Create Space** que presta los servicios de impresión de libros, *DVD*, *CD's* de audio, *audiobooks*, descarga de videos, *HD DVD* y próximamente *Blu-ray disc*, artes y digitalización, entre otros. Las obras son ofrecidas en la tienda de Amazon, lo que hace que las obras tengan una mejor salida y posibilidad de compra.

Existen otras empresas en internet, dedicadas al negocio de la impresión por demanda. Este consiste en la impresión de libros en la medida en que los consumidores los compren con tarjeta de crédito a través del portal de internet de la empresa. Algunas de estas son:

Lulu.com³: Ofrece servicios para publicaciones: libros de pasta dura y blanda, álbumes de fotos, calendarios, imágenes, disertaciones, descargas de música, descargas de archivos, folletos, *e-books*, *CD's* y *DVD's* de forma gratuita; es decir, el autor crea una cuenta en lulu.com y puede subir -de manera gratuita- su obra a la página. Vale recordar que lulu.com cobra es por la impresión del libro.

Bubok.es⁴: Así se definen en su página web: “Bubok es un sistema que permite a cualquier persona que tenga contenido, publicarlo en formato de libro para que el resto de usuarios puedan comprarlo” (Consultado el 3 de noviembre de 2008). La iniciativa es bastante sencilla. El usuario registrado sube un archivo en formato PDF, llena los datos de título, autor, sinopsis, idioma, género y si así lo desea, contrata los servicios de maquetación, de

3 Referirse a <http://www.lulu.com>

4 Referirse a <http://www.bubok.es>

corrección, entre otros, después elige el formato de encuadernación y tipo de papel. Posteriormente, escoge la portada, teniendo la posibilidad de seleccionar unas predeterminadas o subir imágenes para esto. Y por último, ingresa el beneficio de PVP sobre el coste del libro, si desea hacer una versión en ebook. Así, su libro queda catalogado y listo para la venta. La publicación es gratuita, excepto si se contratan servicios adicionales.

Publidisa⁵: Publicaciones Digitales S.A., es una empresa española creada en el 2000 que ofrece servicios especializados para la industria editorial, como lo son el envío de libros, revistas y documentación en formato PDF; producción digital e impresa por demanda a través de distribuidores, librerías, suscriptores y clientes, en puntos indicados; creación de *ebooks* protegidos, para comercio electrónico en internet y comercio electrónico a través de librerías.

Además es propietaria de *Todoebook*⁶, en la que cualquier editor está en la capacidad de subir sus publicaciones hechas libros electrónicos, para ser comercializadas por internet.

Blurb⁷: A diferencia de otras páginas que ofrecen impresión por demanda, el servicio que ofrece Blurb va dirigido a cualquier persona que desee hacer un libro para regalarlo, mas no para venderlo a través de la página web de blurb y obtener ganancias. Este servicio es ofrecido a los usuarios de flickr⁸ quienes intercambian libros impresos con su portafolio con otras personas al rededor del mundo. Flickr es un website que ofrece a sus usuarios una plataforma para subir a internet sus obras de imagen fija o video, pudiéndolos cobijar bajo licencias de derechos de autor o Creative Commons, concediendo al público algunos derechos. Dentro del mercado latinoamericano, sólo están Argentina y Brasil, así que habrá que esperar que amplíen sus fronteras, para pensar en publicar un libro y que se reciba en un país como Colombia.

5 Referirse a <http://www.publidisa.com>

6 Referirse a <http://www.todoebook.com>

7 Referirse a <http://www.blurb.com>

8 Referirse a <http://www.flickr.com>

Otro de los servicios prestados en internet es el almacenamiento y publicación de textos impresos digitalizados; si bien estos servicios describen otra categoría comercial y de distribución, señalaremos brevemente algunas de estas alternativas. Google es pionero en la labor de digitalizar contenido; sin embargo, hay otras páginas que prestan este servicio y lo comercializan.

Google Book Search o Google búsqueda de libros⁹ es un proyecto que nació antes que Google. Los fundadores, Sergey Brin y Larry Page, antes de crear Google, pensaron en 1996 en la posibilidad de poder consultar cualquier libro del mundo, incluso acceder a cada palabra contenida en ellos, además de obtener la conexión existente entre ellos. De esa forma se creó el proyecto y empezó el proceso de digitalización de obras. Actualmente cuenta con dos proyectos: uno enfocado a editores y autores, que le ofrece la posibilidad de poner sus libros en línea, decidiendo si quieren ofrecer la totalidad del libro en la red, o únicamente un fragmento.

El otro proyecto está dedicado a las bibliotecas del mundo que quieran ofrecer sus publicaciones en línea; hasta el momento las bibliotecas que hacen parte del proyecto son: Biblioteca Estatal de Baviera, Comité de Cooperación Institucional (CIC), Biblioteca de la Universidad de Cornell, Universidad de Harvard, Biblioteca de la Universidad de Gante, Biblioteca de la Universidad de Keio, Biblioteca de Cataluña, Biblioteca Pública de Nueva York, Universidad de Oxford, Universidad de Princeton, Universidad de Stanford, Universidad de California, Universidad Complutense de Madrid, Biblioteca Universitaria de Lausana, Universidad de Michigan, Universidad de Texas en Austin, Universidad de Virginia y la Universidad de Wisconsin – Madison. Cada libro digitalizado y puesto en la red, cuenta con un link a la página de la organización de origen, es decir, autor, editorial o biblioteca; información acerca del libro, lugares donde los puede comprar; buscador dentro del libro; y comentarios del libro. *Google Book Search* es un proyecto gigantesco que si continúa creciendo de la forma en que lo está haciendo, es probable que llegue a contener la mayoría de los libros escritos en el mundo. Adicionando a esto, publicarán los libros para diferentes formatos: computadores, celulares, iPhone,

⁹ Referirse a <http://books.google.es>

dispositivos lectores de libros electrónicos, Internet tablets y para los futuros soportes.

Proyecto Gutenberg¹⁰: Fue desarrollado por Michael Hart en 1971 con el fin de crear una biblioteca de libros electrónicos gratuitos que ya existen físicamente. Estos libros electrónicos se hicieron disponibles en Internet. Los textos que se proporcionan son principalmente de dominio público, bien porque nunca tuvieron derechos de autor o bien porque si los tuvieron, éstos ya han expirado. También hay algunos textos bajo derechos de autor que el Proyecto Gutenberg ha hecho disponibles con el permiso de sus escritores. Al proyecto se le puso el nombre del impresor alemán del siglo XV Johannes Gutenberg, quien inventó la imprenta de tipos móviles. Hacia septiembre de 2006 el Proyecto Gutenberg tenía casi 19.000 libros en su colección.

ISSUU¹¹: Es una aplicación de web 2.0. que monta cualquier archivo .pdf sobre una programación flash que facilita su lectura, permite agrandar la letra, leer página por página como un libro o revista y hacer búsquedas. Usualmente se publican en ella revistas, tutoriales, libros cortos, fanzines, dossiers, entre otros. Además esta aplicación se puede usar dentro de los sitios web, redes sociales y blogs. Esta herramienta es muy útil para presentar todo tipo de publicaciones a todo tipo de públicos. Es usada por lo general por proyectos independientes que no cuentan con los recursos económicos suficientes para publicar en impreso. Además el medio digital permite una divulgación más fácil, económica y a mayor escala de sus obras. Los lectores de las publicaciones montadas en Issuu pueden seleccionar las categorías de su interés y obtener abundantes documentos al rededor del mundo sobre el mismo tema. Existen otras aplicaciones similares como Scribd.

Webook¹²: Es una compañía de publicación en línea que abre el espacio para que escritores, ilustradores, investigadores, entre otros, puedan crear en conjunto obras literarias de cualquier genero o subir ya el libro terminado. Su dinámica es similar a la usada en las redes sociales, de tal forma el público lector elige cuales son los mejores

10 Referirse a <http://www.gutenberg.org>

11 Referirse a <http://www.issuu.com>

12 Referirse a <http://www.webook.com>

textos; además, puede opinar sobre la obra y retroalimentar el contenido. "WEbook is the vision of a few occasionally erudite people who believe there are millions of talented writers whose work is ignored by the staid and exclusive world of book publishing. It just makes logical sense that if you create a dynamic, irreverent, and open place for writers and people who like reading to meet, write, react, and think together, the results are bound to be extraordinary." Webook pretende dejar atrás la imagen del autor brillante pero desconocido al que ninguna editorial quiere publicar, los autores pueden ser cualquier persona que tenga el interés de dar a conocer sus obras. Webook es para los libros lo que es Youtube para los videos y Flickr para las imágenes.

Gracias a la proliferación de dispositivos electrónicos de audio como reproductores de mp3 y teléfonos celulares, los audiolibros se han posicionado dentro de la industria editorial digital. Una empresa que proporciona los servicios es LibriVox.

LibriVox¹³: retoma libros de dominio público y los convierte a *audiobooks* (audiolibros). La página ofrece dos servicios: 1. descargar libros y escucharlos, 2. poder subir las grabaciones de las narraciones de un libro de dominio público; así que cualquier persona está en la capacidad de aportar al crecimiento de esta organización.

Ahora bien, estos casos que hemos relatado corresponden, como hemos dicho, a un mercado desarrollado y más cercano a lo ideal, pero debemos preguntarnos: ¿Qué pasa en Colombia? Aunque existen varios acercamientos al tema que nos concierne, nos basaremos en algunos casos que ejemplifican más claramente el espíritu de las tendencias de uso de herramientas digitales para publicar. Para empezar, comenzaremos por mencionar proyectos que han creado su propio espacio, aprovechando medios electrónicos para surgir. Luego, expondremos aquellos que usan plataformas prediseñadas para llevar a cabo una idea propia.

13 Referirse a <http://librivox.org>

Librería de la U¹⁴: Es un portal en Internet que presta el servicio de librería virtual, es un canal de difusión y distribución de las publicaciones latinoamericanas producidas en instituciones universitarias, investigativas entre otros organismos que tengan como pilar la producción intelectual. Los objetivos de Librería de la U no solo se basan en la venta de libros sino también pretende ser un punto de convergencia entre instituciones del medio científico, cultural y universitario. El usuario, al registrarse en el portal, puede comprar los títulos que desee, descargar las actualizaciones del catalogo, participar en foros de discusión, ver vídeos relacionados con los libros, leer algunos de los libros en formato digital, entre otros servicios. Las formas de pago pueden ser con tarjeta de crédito, debito o consignación bancaria. Además es posible contactar a librería de la U a través de redes sociales como facebook, myspace, un canal en youtube y por servicios de comunicación como skype y msn.

Narratopedia¹⁵ (Autor/ editor/ lector/ academia): es una plataforma en Internet que tiene como interés primordial promover la construcción narrativa colectiva. Los usuarios pueden crear, editar, leer y comentar sus narraciones multimedia y las de los otros usuarios. Además, busca congregar a narradores digitales y les ofrece las herramientas necesarias para escribir en Internet. Narratopedia aparenta ser un blog porque esta construido sobre plantillas de wordpress y por eso la diagramación es similar a la usada en los blogs en donde los artículos aparecen en orden cronológico, el más actual es el primero que aparece. Sin embargo la intención de Narratopedia es funcionar como wiki, es decir que múltiples usuarios pueden crear, modificar o borrar el texto contenido en la página desde un navegador web. Actualmente, El proyecto de investigación Narratopedia ha sido avalado y aprobado por Colciencias, quienes financiarán su producción. Retomando, Narratopedia es una publicación en la que las actividades tradicionales de la edición se entrelazan y se crean nuevas relaciones y comportamientos dentro de la publicación digital.

Revista El Niuton:¹⁶ es una publicación en Internet que propone la unión entre diseño,

14 Referirse a <http://lalibriadelau.com>

15 Referirse a <http://recursostic.javeriana.edu.co/narratopedia/>

16 Referirse a <http://elniuton.com>

ciencia, arte y tecnología. La revista esta montada sobre una programación en action script que simula el paso de hojas de una revista real, por lo que los usuarios deben descargar el archivo flash player para leerla; su navegación es sencilla porque tiene links en el menú y salto de páginas por numeración. La revista es realizada por el colectivo El Niuton conformado por un grupo de jóvenes interesados en crear contenidos visuales que permitan crear nuevas formas de relación con la ciudad, a través del grafiti, instalación, mural, entre otras. "Queremos acercarnos a nuestra ciudad de manera individual para construirla de manera colectiva; hacer de esta, de sus monumentos y del concreto una página mas, una página abierta que espera ser escrita y leída de manera diferente". Los escritores son convocados y seleccionados por ellos, la financiación es a través de pauta y patrocinadores, de forma tal que esta revista actúa bajo las mismas dinámicas de la producción editorial tradicional.

En segundo lugar señalaremos algunos proyectos creados por personas naturales o grupos independientes sobre una plataforma digital predeterminada ofrecida por una empresa de internet o cualquier otro servicio. Comenzaremos con dos casos extranjeros y luego citaremos algunos locales.

A million penguins (Autor/ editor/ lector):¹⁷ una novela construida colectivamente patrocinada por De Montfort University¹⁸. En ella los navegantes accedían a una página wiki en internet en donde podían leer la novela en proceso También los lectores podían hacer sus entradas para continuar con la historia. Las nuevas contribuciones estaban continuamente monitoreadas por un grupo de editores que se encargaban de guiar la historia por un camino coherente. Al terminar, la novela fue editada y comercializada por Penguin Books en formato impreso. Aquí la diferencia radical está en el desdibujamiento de la figura del autor, pues el lector mismo se convierte en escritor y a su vez en el consumidor que posteriormente pagará por el libro.

¹⁷ Referirse a <http://www.amillionpenguins.com>

¹⁸ Referirse a <http://www.dmu.ac.uk/>

The daily monster (Autor/ editor/ lector):¹⁹ El dibujante Stefan Bucher subía a su blog un dibujo de un monstruo a diario. Con el lema "Show me your monsters and I'll show your mine" invitaba a los lectores escribir la historia del personaje. Al comienzo los dibujos eran sencillos y las historias pocas, pero con el tiempo se incrementó el número de participantes. Finalmente, se publicó un libro con cada uno de los monstruos y su historia. El libro terminado fue vendido exitosamente en amazon.com a un precio económico. En este caso podemos a un autor que ofrece su trabajo para ser complementado con sus lectores, además, a un autor que antes de terminar su obra ya tiene a un público consumidor asegurado.

En Colombia:

45 Treinta (autor/ lector como diseñador y editor y obra derivada): Es una revista creada por dos estudiantes de diseño gráfico de la Universidad Nacional. La dinámica de producción de esta revista comienza por una convocatoria través de redes sociales en internet como flickr, myspace, facebook entre otras, dirigida a ilustradores, dibujantes y artistas para donar sus trabajos. Los autores deben aceptar que sus obras sean modificadas libremente. Posteriormente las dos estudiantes hacen un proceso de selección, edición y diseño de la publicación. Luego de estar impresa, la edición es distribuida libremente pero los lectores al recibirla se comprometen a devolver una copia con alteración de su contenido. El resultado de este proceso son varias obras derivadas de una obra original, muchas de las cuales han sido expuestas en galerías del mundo. Nos interesa este proyecto, en primer lugar, porque usa como medio de difusión y congregación a la web 2.0.²⁰ De esta forma tienen la ventaja de encontrar nuevos talentos y recibir participaciones de artistas del mundo. En segundo lugar porque altera las labores de autor, lector, diseñador. Y por ultimo, porque logra crear un público que además de ser consumidor contribuye con el contenido.

¹⁹ Referirse a <http://344design.typepad.com/>

²⁰ Refiérase a <http://www.myspace.com/45treinta> y <http://www.flickr.com/45treinta/>

El pollo del mar:²¹ Este fue un proyecto individual, un libro ilustrado de Mauricio Giraldo. Un colombiano común decidió publicar su cuento, pero decidió ahorrarse el trámite burocrático de las editoriales y él mismo lo diagramó y subió a lulu.com, un portal que permite escoger entre diversos formatos y luego se imprime por demanda y se envía a los compradores, quienes lo adquieren a través de tarjeta de crédito. Este caso es importante de resaltar, porque el autor se salta varias instancias para llegar a la publicación de su libro, haciendo uso de una herramienta "virtual". No obstante, su libro se ve materializado en una realidad cada vez que alguien quiere un ejemplar. Lo más destacable de este caso, así como todos los que siguen este ejemplo es que el autor se convierte en el editor de su propia obra, estando en capacidad de dejar páginas prácticamente en blanco para producir las sensaciones que desea, elegir el papel de su agrado y el formato más conveniente. Así, prestamos atención a este caso en particular, pues subvierte la lógica lineal del proceso editorial situación tomaremos en especial consideración.

²¹ Refiérase a <http://www.elpollodelmar.com>

6. INTRODUCCIÓN

Un ingeniero industrial, un historiador o un sociólogo podrían contarnos sobre los grandes cambios sociales que ha sufrido la humanidad a partir de las revoluciones tecnológicas, especialmente relacionadas con el uso y producción de energía y la relación que estas tienen con los mecanismos de desarrollo. Así, no se puede considerar igual el trabajo de un zapatero artesanal con el de un fábrica como Nike o Adidas. Mientras uno se toma su tiempo y utiliza métodos y materiales especializados para situaciones diferentes, la otra se dedica a la producción en masa a través de cadenas de ensamblaje. Max Weber, Taylor o Ford fueron algunos de los que tuvieron en consideración el cambio tecnológico para tener en cuenta situaciones como la división del trabajo, el estudio de movimientos e infinidad de conceptos, que finalmente terminan por influir en los hábitos de consumo, la situación general de bienestar y la capacidad adquisitiva de las personas.

De alguna manera, la fábrica se convirtió en ese proveedor de trabajo, el cual se reflejaba en ingresos para que un obrero pudiera consumir productos elaborados por diferentes centros industriales. Así, entre avances científicos, revoluciones industriales y sociales, llegamos a nuestra realidad de hoy (Cabe aclarar que hemos dado un vistazo "a vuelo de pájaro" sobre varios siglos de historia de la humanidad para llegar a considerar las condiciones específicas en las que se encuentra la sociedad actual), en la que existe una dinámica básica de oferta-demanda, producción-consumo. La industria produce, el consumidor trabaja en la industria y compra productos (de diferentes industrias) con los ingresos que obtiene por su trabajo en la empresa. Así, cada una de estas se relaciona entre sí y genera un tejido que permite que la sociedad se sostenga como un todo. Este es un esquema que se repite en diferentes esferas: la industria alimenticia, cosmética, armamentista, automotriz y cultural son sólo algunos de los ejemplos.

Sobre esta última nos detendremos y haremos zoom a un punto específico: la industria editorial. Esta no se diferencia mucho de las otras y tiene también un esquema básico de funcionamiento. Existe un autor que provee la materia prima (una obra); un editor que cualifica y cuantifica el volumen y características del producto que puede sacar de ésta; una

maquinaria que lleva a cabo la ejecución de un producto determinado (libro, revista, periódico, panfleto, fanzín, etcétera) con un equipo tecnológico (computadores, impresoras, ensambladoras) y un capital humano que posee un conocimiento específico (corrector de estilo, diseñador, corrector tipográfico, impresor, etcétera). Una vez terminado el producto, éste se dirige a través de unos distribuidores a puntos de venta (libreros) donde los consumidores pueden adquirirlos. Naturalmente, para realizar esta adquisición deben notar el producto y sentir afinidad y necesidad de él. Para eso existe la crítica, que hace parte de los mecanismos de penetración de la industria cultural en la sociedad y la opinión pública.

Entonces, podemos distinguir varias instancias relacionadas con la producción editorial: autor, editor, distribuidor, librero, lector y crítico. Así funcionan las cosas en condiciones normales. Pero, ¿qué sucede cuando la maquinaria cambia?, si los recursos que se utilizan para la producción y distribución del objeto en cuestión (ambas, condiciones esenciales para el funcionamiento de la cadena de mercado, como está concebida y consolidada) ¿se rompe la lógica de creación y consumo? ¿No se sacuden acaso los cimientos de toda una industria construida sobre medios específicos cuando aparecen otros de igual usabilidad? Esta es una situación que distinguimos y que ya se ha detectado alrededor del mundo. Parece que de manera similar a la que cambió la producción de zapatos con el uso de la electricidad, está cambiando la producción editorial con las tecnologías digitales. A lo largo de este trabajo ilustraremos algunos ejemplos de publicaciones que utilizan estas tecnologías para ser creadas, ponerse en circulación y consumirse.

No entraremos, sin embargo, a debatir si en realidad el panorama de la industria editorial presenta condiciones de cambio, pues creemos firmemente en esto. Sería ingenuo pensar que no está ocurriendo ningún cambio cuando éste es bastante evidente. Basta con observar algunos ejemplos y situaciones del día a día del mundo de las publicaciones para percatarse del momento decisivo que se está viviendo a este respecto; tanto así, que el tema a suscitado el interés de numerosos teóricos e inspirado inclusive la creación de sociedades de pensadores como *The Institute for the future of the book*²², que se ha dedicado a estudiar las nuevas prácticas que ocurren en torno al libro.

22 Referirse a <http://futureofthebook.org>

Jean-Francois Lyotard en su obra *La condición postmoderna* distinguía ya los cambios que supondrían los avances tecnológicos para el manejo de la información y sus repercusiones sociales:

"La incidencia de esas transformaciones tecnológicas sobre el saber parece que debe ser considerable. El saber se encuentra o se encontrará afectado en dos principales funciones: la investigación y la transmisión de conocimientos. (...) se sabe que al normalizar, miniaturizar y comercializar los aparatos, se modifican ya hoy en día las operaciones de adquisición, clasificación, posibilidad de disposición y de explotación de los conocimientos. Es razonable pensar que la multiplicación de las máquinas de información afecta y afectará la circulación de conocimientos tanto como lo ha hecho el desarrollo de los medios de circulación de hombres primero (transporte), de sonidos e imágenes después (media)." (1994. Páginas 14, 15)

Así, partiremos de un análisis sobre el cambio que ha implicado la aplicación de tecnologías nuevas en la producción del objeto libro, para considerar las transformaciones sociales que han sucedido en esta medida. Desde momentos en los que el poder se debate entre manos que poseen modos de producción diferentes, hasta las formas con que las civilizaciones han asimilado las condiciones que se presentan en torno al libro como medio informativo, esta investigación tendrá en consideración las prácticas tanto antiguas como actuales. Nuestro objetivo nada tiene que ver con posiciones futuristas acerca de una eventual desaparición de los libros, o si en realidad el auge de las nuevas herramientas representa un peligro para el status quo. Por el contrario, asumiremos que ambas partes seguirán teniendo un desarrollo de acuerdo a los obstáculos y ventajas que tengan, para llegar a un mundo en el que ambas posiciones subsistan: la edición tradicional y la edición digital. Consideramos que cada una de estas requiere habilidades y condiciones diferentes que deben desarrollar las personas que se relacionan con el objeto que se concibe, produce y sale a la luz pública.

7. Capítulo I: Transformaciones en el oficio del editor

"La edición representa siempre un microcosmos de sociedad de la que forma parte, refleja sus grandes tendencias y fabrica en cierta medida sus ideas, y de ahí sus intereses". André Shiffrin

Como hemos mencionado, los cambios de tecnología condicionan los modos de producción en los que se basa la sociedad para dinamizar el funcionamiento del mercado. En el caso de la industria editorial, los llamados medios digitales han presentado una nueva posibilidad para que cualquier persona con acceso a ellos sea en potencia un agente de participación a la hora de crear, publicar o revisar contenidos. Este será el tema que ocupará este capítulo: las experiencias previas en las que el surgimiento y auge de otras tecnologías han cambiado las estrategias de publicación, distribución y comercialización editorial, específicamente desde las antiguas sociedades esclavistas, la invención de la imprenta, así como la influencia más reciente de los computadores y dispositivos electrónicos en el ámbito editorial. Retomamos el paradigma de la imprenta porque ilustra con claridad no sólo las variaciones técnicas a la que se sometió la publicación de escritos, dada la capacidad de reproductibilidad, sino también porque su impacto social ha sido suficientemente analizado.²³

Posteriormente, centrándonos en la situación actual -que nos compete en especial- nos detendremos en los cambios que han surgido y surgirán a partir de la consolidación y auge de medios electrónicos. Las conclusiones sacadas de este análisis intentarán abrir un panorama de posibilidades para pintar el cuadro de la industria editorial en la actualidad y, en cierta forma, "diagnosticar" las condiciones que se le están presentando a las casas editoriales frente a la nueva tendencia de aprovechar las tecnologías digitales para realizar diversas publicaciones. De aquí partirán gran parte de las propuestas sobre cómo se podría aprovechar de la situación presente para fortalecer la labor social de los editores.

23 Cfr. Eisenstein, E. (1979) *The printing as a Agent of Change. Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe*, Cambridge, Cambridge University Press.

Briggs, A. y Burke, P.; *De Gutenberg a internet: una historia social de los medios de comunicación*, Madrid: Santillana, Taurus, 2002.

7.1. De la relación del oficio editorial con el desarrollo de las sociedades

El desarrollo tecnológico es paralelo a la evolución del hombre. Las primeras tecnologías se crearon para satisfacer necesidades esenciales del ser humano; así, la invención de las herramientas de piedra o la preparación del fuego hicieron posibles las migraciones. Miles de años después, aproximadamente hacia el 3.300 A.C., se agruparon las primeras sociedades agrícolas para formar así los primeros centros urbanos que luego serían ciudades-estado. Fue aquí en donde nació la escritura, que en un principio cumplió labores contables; el signo escrito servía como mecanismo mnemotécnico. A estos primeros sistemas de escritura se los describe como protoescritura, conocemos el registro de algunos de ellos como las Tablas de Tartalia o el Quipu de los Incas. (1998. Página)

Del editor como hacedor de ley

Con la tecnología de la escritura las ciudades-estado aumentaron su poder de control económico y social. Leer y escribir era un oficio de élite, los emperadores tenían en su séquito a un escriba que transmitía y guardaba todo tipo de mensajes: órdenes y leyes del Estado, transacciones económicas, mensajes de guerra, contratos, diagnósticos y recetas medicinales, entre otras. Así lo señala Manguel cuando afirma: "Los escribas no ignoraban, sin duda, el extraordinario poder que les otorgaba la lectura, y conservaron esa prerrogativa celosamente. La mayoría de los escribas mesopotámicos terminaban sus textos de manera arrogante: 'Que los sabios instruyan a los sabios, porque los ignorantes no saben ver'" (1998. Página)

Los modos de producción despótica aparecen en las ciudades-estado. En ellas el Estado se manifiesta a través de la fuerza, influyendo en la manera en que sus súbditos los percibían. En este momento las diferentes sociedades tienen escritura dedicada a la adoración religiosa en algunos casos como los egipcios, o contables como otras civilizaciones asiáticas; sin embargo, también existía otra forma de escribir para formalizar su estatus de autoridad. Tanto esta sociedad, como la posterior esclavista, coinciden en la marca del cuerpo como mecanismo de intervenir, de cambiar la realidad: Una violentación de la integridad física

del esclavo o del “ciudadano” que incurría en un crimen era una manera de cambiar la realidad, de escribir la ley. Los editores de aquella época eran los hacedores de la ley, que escribían en los cuerpos para cambiar la percepción externa de las cosas y formar una cultura. Era así como, a partir de un ejercicio de poder se daba a las personas la "posibilidad" de leer la ley. A este respecto, Michel de Certeau señala:

“Los libros no son más que metáforas del cuerpo. Pero en los tiempos de crisis, el papel no le basta a la ley y es sobre el cuerpo el sitio donde se traza de nuevo (...) para hacerlo un símbolo del Otro”. Continúa luego, “Estas escrituras efectúan dos operaciones complementarias: para estas escrituras, los seres vivos son, por un lado, ‘puestos en texto’, transformados en significantes de reglas (...) y, por otro, la razón o el Logos de una sociedad ‘se hace carne’” (2000. Página 153)

Avanzando un poco más en la historia, durante el modo de producción feudal la figura del editor despótico se incorpora en el clero. La Iglesia controlaba la mayor parte de textos antiguos y escritos bíblicos. Además, eran parte del selecto grupo de lectores de la época conformado por aristócratas y algunos de sus funcionarios. La doctrinación de la gente se hacía a través del púlpito, que es para Bauman el primer medio de comunicación masivo. En los monasterios los libros se convirtieron en un objeto sagrado de acceso exclusivo para pocos y con rituales de lectura que limitaban la libertad. Los libros del siglo XV eran tan grandes que debían ponerlos sobre atriles para ser leídos, obligatoriamente en voz alta. La función del copista era, precisamente, copiar, no leer, no interpretar, porque sería profano. La lectura sin supervisión era subversiva.

Se tiende a pensar que la Edad Media fue una época oscura en el desarrollo del conocimiento porque la mayor parte de su población era analfabeta, el monopolio de la información estaba en manos del clero y por ello el legado de la producción cultural de la época es mínimo, contrastado con otros periodos como el renacimiento o el humanismo. No obstante, la comunicación oral se consolidó como instrumento de transmisión y perpetuación de las tradiciones culturales. Es así como en las universidades se enseñaba a través de debates, discursos, conferencias "El arte de hablar era tan importante como el de escribir"; a través de las baladas se contaban historias que pasaban por generaciones y se mantenían en la memoria colectiva, manifestándose como prácticas que actuaban como líneas de fuga que rompían el sistema y conformaban flujos por fuera del orden

hegemónico. Esto ocurría también con los cantares de gesta y los trovadores. Estas formas de transmisión del conocimiento, aunque no son escrituras, tienen trascendencia para nuestro estudio en el momento en que el sistema capitalista se vuelve "autofagócito" y se autorregula trayendo a su seno los movimientos que han generado alguna ruptura: la prueba es que hoy leemos La Iliada y La Odisea como los libros más representativos de la cultura occidental. Los relatos colectivos, contruidos informalmente, terminaron por formalizarse una vez consolidada la tecnología de la imprenta. (Briggs, A. y Burke, P., 2002. Página 33)

7.1.1. Gutenberg y la revolución maquina: un cambio de manos

"El arte de imprimir extenderá el conocimiento de que si la gente común es consciente de sus derechos y libertades, no será gobernada con opresión" Samuel Hartlib.

Con la aparición de la imprenta las personas de baja jerarquía social y cultural podían estudiar por sí mismos textos tanto sagrados como profanos sin depender de las interpretaciones de la autoridad. Esta fue la mayor amenaza que sintió el clero con la instauración de la imprenta. Precisamente, para Elizabeth Eisenstein la transición que se dio con su surgimiento estandarizó y preservó el conocimiento que habría sido más fluido en la oralidad o con el manuscrito. Además, estimuló la crítica a la autoridad al permitir el encuentro de opiniones diferentes sobre el mismo tema. En contraposición, Peter Burke y Assa Briggs plantean que se debe estudiar "la imprenta más como un catalizador que contribuye a cambios sociales que el origen de ellos". Debido a que la implantación de la imprenta fue un cambio gradual y no un hecho revolucionario que omitió hechos precedentes para imponer sus nuevas leyes. (2002. Páginas 33 y 34)

Así, con la publicación masiva de conocimiento la palabra escrita se convirtió en la única vía de legitimar cualquier doctrina. Los textos impresos como Biblias, catequesis, y manuales de comportamiento se consolidaron como el pilar de instituciones como la Iglesia, las clínicas y las escuelas. Estas instituciones conforman las sociedades disciplinarias, las cuales se caracterizan por tener un régimen de dominación, por establecer una política de coerción sobre los cuerpos que a la par de incrementar sus

habilidades y obediencia, disminuye sus fuerzas e iniciativas propias; creando sujetos útiles y adoctrinados. La disciplina aporta un valor económico y político esencial para la sociedad al educar al cuerpo y hacerlo práctico en sus coyunturas, diseccionándolos hasta profundizar en sus mínimos detalles y los reconstruye en un enorme engranaje social, a través de sus técnicas esenciales ligadas a la distribución en el espacio, el control de la actividad, la organización del ejercicio y la composición de las fuerzas. (Foucault. 1976. Página 141)

Así, el libro impreso en su auge se constituyó en un aparato con doble funcionalidad: una, que permitía una pluralización de las voces que se pronunciaban en torno a un tema particular y, otra, que se basaba en la legitimación de las normas que debían cumplir los sujetos pertenecientes a una sociedad particular.

Del "ordenador" y su aporte a la constitución de las sociedades de control

La singularidad de cada tipo de sociedad está en la formación de *sujeto* que realiza. O, mejor aún, es sobre el modo de concebir el *sujeto* como se enuncia un campo social. El paso de las sociedades disciplinarias a las sociedades de control es, en últimas, el desplazamiento en los modos de pensar e intervenir el *sujeto*. Habría que agregar que cada tipo de sociedad tiene un modo de concepción del capitalismo y que le es esencial para la formación del *sujeto*: El paso de un capitalismo de producción –de acumulación- propio de las sociedades disciplinarias, a un capitalismo de producto –de acciones y servicios- contemporáneo a las sociedades de control.

En el ordenador y las posibilidades de modulación universal que permite, podría advertirse el carácter sutil propio de las sociedades de control: la cifra como lenguaje numérico que permite o niega el acceso a la información; el paso del individuo-masa a un individuo-dato. Con esto, la individualización de los sujetos, la creación de perfiles y la personalización de los objetos a los que accede, se convierten en características esenciales para que la maquinaria social se mantenga en un funcionamiento constante e ininterrumpido. Así, por ejemplo, los perfiles de usuario creados en librerías virtuales como la de Amazon.com, permiten al sistema lanzar recomendaciones de consumo.

Un caso concreto que pone en juego el modo de operación de las sociedades de control y que, entre otras cosas, parece la materialización de la ciudad imaginada de Guattari, está dado en una de las líneas editoriales de la separata de *The New York Times*: la obsesión por el control en ciudades como Frankfurt, Londres y New York; sumado al hecho de la implantación de una política pública en la ciudad de Shenzhen, al sur de China, que en su afán por desplegar un mayor control, además de instalar 20.000 cámaras en las calles, está incorporando un chip programado en las tarjetas de residencia de sus 12.4 millones de habitantes: “los datos del chip incluirán no sólo el nombre y la dirección del ciudadano, sino también antecedentes laborales, policíacos y de estudio, religión, origen étnico, estatus de seguro médico, y el número telefónico de su arrendatario. Incluso se anexará el historial reproductivo personal, por el cumplimiento de la controvertida política China de un solo hijo...”²⁴

De esta manera, el *sujeto* es puesto en la abstracción de una cifra y se convierte en productor de su propio perfil de consumidor. Para nuestro caso, este perfil de consumidor tiene importancia en cuanto éste se convierte en el usuario de las tecnologías digitales de las que nos ocupamos: herramientas de publicación y consumo de contenidos.

7.1.2. Industria literaria y producción digital

Así como la aparición y desarrollo de la imprenta incidió en cambios sociales que se desarrollaron paralelamente a la consolidación de una industria, la digitalización de varios de los procesos que se concebían como propios de la industria literaria está implicando transformaciones. Lo digital, dadas sus propiedades, ha dado un paso en dos puntos fundamentales frente a la industria literaria: primero, la flexibilización de los mecanismos de producción y, segundo, algunas diferencias en el oficio de la figura del editor. El primero implica facilidades de publicación, disponibilidad y ventajas económicas; el segundo, plantea condiciones diferentes para un trabajo que venía ejerciéndose como una posición de autoridad.

²⁴ (*The New York Times*, separata de *El Tiempo*, 2007, 19 de agosto, pp. 1,2)

Chris Anderson, editor en jefe de la revista Wired, afirma:

“Ya estamos viendo que la línea en el movimiento de lo que se imprime y lo que no. Amazon y otras redes de librerías de libros usados han hecho tan fácil encontrar y comprar cualquier libro de segunda mano como uno nuevo. Combine eso con los costos constantemente en caída de las tecnologías de impresión por demanda y está claro por qué cualquier libro podría estar siempre disponible. De hecho, es una apuesta justa que los niños de hoy crecerán sin saber el significado de fuera de circulación”. (2008. Página 17)

Esta afirmación resume en grandes rasgos las implicaciones de lo que hemos llamado “flexibilización de los mecanismos de producción”. Esto sucede porque la impresión deja de ser un privilegio para convertirse una posibilidad de una industria que aprovecha estrategias diferentes tecnologías que reducen costos y se traducen en la posibilidad de publicar nuevos autores sin un mayor riesgo económico. Así, el control que existía sobre “lo que se imprime y lo que no” podría llegar a ser secundario, pues el argumento de los costos queda derribado, gracias a los servicios que ofrecen empresas como Publidisa, lulu.com o Amazon, y sólo perdura uno no menos importante: el ego, criterio y firma personal del editor.

En este aspecto se presenta otro fenómeno: las dinámicas maleables de lo digital presentan opciones que parecen una cierta “democratización” del conocimiento y los relatos, pues de manera similar a los antiguos cantares de gesta y trovas tienen lugar relatos que se construyen con aportes de muchos. Copiar y pegar, citar, las obras con licencias libres, ha permitido que publicar en digital escape del criterio de un editor para ingresar a una esfera social. Podría intuirse que lo digital, en cierta forma, se convierte en un saber construido colectivamente. En este caso, planteamos una transformación del editor en una figura “transversal” - o tal vez rizomática, espiral, camaleónica, poliédrica-, que bajo algunas condiciones se confunde con el lector, el diseñador y el ingeniero.

Estas condiciones no han surgido espontáneamente. La creación de una literatura universal que hiciera parte de un relato de todos, la posibilidad de acceso libre a la información y una cultura en la que participara la humanidad como un todo, viene del pasado. Theodor Nelson soñaba con “un programa de computadora pensado para hacer posible una nueva literatura electrónica unificada, (...) para reanimar las libertades de ayer y extenderlas al futuro electrónico de mañana, (...) para atar todo junto y ponerlo a disposición de todos” (1992,

página no numerada) Se puede ver, con la evidencia del presente, que no estaba tan equivocado, pues si bien estamos lejos de una obra literaria alcanzada como una obra solemne, no estamos tan alejados de una literatura, como la concebía Nelson. Para él, ésta no era más que una interconexión de varios componentes que juntos conformaban un sentido. Hoy, la navegación caótica por internet, los contenidos que se pueden encontrar y los vínculos entre unas páginas y otras, pueden verse como la conformación de una gran literatura electrónica.

Sin embargo, aún existen preguntas: ¿Será posible tal democratización del conocimiento? ¿O entraremos en una comunidad de libre expresión basada en un falso pluralismo pero controlada invisiblemente por multinacionales y bajo ciertas características de las sociedades de control? ¿El oficio del editor, se transformará en sus características esenciales?

No se puede negar, sin embargo, que el editor sigue siendo una figura de autoridad. Si bien no se afirma como tal mediante el uso de la fuerza, lo hace con la consolidación de sí mismo como líder de opinión.

7.2. Recapitulación de las reflexiones generales

La producción editorial, entendida como el proceso de publicación de contenidos, al igual que muchos otros oficios, ha estado condicionada por las tecnologías de las que se vale para funcionar y la incidencia social que éstas tienen. Por eso, a lo largo de la historia el oficio del editor se ha transformado no sólo en las formas de producir, sino también en su posición dentro de las sociedades. Así, el editor ha pasado de ser un hacedor de la ley en las sociedades esclavistas a un adoctrinador en el Medioevo; de allí a ser un líder del capitalismo cultural, a una posición readaptable con la aparición de los medios digitales. En éstas parece que el editor asume un papel protagónico al momento de presentarse una enorme proliferación de contenidos en circulación.

8. Capítulo 2: Luchas de poder por la información. De la utilización de tecnologías digitales en publicaciones.

Si bien es importante tener claro el lugar social de la labor del editor, este panorama no es suficiente para llegar a considerar la real magnitud que tienen las situaciones que se le presentan en la era digital. Los interrogantes sobre las situaciones concretas que se abren para su labor y la de las figuras que están en relación directa con el texto, tanto oportunidades como amenazas, surgen como inquietudes de la respuesta que se debe tener a una situación tan real como el fortalecimiento de nuevas tecnologías de producción. Para realizar una aproximación justa a tales condiciones es necesario analizar la incidencia que ha tenido la aplicación de medios electrónicos en publicaciones. Mediante algunos ejemplos que muestran experiencias concretas se aclarará el panorama.

La aparición de nuevas tecnologías siempre ha suscitado diferentes versiones sobre lo que podría suceder con su expansión. Por un lado, se pronostica un cambio radical en el orden de cosas y, en contraposición, se sugiere una acomodación y un reordenamiento, en el que lo antiguo y lo innovador coexisten²⁵

El auge de Internet no constituye en sí mismo una amenaza para el mundo editorial. Sin embargo, sí ha suscitado inquietudes pues, pese a que en principio sus usos se limitaban al correo electrónico y transacciones de información básica -como las redes internas y externas de las empresas- no se puede desconocer que las facilidades que se han desarrollado en los últimos tiempos y el uso que se le ha dado a los computadores. En especial el contacto entre personas y la creación de herramientas de publicación a través de internet han cambiado el panorama del poder sobre la información. Como nos dice J.B. Terceiro:

“Internet (la *Net*) es uno de los fenómenos de mayor popularidad en el mundo de la informática que, por su explosiva aceptación y su evolución previsible, puede parangonarse en sus efectos con la aparición, en la década de los ochenta, del ordenador personal. Hoy la *Net* es un medio universal de comunicación y búsqueda de información a muy bajo coste.

25 Cft Eco, U. (2004) Apocalípticos e integrados, Barcelona, Debolsillo.

Mientras que las empresas tradicionales de comunicación tiene que repercutir en sus precios la amortización de costosas y antiguas tecnologías, la *Net* adopta, en virtud de su rápido crecimiento, las tecnologías más recientes y, por ello, más baratas,²⁶ lo que le permite ofrecer servicios bien distintos a los de sus orígenes y diferentes al correo electrónico, que ha venido siendo su uso más corriente.” (1996. Página 91)

Algunos de los casos que se han venido presentando evidencian una lucha de poder. En cierta forma, quién publica, cuánto publica, qué, con qué herramientas y dónde, se ha convertido en uno de los enfrentamientos más importantes que ocurren hoy en torno a los textos. Aquí podemos distinguir varios campos en los que existe una confrontación que se enmarca en el panorama que se da por el contexto que distinguimos en este trabajo.

8.1. Capitales abundantes Vs. Contenidos propios

Pareciera que los tanto los blogs, así como algunas de las experiencias que hemos mencionado en este trabajo, presentaran una oportunidad para los contenidos de los pequeños autores para publicar, saltándose los pasos burocráticos de una editorial normal. Así que un escritor aficionado, en lugar de enviar sus escritos al director de una revista, por ejemplo, decide abrir un blog en blogger.com y allí escribir y publicar, haciendo llegar su obra a sus amigos y a navegantes de todo el mundo. Pero, ¿qué tan cierto es que esta persona no está entrando en un juego de empresas por del “privilegio” de publicar? Pues bien, es probable que no sea así. Algunas empresas de Internet simplemente utilizan estrategias diferentes para salir al mercado del libro. En cierta forma, también están estableciendo otro mecanismo de control sobre la sociedad, diciéndoles: tú también puedes publicar.

Entonces, puede suceder que las empresas de publicación sólo estén variando en las formas de posicionarse en el mercado, mediante el uso de otras tecnologías y estrategias: dejar que la gente hable, que la gente imprima, que la gente venda sus obras. Se trata de una flexibilización de los criterios de selección de una editorial tradicional que sólo publica

26 No estamos de acuerdo totalmente con esta afirmación. Una condición no necesariamente reafirma la otra, pero en nuestro caso particular sí lo hace, como en la impresión por demanda.

textos que cree que merecen la atención; se reevalúan los valores según los que un editor es el que determina la calidad y el tipo de discursos que salen a la luz pública, para dar paso a autores que son en sí mismos quienes determinan su mérito. Ahora bien, en medio de la gran cantidad de textos que están hoy a disposición de los lectores, el gran dilema es darles visibilidad e importancia. No importa cuánto se oferte, lo que más se vende siguen siendo los -valga la redundancia- *best sellers*. En contraparte, se encuentran los muchos títulos que se imprimen, pero venden pequeños volúmenes, por ejemplo, a través de la impresión por demanda. En esta modalidad, el flujo de capital ocurre mediante transacciones y acuerdos entre los autores y las empresas que ofertan el servicio. El comprador, por lo general, paga con tarjeta de crédito los costos en los que ha incurrido la editorial y un porcentaje de ganancia que varía en cada caso.

Así, mientras por siglos la información ha estado bajo la regulación de aparatos de control -o de Estado- propiciados por los monopolios de los medios masivos de comunicación, ahora pareciera que éste es democrático. Dicen Deleuze y Guattari que “*No todo es Estado, precisamente porque siempre y en todas partes ha habido Estados*. No sólo la escritura supone el Estado, también lo suponen la palabra, la lengua y el lenguaje”. También aclaran que “Según la descripción marxista: un aparato de Estado se erige sobre las comunidades agrícolas primitivas, que ya tienen códigos de linajes-territoriales; *pero las sobrecodifica*, las somete al poder de un emperador déspota, propietario público único y trascendente, señor del excedente o de las reservas, organizador de las grandes obras" (1996. Páginas 436, 437) Entonces, un control sobre la palabra, sobre qué se dice, quién lo dice, cómo lo dice, cuándo, en qué formato, con qué tipografía y en qué tiraje, termina siendo un patrón social que determina el discurso social. Sin embargo, a pesar del control que se intente hacer de los contenidos circulantes, lo cierto es que al fin y al cabo, para bien o para mal, cada vez más personas tienen voz.

8.1.1. Best Sellers

Si aceptamos como cierto que la propiedad de hablar, escribir, producir y tener la posibilidad de ser observado, también cabría preguntarse si cada quien merece o recibe

igual atención. También, en las condiciones actuales, sería irreal pensar que las producciones de muchos van a desplazar al producto muy conocido de pocos, promovido por los líderes de opinión. Entonces ¿cuál es el lugar real de lo que sale a la luz sin el respaldo de una gran marca, sin el nombre de un editor? Esta es una cuestión que podría depender de muchos factores, como la capacidad de visibilizarse en su entorno, el aprovechamiento de los recursos y la real intención del hecho de publicar. No se puede desconocer, pese a su aparente insignificancia, que los pequeños autores tienen también un lugar frente a los que cuyo solo nombre que evoca estándares de calidad o temas de interés de un lector específico.

“Las economías que guían sus caminos por los éxitos son la creación de una era carente de espacio para cargar todo para todos (...) Este es un mundo de escasos. Ahora, con la distribución y pequeñas ventas en línea, estamos entrando en un mundo de abundancia” (Anderson, 2008, Página 7), nos cuenta Chris Anderson, editor en jefe de la revista Wired. Anderson es un férreo defensor de la pluralización del discurso cultural, mediante la utilización de las herramientas digitales que facilitan la publicación de pequeños autores; sin embargo, también hace un análisis de lo que es la industria editorial tradicional, cuyos ingresos se producen en gran parte por la apuesta hacia autores que tienen grandes posibilidades de que sus obras tengan ventas astronómicas o que ya han tenido algún éxito dentro de los lectores.

Es verdad que mientras los grandes sellos se mantienen hegemónicos en el mercado por la publicación de títulos de autores exitosos y la reedición de grandes clásicos que alimentan el diálogo tradicional de la cultura, las editoriales independientes tienen una tendencia a buscar nuevos talentos y arriesgarse a sacarlos al público. Y decimos que se arriesgan porque, con las tecnologías de las que disponen y el sistema utilizado, pueden incurrir en enormes pérdidas si no hay éxito en las ventas. Un mal manejo publicitario, la ausencia de promoción o un simple rechazo por parte de los lectores, son algunas de las razones por las que miles de ejemplares se pueden quedar en stocks deteriorándose y pagando bodegaje. En estos casos los editores se ven en la necesidad de rematarlos con la esperanza de, al menos, recuperar los costos de producción y distribución. En el peor de los casos deben picarlos.

Así, el catálogo del Grupo Planeta difiere mucho del de una editorial como Acantilado. Mientras una tiene prácticamente asegurados ingresos por ventas de títulos que tienen gran acogida, la otra intenta dar visibilidad a autores nuevos. Sin embargo, algo tienen en común: utilizan un proceso de producción y venta que, de alguna manera, implican gastos por los mismos conceptos. Desde el pago al autor por la obra, el diseño de la publicación, las correcciones, impresión, distribución, bodegaje y porcentaje al librero. Es un proceso que funciona así hace mucho tiempo y que representa un beneficio para cada una de las partes involucradas, pero que también implica un riesgo que debe asumir el editor: si los libros no se venden, éste debe correr con los gastos de igual manera que si se vendieran.

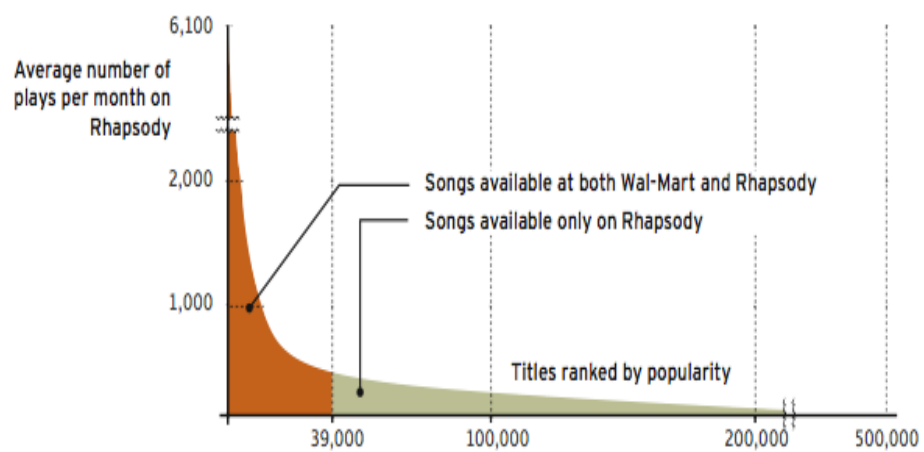
Por eso, las empresas que mantienen ese esquema de impresión-stocks-consumidor prefieren, en la mayoría de las ocasiones, optar por escoger títulos -bien sea de autores con tradición de éxito o autores nuevos- que les puede proporcionar algún éxito. En algunos casos esto quiere decir imprimir tirajes altos a precios más bajos y, en otros, tirajes bajos a precios más altos. Por eso, en calibrar los factores de riesgo, está la prosperidad de un negocio editorial tradicional.

8.1.2. Pequeños autores

La ventaja de la utilización de medios electrónicos, en este sentido, es la pluralización del discurso: se ponen en circulación opiniones diferentes de las hegemónicas, se enriquece el diálogo de la sociedad con palabras que no vienen sólo de las historias de fantasía que cautivan a las masas: el torrente de gustos, sensaciones, opiniones, matices de percepción se toma las pantallas de los lectores y las hojas de papel. Nada de esto sería posible sin las ventajas que, en términos de costo, representa para las empresas de la industria literaria el uso de internet, impresión por demanda o dispositivos de lectura digital. Los pequeños autores con sus pequeñas obras son el ejemplo vívido de dos situaciones nuevas: la proliferación de títulos (cuestión de orden cultural) y una dinámica de mercado que se basa en la libre publicación para ganar capital.

El lado romántico del asunto está en la idea de permitir que las voces de todos se sumen a

lo que es susceptible de ser leído por cualquiera. El lado comercial comprende las actividades que hacen parte de la vida de las empresas. Esto incluye satisfacción al cliente (lector o escritor que usa las plataformas), por un lado; y ganancias económicas, por el otro. Según Anderson, los ingresos reportados por pequeñas ventas de muchos títulos en formato digital representan para las empresas ingresos equivalentes a los recibidos por muchas ventas de pocos títulos. Es decir, la oferta de tantos títulos que se venden poco, pero se venden, da tantas ganancias como las ventas masivas de uno o dos *best sellers*. El siguiente gráfico explica con un ejemplo de canciones disponibles en una tienda de internet llamada Rhapsody. Por un lado, están las 39.000 canciones disponibles tanto en Rhapsody como en Wal-Mart, una tienda física. Estas, que responden básicamente a títulos de grandes ventas (*best sellers*), fueron reproducidas más de 2.000 veces. Por el otro lado, están las más de 200.000 canciones que están disponibles sólo en Rhapsody, que son básicamente de pequeños artistas. El estimado es que cada una de estas canciones fueron reproducidas pocas veces, pero que en su conjunto suman un número similar a las primeras 39.000. Es decir, las áreas de reproducción que suman los *best-sellers* son cercanas a la de pequeños artistas. Lo mismo ocurre en el mercado de libros y, en general, a la industria del entretenimiento.



Respecto a esta tendencia, dice Anderson: "Este (el alza en las demandas de libros

desconocidos) es un ejemplo de un modelo económico completamente nuevo para la industria de los medios y el entretenimiento, que apenas está empezando a mostrar su poder. La selección sin límite está revelando verdades acerca de lo que los consumidores quieren y cómo lo quieren obtener "servicio tras servicio" (2008. Página 3) En este sentido, el poder del consumidor se acentúa y éste va marcando la pauta de lo que desea y de cómo colmar sus expectativas.

Anderson defiende la posición de utilizar Internet como una nueva plaza válida para otorgar a los contenidos emergentes la posibilidad de ser comercializados, como una alternativa al contexto saturado de las librerías y tiendas de discos. Así, no sólo se abren puertas para los creadores, sino también para los espectadores. Esta es una tendencia a la que nadie se puede anticipar y que presenta varias opciones para el futuro del comercio de libro que se pueden barajar, pero que aquí no profundizaremos. Nuestra posición personal está basada en el valor que tienen las obras publicadas por pequeños autores para la cultura y para un movimiento comercial y en la condición mutante de los libros de sellos editoriales tradicionales. Con esto nos referimos al gran dilema de la labor un editor en medio de tantas publicaciones... ¿qué puede aportar este personaje cuando ya todo es fácilmente publicable con el acceso a ciertas herramientas?

8.2. Sobreabundancia Vs. Especialización

“Es cada vez más claro que el objetivo del futuro inmediato no será obtener más información (la que tenemos nos desborda permanentemente), sino volver inteligible la preexistente: convertirla en estratégica, personalizada y fundamentalmente útil para mejorar nuestra comprensión, pero sobre todo nuestra acción.” (Piscitelli, 2005. Página 58)

La cantidad de información disponible en Internet, incluidas las publicaciones personales, los contenidos de empresas, los libros, música, películas y programas de software existentes, rebasan significativamente las posibilidades que cualquier persona del mundo tuviera de acceder a ellas. Esto llega a complementar el panorama que ya pintaban algunos

sobre la sobreabundancia de información, la impresionante cantidad de libros impresos que existen, los incontables títulos que están disponibles en el mercado editorial y que atiborran los estantes de las librerías.²⁷ Basta imaginarse que la situación ya era frustrante para los lectores voraces cuando estaba clara la imposibilidad de leer todos los libros del mundo para dimensionar la condición actual: la sobreabundancia de información es más que "demasiada" en términos de posibilidad de lectura.

Es en este punto donde dos componentes toman importancia, a partir del nudo que implica el criterio del lector: la crítica, el librero y, tal vez el más importante, el criterio de un editor. Es por eso que, en la virtualidad, cada vez adquieren más importancia las plataformas que ofrecen perfiles de usuario que proporcionan a cada cliente información personalizada acerca de los libros que podrían llegar a resultarle atractivos. Es algo así como una simulación de un librero que conoce a sus clientes y les brinda la atención que necesitan, los guía en el proceso de escogencia y les dan vistazos previos de las recomendaciones.

Sin embargo, la situación es distinta cuando se trata de quién pone la obra a disposición. El catálogo de Amazon, por ejemplo, permite búsquedas a través de tags. Un tag es una palabra clave, que puede ser un adjetivo que proporciona criterios de búsqueda dentro de los elementos disponibles. Esto probablemente sea un criterio de selección para los lectores arriesgados que quieren leer obras nuevas, pero no para aquellos que confían en el criterio de un editor. Así, un lector tradicional de ensayos, podría dirigirse con confianza a un libro de esta colección publicado por Anagrama, en lugar de una edición de una editorial desconocida, de un autor desconocido.

La legitimidad de la palabra: un trasfondo de la publicación

Ante esta situación, existe una pregunta esencial: ¿a quién escuchar? o si lo planteamos en términos de decisión del lector ¿quién tiene la razón sobre lo que vale la pena leer? Esta

²⁷ Para profundizar en este tema consulte: Zaid, G. (2001), *Los demasiados libros*, Barcelona, Anagrama.

pregunta puede poner en jaque tanto al editor vertical como a la edición pluralizada. Parece que no es suficiente el hecho de publicar, pues la finalidad principal de cada publicación - salvo algunas excepciones en las que se involucra la decisión personal del autor y que nada tienen que ver con el ánimo comercial- es llegar a un lector o a varios, según sea el caso.

Jean-Francois Lyotard distinguía que “El saber postmoderno no es solamente el instrumento de los poderes. Hace más útil nuestra sensibilidad ante las diferencias, y fortalece nuestra capacidad de soportar lo inconmensurable.” (1994, Página 11)

Esta afirmación se enmarca dentro del contexto de lo que muchos han coincidido en llamar la época postmoderna, que realza las posibilidades de expresión del individuo en medio de la colectividad. Así, cada vez es más numerosa la cantidad de personas que deciden marcar sus puntos, desconociendo los límites de lo que se puede o debe medir según las normas institucionales o sociales. La reivindicación de los contenidos propios hace parte de esa condición que, si bien está lejos de revolver la legitimidad de la palabra de los expertos, está dando lugar a la pluralidad de saberes. Situación que cambia el panorama para lo hegemónico: éste saber, que supuestamente representa el "consenso" de diversas posiciones, deja de ser un metarrelato que explique y represente a la multiplicidad.

No obstante no todo es color rosa para quienes expresan su voz. Tan pronto se pronuncian, nuevos aparatos de captura surgen del orden establecido para volver a tomar el control. Así es como han tenido lugar proyectos de publicaciones editoriales que nacen del deseo de un gran grupo de publicar en papel a un blogger. En ese momento, éste deja de estar en el lugar de una voz de la pluralidad para tener la oportunidad de enmarcarse dentro de la lógica de "lo publicable". Lyotard tampoco desconoce esta dinámica cuando asegura que:

“La disposición de las informaciones es y será más competencia de expertos de todos los tipos. La clase dirigente es y será cada vez más la de los ‘decididores’. Deja de estar constituida por la clase política tradicional, para pasar a ser una base formada por jefes de empresa, altos funcionarios, dirigentes de los grandes organismos profesionales, sindicales, políticos, confesionales” (1994. Páginas 35, 36)

La tendencia es entonces una recuperación de espacios de la industria editorial:

seguramente seguirá aumentando el número de bloggers y de proyectos independientes pero, en esta misma medida, también habrá nuevas estrategias para involucrar el discurso virtual sobre el papel.

8.3. Innovaciones fugaces Vs. Permanencia en el tiempo: el libro digital de contenido y el libro como objeto de lujo

Dada entonces la doble tendencia de dar lugar a la publicación (en digital y en físico), es necesario preguntarse cuáles son las características de cada forma que la hace especial. No es descabellado pensar que si todo contenido es susceptible de ser publicado, la real competencia del producto editorial esté no sólo en el criterio de un editor, sino también en la capacidad para hacer objetos atractivos. Algo así como una guerra del fetiche.

Ya hemos hablado de lo digital, las facilidades que ofrecen sus formatos para efectos de almacenamiento, practicidad, portabilidad, etcétera. Sin embargo hay otra estrategia que han seguido las empresas que fabrican objetos de soporte para formatos digitales: la innovación. Es frecuente que a los pocos meses o semanas de haber salido a la venta un modelo de computador, lector de e-books o un celular, salga uno que lo supere en calidad, propiedades y precio. Esta es la competencia de las innovaciones fugaces, que puede resultar tan atractiva como repelente para los consumidores, quienes se pueden ver estimulados por tener la última versión o, por el contrario, prefieren no comprar para no quedar rápidamente desactualizados. Por lo pronto, la clara decisión de los creadores de tecnología electrónica, sigue siendo la de apostarle a la movilidad rápida entre un modelo y otro.

Por otra parte, se puede pensar en el libro impreso, como objeto. Si bien éstos no tienen la posibilidad de ser leídos en dispositivos digitales y ocupan espacio físico, su principal encanto consiste en la propiedad de ser casi únicos, de una edición especial, o el simple hecho de estar impresos en un papel de determinada calidad que en cierta manera asegura una permanencia en el tiempo y una relativa durabilidad. Se podría decir que se trata de un fetiche, del placer de palpar, de ver los colores tal como los concibió el editor sin las

variaciones dadas por la configuración de una pantalla, de sentir el aroma de la tinta. No es descabellado pensar en el libro como un objeto de lujo en un contexto en el que los contenidos están cada vez más disponibles por el fortalecimiento de las herramientas digitales, sumándose a la previa lucha del libro contra las fotocopias.

Estando así las cosas, es claro que existe una confrontación entre digital multimedia y el libro impreso que puede representar más bien un reto para la configuración de nichos de mercado: los amantes de la tecnología o los fanáticos del libro como objeto. Finalmente y, pese a las posiciones que apuntan a futurologías sobre el mercado editorial, es más posible que exista una tendencia diferente: dos modos de producción que apunten a dos públicos objetivos sin lazos demasiado estrechos. Así, mientras por un lado se diversifican los contenidos en medio de lo digital, por el otro se mantiene una lógica editorial que se dedica a sacar productos impresos de calidad; así, los lectores tienen la opción de escoger y no quedarse sólo con los best sellers. Así, también estarían siendo coherentes con la teoría de Anderson.

Entonces, la encrucijada de un editor podría estar en una elección simple entre dos posibilidades: ser editor de medios digitales o de impresos. Sin embargo, la cuestión podría no ser tan sencilla, dadas las numerosas posibilidades en que estos dos universos pueden mezclarse para arrojar resultados tangibles. Probablemente el papel del editor debe estar entonces en tener los ojos puestos en la totalidad de los contenidos, en mirar lo que los públicos quieren y dar la oportunidad a los pequeños autores de ser publicados en objetos de lujo, rescatándolos del anonimato con la posibilidad de surgir. Así, estará realimentando el discurso, cada vez sacando a flote perlas del que cada vez puede estarse convirtiendo más en un mar de ostras. De alguna forma, el papel del editor estaría en reanimar y dar nuevas voces a los contenidos representativos de la enorme masa que está en crecimiento con el auge de los medios electrónicos.

Con este panorama, se deben considerar también otros elementos que se muestran en movimiento y que no se puede desconocer: la manera en que se afectan las demás instancias que son tocadas por el libro. A este tema dedicaremos nuestro próximo capítulo.

8.4. Recapitulación de las reflexiones generales

La aparición y el auge de medios electrónicos no constituyen en sí una amenaza para la industria editorial, pero pinta un panorama diferente que, en algunos casos, confronta elementos específicos. Por un lado, se enfrentan las lógicas de publicación, pues mientras lo digital la estimula con las facilidades a personas particulares y pequeños autores, lo impreso mantiene un criterio editorial que da ese "privilegio" a pocos. En este sentido, la generalidad es un enfrentamiento entre best-sellers y pequeños autores, pero existe una tendencia a que eso cambie, pues en medio del contexto que se da por la sobreabundancia de información en el mundo digital, hay una oportunidad para la edición tradicional: rescatar a autores que están perdidos en medio del universo digital y relanzarlos o destacarlos con ediciones en físico, introduciéndolos a su lógica de mercado. Sin embargo, esta es solamente una de las muchas posibilidades que tienen.

Por otra parte, es posible pensar que con el desarrollo y la especialización de técnicas e instrumentos de cada línea editorial se dibujan cada vez con más claridad los límites entre los públicos que tienen como preferencia el consumo físico o digital. Así, no es de extrañarse que la industria de los medios electrónicos adopte técnicas de desarrollo e innovación atrayendo al público hacia "lo último", y que la industria editorial tradicional apueste a mejores ediciones, libros, diseño, papeles o, incluso, que se lance al terreno de lo digital para buscar nuevas voces que representen a las masas.

9. Capítulo III: Transformaciones en instancias relacionadas con el texto.

Así como el surgimiento de tecnologías digitales renueva el panorama de la industria editorial y, por ende, del oficio del editor, también las otras instancias relacionadas con el libro se ven en situaciones especiales. Ya hemos mencionado al autor, al librero, al crítico y al lector como figuras que están directamente vinculadas al ciclo de vida tradicional del libro. Cada una de estas se conforman en el mundo digital con características que pueden distar considerablemente de la forma en que se entiende su trabajo habitual, dadas las dinámicas diferentes que se proponen. Por ejemplo, ¿podría considerarse que un autor desconocido que pone su obra a disposición del público tiene el mismo valor para el patrimonio cultural que uno que ha recibido respaldo de prestigiosos académicos?, ¿un lector que hace vínculos de una página a otra e interviene en los contenidos, que utiliza un teléfono en lugar de una revista para lecturas breves, se relaciona con el texto de una manera tradicional?

Sobre eso se trata este capítulo, pues si bien la edición es una parte fundamental para la vida de los libros, la influencia que experimenta por cambios de tecnología no es un fenómeno aislado. Por el contrario, va acompañada por giros en el engranaje de la maquinaria que pone a los textos a circular, a conformarse, re-conformarse, ser leídos, interpretados y divulgados. Sucede que si mientras en la costumbre los contenidos tenían como fuente al autor, seguían hacia la edición, pasaban por la impresión, los libreros, la crítica y, finalmente, los lectores, lo digital revoluciona este esquema: se podría empezar por una obra pre-existente, pasar por lector-autor-editor-crítico, llegar a otro lector, otra edición, un librero virtual y la impresión. Esta variabilidad hace que no sólo cambie el orden en el que los contenidos fluyen, sino el papel que asume cada figura en torno a las propiedades de estos.

9.1. Autoría

Probablemente el nacimiento de una obra proviene desde el instante mismo de su concepción. Con esta idea, podríamos decir que la simple existencia de una obra presupone la de su propio autor intelectual y/o material, quien la piensa y la lleva a cabo. Siendo así, no se puede prescindir de la autoría como una figura esencial en la vida de una obra cualquiera -en especial, para nuestro caso, de la obra literaria- de manera que pensar los textos implica pensar en la forma en la que el autor se vincula a estos. Incluso la obra se puede convertir en una representación del autor: así, muchas veces se relaciona a un nombre o una firma con un género o un estilo, un estándar de calidad, un contexto histórico, pues determinados autores son "representativos" de una cultura, una época. Por ejemplo, si algún lector es fanático de los cuentos, probablemente se dirija a Chejov o Allan Poe; si alguien quiere leer sobre Colombia, leerá a García Márquez, etcétera. Esas son las voces que se vinculan en el imaginario colectivo al sentir de las colectividades.

Algo muy diferente ocurre cuando surgen innumerables cantidades de voces que se enuncian en un determinado medio, cada una con un estilo y un pensamiento propio. Lo que ocurre aquí es un auge de autores que, si bien no pretenden ser representativos, esperan enunciarse. Podríamos volver a la teoría de la legitimidad del conocimiento, a la manera en que se desvirtúan los metarrelatos a partir de individualidades. (Lyotard, 1994, Página 11) No obstante, este fenómeno puede ocurrir de varias maneras: obras anónimas, obras colectivas y obras firmadas. Cada una de estas es muestra de un tipo de vinculación y tiene consecuencias diferentes a la hora de dar cuenta de la influencia en el patrimonio cultural. Es diferente una obra firmada por un autor desconocido que una creada por decenas o centenares de individuos con el único fin de unirse en torno a un relato.

“Virtualizante, la escritura desincroniza y deslocaliza. Hace surgir un dispositivo de comunicación en el que los mensajes, muy a menudo, se separan en el tiempo y en el espacio de su fuente de emisión, y, en consecuencia, se reciben fuera de contexto”(Lévy, 1998, Página 37) Según esta definición, Lévy ya concebía a la escritura y, si vamos más allá, a la autoría, como un acto de representatividad. Es decir, el autor crea, pero es la obra

la que da cuenta de él en un contexto determinado. Sin embargo, hay una condición de los textos digitales que pueden entrar a controvertir esta afirmación: si bien existe una separación, también puede haber una constante actualización de contenidos o la participación de varios individuos simultánea o consecutivamente. De ahí la importancia de analizar las formas de vinculación (o desvinculación) autor-obra, así como el problema de representatividad que implica cada una de estas.

9.1.1. De la forma de vinculación del autor con su obra

Es indudable que, dada la coyuntura que nos ocupa, se pueden distinguir dos formas esenciales en las que se puede ver la relación del autor con su obra: ejerciendo su derecho de paternidad y el anonimato.

Como primera medida, encontramos autores cuyo sólo nombre es considerado como garantía de calidad. Se trata de gurús del conocimiento, de la literatura, la cultura, independientemente del género que escriban. Podríamos, incluso, llegar a considerarlos como los portavoces oficiales de la humanidad, por el hecho de estar envueltos dentro del discurso de las artes que legitiman sus grandes saberes.

"Mientras los enunciados científicos cimientan su autoridad sobre su pertenencia a un <conjunto sistemático> de proposiciones, y no sobre las propiedades de un autor particularizado, los discursos <literarios> <ya no pueden ser recibidos más que dotados de la función-autor>. Antes las cosas se producían a la inversa: <esos textos que hoy llamaríamos literarios (relatos, cuentos, epopeyas, tragedias, comedias) eran recibidos, puestos en circulación y valorizados sin que se plantease la cuestión de su autor; su anonimato no presentaba dificultades, su antigüedad, verdadera o supuesta, era garantía suficiente para ellos. En cambio los textos que ahora llamaríamos científicos, relativos a la cosmología y al cielo, a la medicina y a las enfermedades, a las ciencias naturales o a la geografía, no eran recibidos en la edad media, y no llevaban en sí un valor de verdad sino a condición de estar marcados con el nombre de su autor>" (Chartier, 1993, Páginas 63, 64)

Chartier, en su análisis de la obra de Foucault, menciona aquí la importante cuestión de la autoría como un indicador de legitimidad y autoridad. Mientras por un lado, en la actualidad, los discursos científicos no necesitan la paternidad de un autor para gozar de credibilidad, pues están dados por una comunidad que representa en sí un poder informativo, en la antigüedad, la autoridad de la obra literaria no la confería el nombre de un autor famoso, sino su pertenencia al antiguo y tradicional discurso colectivo. Hoy, esta propiedad del anonimato también tiene escenarios que se presentan con algunas similitudes a las construcciones sociales que tenían validez en tiempos pasados:

El anonimato es una condición que algunos autores prefieren mantener por diversas razones y que a la hora de considerar la obra, se podría decir que ésta es huérfana. Si no existe una reivindicación del derecho de paternidad, entonces las obras quedan en una especie de limbo del que no podrían ser rescatadas a menos que ganen valor por sí mismas, sin el nombre de un autor. Esto puede ocurrir bajo el empadrimiento de un editor que lo publique y publicite, sea en medios digitales o impresos.

Obra Colectiva: cantares de gesta del presente.

Es posible que la real innovación que ocurre hoy en los medios digitales sea la facilidad con la que se pueden crear obras colectivas. A pesar de no ser una tendencia nueva, pues desde hace mucho tiempo se han creado piezas de arte, publicitarias u otro tipo de obras, no se puede desconocer que existe un cierto auge. Desde los wikis, que permiten la participación de muchos miembros en la creación de una obra de la que todos son autores, hasta dispositivos que permiten la creación y edición simultánea de documentos, como google docs, existen herramientas que facilitan los textos hechos por varias personas.

Este es el caso de *A million penguins*²⁸, una novela construida colectivamente patrocinada

28 Referirse a <http://www.amillionpenguins.com>

por De Montfort University²⁹. En ella los navegantes accedían a una página wiki en internet en donde podían leer la novela y hacer sus entradas para continuar con la historia. Al terminar, la novela fue editada y comercializada por Penguin Books en formato impreso.

Así, existe una especie de unión social en la que cada quien realiza su aporte a un discurso que los cohesionan. En los casos en que participan inclusive muchos autores se puede observar, inclusive, una pérdida de la firma de cada autor, pero el reconocimiento de la participación de varios en la construcción del relato. Condición esta que no deja de tener una curiosa similitud con los cantares de gesta, obras de creación popular que iban de boca en boca y terminaban manifestándose en la oralidad.³⁰ Hoy la apariencia resulta como una virtualización del mismo esquema replicado en lo digital y a través de la escritura colectiva.

9.1.2. Consideración sobre los derechos de autor

Gran parte del debate que han suscitado los medios digitales gira en torno al tema de los derechos de autor. Las opciones de conectividad y las facilidades para copiar e intervenir tanto contenidos como códigos presentan dilemas sobre quién tiene el derecho de apropiarse de información. El problema, entonces, deja de ser la inexistencia de una legislación, sino la inexistencia de una más realista, cuyas regulaciones estén más de acuerdo con las características que ocurren en lo digital. Así, se ha tratado de entrar a crear normativas que se basan más en la consolidación de una cultura que en penalizar supuestas violaciones a los derechos de autor. Un ejemplo de esta tendencia es *Creative Commons*³¹, la cual pretende otorgar licencias especiales a las obras que se publican en internet; por ejemplo, una fotografía puede tener licencia de libre distribución y copia por parte de los internautas, siempre y cuando se respete el derecho de cita y no se utilice para fines comerciales. También puede ocurrir que mantengan todos los derechos reservados.

29 Referirse a <http://www.dmu.ac.uk/>

30 Ya hemos mencionado que la oralidad es también considerada como una forma de lectura de textos en la Edad Media. Ver Capítulo I.

31 Referirse a <http://creativecommons.org/>

Pese a esto, la situación sigue sin estar resuelta para quienes quieren proteger absolutamente sus derechos. Sin embargo, este problema sigue existiendo también en lo físico y representa retos para las autoridades en este tema. Por lo pronto, parece que en lo digital cada vez se va consolidando más una cultura de compartir el conocimiento y el patrimonio cultural, con las bases del respeto.

9.2. El lector mutante

Cuando se habla sobre la lectura surgen dos tendencias: una estructuralista que valora el texto como una obra cerrada sin dar lugar a las interpretaciones de los lectores, y otra, muy usada por los lingüistas posmodernos, en la que el texto es maleable al sentido que el lector le otorgue.

"De un lado, la lectura es práctica creadora, actividad productora de significaciones en modo alguno reductibles a las intenciones de los autores de los textos o de los hacedores de libros: es *braconnage* (caza furtiva), según la palabra de Michel de Certeau. De otro lado, el autor, el comentarista y el editor siempre piensan que el lector debe ser sometido a un sentido único, a una comprensión correcta a una lectura autorizada". (Chartier, 1993. Página 42)

Sin embargo, con la proliferación de publicaciones digitales es imposible que el lector sea una figura pasiva, contraponiéndose a la idea de interpretación en un sentido único. El texto digital brinda una serie de posibilidades que el texto impreso no permite. Al imprimirse una obra, el autor se separa del texto y el libro queda como una estructura cerrada. En oposición, las cualidades del texto digital permiten armonizar la escritura y el dialogo. (Rodríguez de las Heras, A.) Podríamos mencionar:

1. Texto blando: Las palabras pueden ser modificadas, alteradas y reubicadas.
2. Densidad: En Internet y los sistemas de información digital es más sencillo encontrar la información deseada en medio de la densidad, con la utilización de robots de búsqueda.

3. Accesibilidad: El acceso a la información es, en su mayoría, ilimitado.
4. Libro palimpsesto: En la pantalla digital se maneja el mismo esquema de libro palimpsesto en donde las palabras y la imagen aparecen, cambian y desaparecen sobre el mismo lugar.
5. Ubicuidad y deslocalización: El texto digital no necesita las mismas condiciones espacio-temporales para tener varios lectores y sobre todo autores simultáneos. Además, permite la resaltación de la minoría sobre los grandes monopolios al abrir espacios de dialogo e interacción.

De tales características no puede esperarse nada menos que una transformación en la posición que asume el lector: mientras que de la edad media hasta hace poco su papel se reducía a la lectura en voz alta, a escuchar y a interiorizar el texto, hoy se puede decir que al menos en los casos de escritura colectiva y foros de participación, el lector migra a efectuar funciones propias de crítico o autor. Así lo explica Pierre Lévy:

“El lector en pantalla es, en principio, más ‘activo’ que el lector sobre papel: leer sobre la pantalla es dar la instrucción a un ordenador, incluso antes de interpretar, de que proyecta tal o cual realización parcial del texto sobre una pequeña superficie brillante.” (1998, Página 39)

Luego agrega:

“El navegador se puede convertir en autor no ya recorriendo una red preestablecida, sino participando en la estructuración del hipertexto y creando nuevos vínculos (...) Por último, los lectores no sólo pueden modificar los vínculos, sino añadir o modificar los nodos (textos imágenes, etc.), conectar un hiperdocumento a otro y, de este modo, hacer un único documento de dos hipertextos separados o trazar vínculos hipertextuales entre una multitud de documentos.” (Lévy, 1998, Página 43)

Las mutaciones del lector van entonces también hasta la función de administrador de contenidos y guía de navegación, dinámica que puede compararse con la conversación tradicional de recomendaciones globales y virtualizantes. Así, un lector que lee los comentarios y se dirige a los vínculos que otro lector ha hecho, está siguiendo un trazo que ha marcado una persona que podría ni siquiera pertenecer a su misma comunidad.

En este caso, los lectores, en el momento de intervenir las obras donadas por otros, se convierten en co-autores de una gran obra colectiva, conformada por diversas obras derivadas, las cuales serán publicadas por la labor de las editoras. Este caso particular, si bien no tiene una difusión masiva, muestra un ejemplo claro de un trabajo editorial que se vale de herramientas digitales para llevar a cabo una publicación en la que las instancias se transfiguran al asumir papeles más activos respecto al texto.

9.3. Vehículos del texto hacia el lector

Dos de las instancias fundamentales que llevan al texto hasta el lector son el librero y el crítico. Uno mediante el ejercicio de su poder como líder de opinión y el otro mediante la oferta de los títulos.

9.3.1. El librero

El cambio de soporte del libro no será el fin de la librería, al contrario, en el nuevo proceso de comercialización editorial las librerías son una instancia fundamental que ofrecerá al público la gran cantidad de textos existentes en el mercado a través de una rigurosa catalogación de la información. Al aumentar la disponibilidad de las obras con el cambio de soporte y la proliferación de los métodos de impresión por demanda, las librerías se ven obligadas a cambiar sus dinámicas de mercado. Deben dejar de ser supermercados de papel para convertirse en un centro de congregación de la comunidad lectora. El librero es el punto de convergencia entre el texto, el editor, el lector y en algunos casos el autor.

Casos como el de Amazon o la digitalización de textos por parte de Google, así como la oferta de estos, representan una reconfiguración de la vida del librero en la virtualidad. Como en los casos de muchas de las instancias de las que hablamos, la esfera de lo digital se muestra sólo como un nuevo escenario lleno de oportunidades en el que se replica una labor esencial con herramientas diferentes. Tal como lo explica Lévy: “Lo virtual no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo la superficialidad de la presencia física inmediata.”(1998, Página 25)

De esta manera, más que un reto, el panorama para el librero del futuro está cargado de oportunidades. Se habla ya de bases de datos que almacenen en formato digital todos los títulos disponibles en el mercado, de manera que el librero guíe al lector en su compra e imprima el libro que desea. No obstante, habrá algo esencial que no cambiará en la labor del librero: la actuación como puente entre las obras y sus lectores. Sea una librería virtual o un librero que aproveche las herramientas digitales para ofrecer servicios novedosos, la comercialización se mantendrá como centro de la actividad librera.

Un caso colombiano, La librería de la U³², es un ejemplo de lo que se puede hacer con Internet para difundir y comercializar obras. Esta librería, que se dedica a la promoción y distribución de textos de investigación editados en Latinoamérica, actúa a través de su portal de Internet, en el cual los usuarios se registran, crean sus perfiles y realizan transacciones de comercio "online". Por otra parte, ofrece los servicios de digitalización de obras, con el fin de comercializarlas en formato de e-book. Las características de esta empresa demuestran con claridad el potencial latente en la virtualidad para manifestarse en acciones concretas.

9.3.2. El crítico

Mientras en los foros de internet cualquier persona está en la posibilidad de comentar, parece que la labor del crítico se ve amenazada por la intervención de muchos en la calificación de películas, libros, artículos y videos. Por un lado, están los casos de lectores que se configuran cada vez más como críticos, un caso que se puede observar en portales como Webook.com³³, en el que cualquier autor está en posibilidad de subir su libro, el cual será leído, calificado y criticado por los otros usuarios. En este sentido, el crítico se encuentra con la posibilidad que tiene el público de usurpar su posición.

Por otra parte, se encuentra la desventaja que ya hemos asociado a los medios digitales: la

32 Referirse a <http://www.lalibrariadelau.com>

33 Referirse a <http://www.webook.com>

abrumadora cantidad de información que sobrepasa la capacidad de lectura de cualquier persona. Es entonces cuando el papel de la crítica toma fuerza y debe reconfigurar sus posiciones y modos de dirigirse a los públicos. Lo digital, con las características que lo hacen especial, requiere de una crítica más aguda y estratégica, con cualidades que den cuenta de los retos que representa, por ejemplo, un medio como Internet. Esto escapa de la cualificación adjetivista de obras que han sido resaltadas y tienen algún reconocimiento; por el contrario, se trata de un trabajo que vaya de la mano de las herramientas de búsqueda y la lógica de navegación caótica.

Sobre los contenidos en Internet, tal vez aún más que sobre aquellos que están en física circulación por el mundo, pesan toneladas de apreciaciones que llenan de juicios *a priori* las lecturas de quienes acceden a ellos. Frente a esta situación, el trabajo del crítico está en consolidarse como guía de acceso, más que como líder de opinión. Cuando Lyotard menciona que “La disposición de las informaciones es y será más competencia de expertos de todos los tipos. La clase dirigente es y será cada vez más la de los ‘decididores’” (1994, Páginas 35, 36) sus palabras pueden interpretarse no sólo como el poder de decidir sobre la disposición de la información, sino también sobre cómo disponer –acceder- *de* ésta.

Así, en la cuestión de la información, se confirma que se requiere consolidar el poder de decisión de los usuarios a partir de guías de navegación. Sin embargo, este sentido aparentemente atrofiado en el contexto saturado de los medios digitales debe desarrollarse de manera conjunta entre la crítica y los lectores.

La configuración del crítico como guía de acceso a los textos, más que una enorme transformación en su labor, requiere un fortalecimiento y purificación de ésta. Se trata de ayudar a direccionar la mirada, a dar pistas y desarrollar criterios de navegación mediante el uso de herramientas estratégicas como blogs y wikis, en los que la interacción con los lectores sea mayor de lo que tradicionalmente era.

9.4. Recapitulación de las reflexiones generales

Mientras la edición tradicional mantiene esquemas claros de producción y papeles claramente determinados para quienes se acercan a sus publicaciones, en lo electrónico estas relaciones están cambiando. El *autor*, por ejemplo, observa en su trabajo un movimiento de personas que están prestas a ver, opinar, e incluso a intervenir sobre su trabajo, si así lo desea. De esta manera, lo interesante está en la cantidad de productos que pueden derivarse de las formas en que se vinculan autor y lectores/coautores con sus obras y la flexibilización en las maneras en que cada instancia se relaciona con éstas. Si bien habíamos mencionado a la sobreabundancia como una de las características que dificultaban encontrar información relevante, también se puede ver esta como una oportunidad para el patrimonio cultural. Éste se puede multiplicar con la cantidad de obras que existen hoy.

En este capítulo hemos mencionado a las obras colectivas como un componente importante en el discurso público, pues podrían llegar a considerarse como los cantares de gesta del presente, dada su construcción por múltiples autores. El trabajo del librero y el crítico, como vehículos que llevan los textos hacia los lectores y que, en muchos casos, son punto de convergencia entre lectores, autores y editores, también han visto sus labores reflejadas en la vida digital. Hemos dado el ejemplo de dos proyectos colombianos que, desde plataformas virtuales, llevan a cabo labores de creación, edición y comercialización de publicaciones.

10. CONCLUSIONES

Durante la realización de este trabajo se presentaron varios cuestionamientos acerca de las implicaciones que tiene la aplicación de herramientas digitales dentro de la vida de los textos. Las preguntas llevaron a la búsqueda de referentes teóricos y prácticos y, posteriormente, a evidencias. Desde los cuestionamientos sobre si realmente existía un cambio de soporte o si sólo se trataba del surgimiento de tecnologías diferentes, hasta la certeza de la separación de dos mercados con dos públicos con preferencias diferentes - aunque con coincidencias innegables-, se han recogido testimonios suficientes para reconocer el impacto real del tema que nos concierne.

10.1. Las implicaciones sociales:

El poder del texto en las sociedades es evidente. Vivimos en una cultura en la que lo escrito ha venido legitimando su valor como instrumento de autoridad. Se reafirma una vieja costumbre de pensar que lo que no se escribe se pierde. Así, hemos visto cómo se escribe la ley, cómo se monopoliza el conocimiento a través de la restricción del acceso a los textos y a las posibilidades de interactuar con él; cómo se pluraliza con la posibilidad de desarrollar las habilidades necesarias para entenderlo, y cómo se enriquece la diversidad de posiciones cuando se puede no sólo acceder, sino también producir y divulgar.

Las facilidades para publicar en medios digitales han abierto otras posibilidades para que las personas comunes inserten sus voces propias al discurso colectivo y las pongan a circular. De la individualidad del pensamiento se puede pasar a la colectividad en la acción con un par de clics. Las plataformas que ofrecen servicios de publicación han puesto el poder de la palabra en manos de las personas con acceso a la tecnología. Así, estamos pasando a un mundo en el que no se construye una sola versión hegemónica de los valores importantes para una sociedad determinada, sino una enorme cantidad de historias contadas por personas de diferentes orígenes y condiciones.

10.2. Las implicaciones de mercado

Internet no sólo ha servido para la publicación gratuita de información. También ha legitimado su lugar como plaza para el intercambio comercial de bienes y servicios. Los

libros y textos de diversa índole no escapan de esta situación, a través del ofrecimiento de servicios que van desde la simple compra-venta, hasta la impresión, diagramación, diseño y digitalización. Mediante el desplazamiento de estas actividades a medios electrónicos varias empresas han surgido y se consolidan. Desde el gigante Amazon, hasta empresas colombianas que comercian con libros de investigación y académicos, como Lalibriadelau.com, están abarcando un mercado que les permite desempeñarse desde su lugar propio en la virtualidad para permear la realidad.

10.3. Las implicaciones en el mundo del editor

Ya hemos mencionado implicaciones que, dadas las nuevas formas de producción y circulación de textos, ponen en condiciones diferentes a autores, librereros y lectores. A partir de estas evidencias, pasamos al editor, figura que desde el principio consideramos como centro de nuestra investigación. Nos atrevemos a considerar que para el editor de hoy, es necesario el desarrollo de las siguientes habilidades:

Sensibilidad para reconocer talentos: El editor vertical tenía una posibilidad. Se sentaba y esperaba a los manuscritos que llegaban a él y los desechara o seleccionaba, según su propio criterio. Así, el flujo de opciones provenía de una sola dirección. Hoy, un editor transversal es aquel capaz de desarrollar la sensibilidad y estrategias de llegar a aquellos autores que tienen una posición en la clandestinidad digital, para publicarlos en impresos o ponerlos en consideración.

Esta estrategia le ofrece la posibilidad de realimentar el discurso cultural con el surgimiento de voces nuevas, de resaltar a una persona común que estaba moviendo una cierta cantidad de lectores, pero también tiene un componente estratégico importante: estudiar el tráfico de un blog, así como los niveles de participación de los lectores, podrían ser indicadores claros del éxito o fracaso en caso de llevarlo a formato físico. Esto requiere un desarrollo más profundo de la capacidad para escuchar y leer, así como la sensibilidad de darle al público un autor con el que sienta identificación.

Entrar en contacto con el público: Casos como The Daily Monster³⁴ muestran cómo el

34 Ver Corpus

éxito de un proyecto editorial puede partir de una interacción con los lectores. Se trata de casos en los que el público interactúa y está en posición de ser un co-autor potencial de la obra. Las comunidades en torno a un objeto de publicación escapan de la lógica del afán por crear un deseo consumista, pues giran en torno a una lógica diferente: la de la participación y el contacto entre muchas personas. El trabajo del editor está en la creación del espacio y en la posterior edición de los contenidos.

Ser capaz de moverse de medios: Para aprovechar las herramientas digitales no es necesario que éstas sean el mecanismo esencial, el motor y centro de la actividad empresarial. Por el contrario, una editorial puede valerse de internet para hacer presencia y dirigirse al público que hace uso de esa herramienta. Así, no sólo pueden promocionar sus impresos y autores, sino desarrollar contenidos propios para este medio y dando la posibilidad de acceder a previsualizaciones, creando algo así como un brazo digital que actúe como un mecanismo de atracción. Entonces, un lector digital que se vea interesado por los contenidos de una página de internet de una editorial, podría dirigirse a los impresos como objetos de satisfacción.

Usar los medios multimedia: Como ya lo hemos mencionado, el soporte digital permite la publicación de contenido en diversos formatos, ya sea audio, video, imagen, entre otros. Esta ventaja multimedial puede ser una herramienta clave para la promoción de un título o un autor, la creación de un hipermedia, el complemento del contenido de un texto, una zona para la interacción entre lectores, escritores entre otros. Un ejemplo es bazucobazuco.com un centro de medios en Internet que cuenta con televisión, radio, e impresos con contenidos similares, cada medio promociona al otro. Sin embargo, el objetivo que se encuentra detrás de este proyecto, es la promoción de la obra de un artista colombiano.

Tener un objetivo claro y apuntarle a algo específico: Un editor adaptado a las tecnologías digitales debe tener claridad en sus objetivos. De esta manera sabrá qué herramienta debe aprovechar y el uso que le dará a cada una para alcanzar metas específicas. De esta manera, si quiere imprimir a autores desconocidos se puede dedicar a buscar y conocer en plataformas de bloggers, profundizar en sus actualizaciones mediante la inscripción a RSS

(sistemas de retroalimentación automática de publicación de contenidos), invirtiendo el direccionamiento de los textos: en estos casos no es el autor quien sale a buscar al editor, sino éste quien constantemente en búsqueda. Además los textos, cada vez que se publiquen se dirigen automáticamente al editor.

En otras palabras, el editor de hoy debe ser flexible, hacer presencia en cada lugar en el que pueda aportar algo, moverse de la línea vertical como sujeto autoritario de toma de decisiones y dar lugar a los ciclos que retroalimentan la lógica de las publicaciones. Debe ser capaz de acomodarse, debe ser escucha, pulsabotones, autor, co-autor, empresario, lector, crítico. Debe adoptar las múltiples caras que representan un reto para la vida de los textos; tener la versatilidad necesaria para asumir posiciones que antes no le eran propias. Debe reforzar sus criterios, tener una opinión fuerte; ser una guía, para lo que necesita aprender a leer los signos de los tiempos.

11. BIBLIOGRAFÍA

Anderson, C. (2008) "The long tail", disponible en <http://www.changethis.com/pdf/10.01.LongTail.pdf>, recuperado 10 de mayo de 2008 (Nuestra traducción)

Briggs, A. y Burke, P. (2002) *De Gutenberg a internet: una historia social de los medios de comunicación*, Madrid: Santillana, Taurus.

Chartier, R. (2001) "El futuro del libro y el libro del futuro". Cuadernos sobre cultura escrita.

Comunidad Andina, Comisión del acuerdo de Cartagena (1993), "Decisión 351, Régimen común en derechos de autor y derechos conexos", en *Derecho de autor y derechos conexos en Colombia*, Convenio antipiratería para Colombia.

Deleuze, G. y Guattari, F., (1996) "Aparato de captura" en *Mil mesetas*, Ed. Pretextos,

De Certeau, M. (2000), *La invención de lo cotidiano*, México D.F., Universidad Iberoamericana.

Durand, J.M. (1977), *L'Espace et la Lettre*, París, Union Générale d'Édition.

Epstein, J., (2001), "La industria del libro. Pasado, presente y futuro de la edición".

Foucault, M. (1976) *Vigilar y castiga: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires. Siglo XXI editores.

Frenk, M., (1982), "'Lectores y oidores'. La difusión oral de la literatura en el Siglo de Oro", en Bellini, G. (editor) *Actas del Séptimo Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas*, Roma, Bulzoni.

Giddens, A. (1995) *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona, Ediciones Península

Lévy, P. (1998), *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Lyotard, J.F. (1994), *La condición postmoderna*, Madrid, Ediciones Cátedra, S.A.

Manguel, A. (1998) Una historia de la lectura. Madrid: *Alianza Editorial*.

Nelson, T. (1992), *Literary machines 91.1, the report on, and of, project xanadu concerning word processing, electronic publishing, hypertext, thinkertoys, tomorrow's intellectual revolution, and certain other topics including knowledge, education and freedom*, Sausalito CA, Mindful press.

Piscitelli, A. (2005), *Internet, la imprenta del siglo XXI*, Barcelona, Editorial Gedisa, S.A.

Rodriguez de las Heras, A. Seminario de Escritura creativa y creatividad en su enseñanza.

Saenger, P., (1998), “La lectura en los últimos siglos de la edad media”, en Bravo, J. (editor) *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus.

Tercero, J.B., (1996) *Sociedad digital, del homo sapiens al homo digitalis*, Madrid, Alianza Editorial, S.A.

Zaid, G., (2001) “Los demasiados libros”. Anagrama.