



Es fácil decir que la edición de libros está en crisis. Pero no lo es tanto decir en qué consiste esa crisis. Un libro que comenzará a circular este mes, escrito por quien impartirá el seminario “El libro electrónico y sus lectores” con una charla sobre qué hace hoy un editor digital, plantea una valiosa, omnicomprendensiva “teoría de la edición”, con la que se entienden mejor esa crisis y sus posibles soluciones

ARTÍCULO

Reinventar la edición

JESÚS R. ANAYA ROSIQUE

[1] En este azaroso e imprevisible tránsito que viven en la actualidad soportes y maneras de leer los libros, es innegable que el entorno digital es “la más grande transformación de la transmisión de la palabra escrita desde Gutenberg. El paradigma de la comunicación experimenta el mayor cambio histórico (y eso que aún estamos en la fase inicial de la tecnología digital). En este contexto, ¿qué es un libro y qué significa publicar?”

Cuando Bhaskar pregunta lo anterior, se propone construir una “teoría de la edición”, necesaria para entender el desafío digital (una innovación “disruptiva” que ha erosionado la cadena de valor y los desgastados modelos de negocios). En consecuencia, los editores “quedaron atrapados en una carrera para no rezagarse y manejar el cambio”.

En 1980, el crítico literario John Sutherland definió nuestra comprensión de la edición como “un agujero en el centro de la sociología de la literatura”. Hoy, el estudio de los libros y de la edición se ha convertido en un campo del conocimiento aceptado en el paisaje académico.

El editor estadounidense Mike Shatzkin sostiene que “tratar de explicar la edición sigue siendo un

gran reto”. Este excepcional libro de Bhaskar es, sin duda, un estudio interdisciplinario y sinérgico. “Mi posición es la de un investigador y un practicante de la edición digital. El futuro de la edición es uno de los temas centrales.”

Bhaskar se ha sumergido en las investigaciones publicadas los últimos 50 años para construir una “teoría de la edición”, levantada sobre una impresionante base bibliohemerográfica: unos 225 libros y artículos más otros 110 textos consultados en internet. Ha revisado los títulos más significativos acerca de la historia de la edición, los estudios teóricos sobre este naciente campo del conocimiento (*Publishing Studies*) y otros textos clásicos sobre la comunicación: desde la invención de Gutenberg (con miradas retrospectivas a la edición en China y Japón), siguiendo sus peripecias en los siglos sucesivos hasta los retos actuales de la edición digital.

[2] La edición es un arduo modo de producción. Tiene que ver con juicios, gustos y razones, y emplea un considerable uso de recursos de distinta índole. El autor señala: “necesitamos ir más allá de lo anecdótico, de la propaganda industrial y de defi-

niciones artesanales para entender en verdad lo que significa *publicar* y por qué era ya un problema *antes* de la tecnología digital”.

A través de la descripción del funcionamiento de una editorial tipo, Bhaskar reconstruye el itinerario que lleva al “manuscrito” de un autor hasta los ojos del público lector para fundamentar por qué es necesaria una teoría de la edición. “Los editores no tienen dudas filosóficas, sencillamente hacen su trabajo [...] pero la ausencia de definición los deja muy expuestos a los caprichos de la historia y la tecnología.”

[3] Bhaskar examina algunos conceptos que identifica como esenciales para su argumentación: *el problema de la edición* (casos históricos; medios de edición); *el desafío digital* (origen de la edición digital y cambios en el contenido; efectos de la red: centralización y fragmentación; desintermediación; derechos de autor); *cómo funciona el contenido* (de contenedores a marcos y de motivaciones a modelos); *el sistema editorial* (teoría de la edición y circuito de comunicación; filtrado y amplificación); *modelos* (¿con o sin fines de lucro?; cuatro enciclope-

dias: sus modelos; riesgo, racionalidad, diversidad); *abordar problemas, enfrentar desafíos* (conformación de mercados; *open access*; el nuevo editor).

[4] El autor indica que antes que predomine lo digital necesitamos una gran “teoría del campo unificado” de la edición (Bourdieu) y explora los diversos significados que ha tenido la palabra “publicar” para concluir que su historia es la de un concepto “proteico”, que no responde algunas cuestiones fundamentales.

Para desmontar los mitos acerca de la edición, Bhaskar establece un método que revela su “modularidad” y la identificación de los elementos claves e intercambiables de su cadena de valor. Si aceptamos esta tesis, esto es, que la edición ha sido históricamente “un surtido contingente de funciones entrelazadas”, ¿podríamos concluir que es un ejercicio de gestión dependiente del contenido? “Los editores serían los supervisores de un proceso creador de productos culturales que entran al ámbito público; si rompemos el proceso tradicional del libro (de la fabricación del papel y la edición a su distribución), la edición es simplemente el origen o el control de la *influencia*: los editores son gestores, coordinadores o catalizadores.”

¿Qué destaca en este análisis?: “el contenido, la construcción del mercado, el volver público algo y un elemento de riesgo, sobre todo financiero. Cualquier teoría de la edición tiene que conectar estos puntos, todos los cuales abarcan su historia y sus diferentes formas, definiciones y posibilidades”.

El centro de la argumentación de Bhaskar elabora una teoría de la edición que descansa en cuatro conceptos clave: *marcos* (o estructuras) y *modelos*, *filtrado* y *amplificación*, que integran una verdadera “máquina de contenido”: la edición no puede divorciarse del contenido. La conclusión es que “una teoría de la edición surge de una teoría del contenido y ahí es donde aparecen las estructuras y los modelos. El contenido está estructurado —empaquetado para su distribución y presentado a un público— de acuerdo a un modelo. Pero el verdadero núcleo de la edición descansa en el filtrado y la amplificación. Editar tiene que ver con seleccionar. El proceso completo de estructuración está diseñado realmente para amplificar los textos”.

El cambio en la construcción del mercado, la creciente aparición de nuevos modelos de propiedad intelectual, la idea de la curaduría y las estrategias de la *web* se exploran como “respuestas posibles al desafío de las redes digitales”.

[5] Según Bhaskar, una teoría de la edición debe considerar lo siguiente: “el carácter público e institucional de la edición, un acto de mediación; las perspectivas históricas divergentes; las formas divergentes de los medios de publicación; aspectos como el riesgo (financiero), la relación con el contenido y la conformación del mercado; la historia de la edición y cómo influye hoy en su vinculación con el entorno digital”.

[6] Lo más visible de la revolución digital para los editores de libros ha sido la aparición de los libros electrónicos. Como ha señalado Thompson, el *ebook* es sólo la culminación de los cambios en el medio editorial desde la década de 1980 y todavía es un eco de los estándares que prevalecen en los libros impresos. “La única diferencia es su inmaterialidad.”

La entrada del DTP prueba que la “digitalización” y la desmaterialización solas han sido incapaces de “transformar” la edición. Más bien lo que ha sido clave es el crecimiento de las redes digitales, que según describe Castells al estudiar el surgimiento de la “sociedad en red”, originan nuevas formas culturales y alteran nuestras comunicaciones. Las redes tienen que ver con “conexiones, transferencia de datos, vínculos, trayectorias y *webs* de contacto”. Un *ebook* sin redes, sin canales de distribución, es escasamente más radical que un libro impreso. Un *ebook* en la *web* abierta tiene una capacidad casi infinita de ser copiado y compartido instantáneamente alrededor del mundo. Castells sostiene que “las redes no sólo reorganizan la distribución del contenido, sino también al propio contenido y a la vez a nosotros mismos”.

[7] Para entender el desafío digital es necesario descubrir los efectos de internet (“la red de las redes”) y cómo ha modificado la edición. “Consideremos primero cómo está cambiando el contenido. En un mundo de nuevos medios convergentes, no tiene mucho sentido simplemente imprimir libros. El texto digital se comporta de otra manera. Los hipervínculos son un ejemplo (¿qué es internet sino un *docuverso* intervinculado y fragmentado en unidades conocidas como sitios *web*?). Internet y los hipervínculos crean un océano interminable de contenido.” La perspectiva es la de “un acceso gratuito o de precios bajos, autoría en colaboración, proliferación textual y conectividad total en relación con el *docuverso*. Quizá seamos testigos del principio del fin de la ‘fijación tipográfica’, base sobre la cual se construyeron el conocimiento y las leyes modernas, y podría decirse que la civilización. Esto tiene sus desventajas. ¿Cómo pueden los editores trabajar con este gran nudo de contenido? ¿Cuál es hoy su función? Frente a un escenario así, no son los tradicionales proveedores de contenido los que prosperan, sino criaturas de la red, listas para trabajar con los fundamentos de los medios digitales”.

[8] Sin marcos ni modelos, “tenemos una explicación insuficiente del contenido [...] ambos no sólo son útiles para entenderlo, son esenciales para entender la edición”.

A la larga, los cambios del contenido que analiza Bhaskar pueden ser los más profundos de todos. “Cambiar el contenido representa un desafío para los editores... El filtrado y la amplificación son dúctiles a propósito [...] A finales del siglo xx se suponía que la industria editorial cambiaba de una orientación al producto a una orientación al mercado, de un ambiente de diferenciación de productos a uno de segmentación de mercados. En esencia, la edición se desplazó de impulsarse por la oferta a hacerlo por la demanda y alrededor de si históricamente ha sido una industria de productos o una de servicios”.

[9] La edición lucha con las redes digitales en varios frentes. “La estructura abierta y la tendencia hacia la convergencia alteran el contenido y los marcos. A su vez, esto abre posibilidades para la desintermediación conforme los agentes (nuevos y antiguos) expulsan a los editores de la cadena de valor en la cual alguna vez fueron pieza central. Por último, la tecnología digital tiene implicaciones problemáticas para el modelo de propiedad intelectual que respaldó a la edición durante 250 años. Una descripción profunda nos permite recalibrar este desafío. El lenguaje del contenido, marcos y modelos, filtrado y amplificación, tan sólo nos brindan una nueva perspectiva.”

Uno de los problemas con el análisis de la edición digital “es su acotado horizonte temporal, establecido por presupuestos, programas editoriales, lanzamiento de iniciativas y de tecnología para el consumo. Dos, cinco o incluso diez años son muy pocos para pensar en las implicaciones reales de la edición digital, que, como cualquier otro medio nuevo, tardará mucho tiempo en manifestarse en su totalidad, e incluso entonces no dejará de cambiar. Reconozco también que la respuesta de la edición ha sido en general firme. Los flujos de ingresos y los negocios no se han colapsado. Las editoriales no han esquivado las innovaciones, los planes ni las cuestiones difíciles”.

Este análisis sugiere que, para lograr que los editores prosperen en el contexto digital, “necesitan encontrar modelos que funcionen y compitan con la nueva clase de enmarcado y amplificación”.

[10] En el centro de la cuestión del *Open Access* hay una pregunta sencilla: “¿lo gratuito es un modelo de negocios viable? Para los editores académicos se ha convertido en un horizonte de supervivencia. Y el modelo se expande más allá de la academia y la tecnología”.

Tratar con la industria, “es una pérdida de tiempo cuando se dispone ya con facilidad de todas las herramientas para llegar a los consumidores directamente. Si la conformación del mercado tiene que ver con un cambio en la amplificación, y el *Open Access* es un cambio de los modelos

propios de la edición, ¿qué pasa con el filtrado? Internet ha incrementado la necesidad de filtrar. El punto medio es la *curaduría*, el cuidado del contenido. El filtrado se desplaza poco a poco de un énfasis en la selección a uno en la curaduría. Grandes empresas de tecnología asignan cada vez más recursos a resolver los problemas implicados. Más aún, las competencias editoriales [...] Mi corazonada es que la curaduría será una de las grandes ideas del siglo XXI, para llegar y transformar amplias franjas de la economía, con la edición en primer plano”, afirma Bhaskar.

[11] Sólo mediante la experimentación los editores “alteran el conjunto de modelo, filtrado, marco y amplificación [...] el desplazamiento al acceso y las preguntas sobre un modelo funcional entre medios distintos: cómo emplear el valor de la atención al igual que otros medios digitales, cómo desplazarse a los servicios en lugar de fabricar productos, cómo reinventar el proceso editorial en torno al lector. Sabemos que así están evolucionando las áreas básicas de la edición en un contexto digital. Sólo que ignoramos dónde acabará esto...”. Queda claro que “antes de resolver las apetecibles preguntas estratégicas y de negocios, los editores deben redefinir su misión, su papel y su identidad”. Bhaskar cita un estudio de Hachette que enfatiza en tres rasgos: “los editores son cuidadores de contenido, capitalistas de riesgo y especialistas en distribución”.

[12] Bhaskar reitera que “el desafío digital es real. Mi preocupación no son las actividades cotidianas de los editores, sino las amplias narrativas de la historia y la teoría de la edición. ¿Hay una realidad alterna para la edición digital? Ya mencioné la naturaleza superpuesta de la desintermediación y que el libro impreso *no* va a desaparecer”.

[13] En el capítulo final, el autor reitera: “por supuesto, la edición no es sólo un problema intelectual; es sobre todo uno práctico: cómo vender, producir, distribuir —enmarcar y amplificar— *contenido* de acuerdo con modelos seleccionados de antemano. No obstante, conforme se abren rutas digitales e internet se vuelve una plataforma editorial democrática, se fusionan los problemas prácticos e intelectuales. Para ser un editor digital exitoso es necesario entender primero sus implicaciones”. Y subraya: “la edición sigue creando nuestra esfera pública, nuestros modos de discurso. Ha sido una función social esencial, una de las claves de la civilización: ha apuntalado nuestra ciencia y cultura por siglos. Delimita el sistema intelectual de una sociedad, al abarcar sus librerías, universidades, bibliotecas, escuelas, periódicos, medios electrónicos, pasatiempos y negocios. Lo que suceda con la edición de verdad importa, pues en parte define quiénes somos, lo que sabemos y podemos saber, lo que se piensa, se escribe, se lee y se hace... La edición es la máquina de contenido en la medida en que unas cuantas operaciones sencillas bastan para constituir el acto de publicación. Es una máquina social”.

Y concluye: “eso es lo que debemos hacer: *reinventar la edición*, qué es, qué significa, cómo funciona. La pregunta real es *quién* efectuará esta reinención: ¿los editores mismos o las redes fuera de su control? El tiempo lo dirá”. ◀

Los fragmentos citados proceden La máquina de contenido. Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital, *que se pone en circulación este mes*.

Jesús R. Anaya Rosique es editor, traductor e investigador de la cultura del libro. Ha organizado e impartido cursos para editores y libreros en México, Colombia, Chile y Guatemala. Desde 2009 es profesor en la Academia de Creación Literaria de la UACM.



LA MÁQUINA DE CONTENIDO

Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital

MICHAEL BHASKAR

LIBROS
SOBRE LIBROS
Traducción de
Ricardo Rubio
1ª ed. 2014; 276 pp.
978 607 16 2215 0