

Edición y cambios en la cultura digital

Juan Ignacio Visentín / Universidad de Buenos Aires/Universidad Nacional de La Plata

Resumen

El advenimiento de la imprenta modificó para siempre las reglas de la tradición oral, y la era digital hizo lo propio con la cultura impresa-letrada. En este contexto histórico-social, la pregunta para considerar es en qué medida la cultura digital de los lectores interfiere con el consumo de un texto, reconfigurándolo hasta casi “desnaturalizarlo”.

Modificaciones en el mercado editorial

Hasta hace apenas un par de décadas, el mercado editorial era relativamente estable: el objeto transaccional ofertado partía de un autor que acercaba un original al editor para que pusiera en marcha todo un proceso editorial de correcciones, diseños, paginaciones, revisiones, pruebas —entre otras tareas— a fines de imprimirlo en papel y distribuirlo finalmente a librerías que lo vendieran al público lector.

Desde hace algunos años, este proceso descrito se ha visto transformado. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han revolucionado todos los negocios y mercados, y el mundo editorial no es la excepción. Son tan significativos los cambios dados que hacen necesario replantearse la propia idea de lo que es un libro.

Visiblemente, en la actualidad, el objeto editado ya no es exclusivamente un libro en papel (*analógico*), ya que también se ha comenzado a editar *electrónicamente*. Los soportes electrónicos/digitales están en pleno crecimiento. Según datos de la Cámara Argentina del Libro, los títulos editados en soporte papel en 2002 representaban el 95 % del total, mientras que solamente el 5 % correspondía a ediciones en soportes electrónicos/digitales. No obstante, la tendencia de estos últimos ha ido en aumento: hacia 2012, las ediciones en soportes digitales correspondían al 20 % del material nuevo editado.

Pues bien, aunque el objeto editado bajo los soportes analógico y digital tiende a ser el mismo, aparecen entre ellos una serie de diferencias que se ponen en tensión cuando se gestiona y administra una editorial, por ejemplo, el proceso de fijación del

precio de venta al público (PVP), la determinación —o acuerdo— de porcentajes de derechos de autor y la negociación del descuento comercial con las librerías.

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, el PVP de un *e-book* suele representar el 70 % del valor del libro en papel. Gran parte de esa reducción está dada, se entiende, por no contar con los costos de impresión, así como por la disminución —o eliminación— de los costos de distribución. De este modo, tanto el autor como la librería pueden obtener mayores porcentajes en relación con el precio de venta.

Soporte		
	Papel	Electrónico/Digital
Edición	80 %	20 %
PVP	\$120	\$70/\$80
Autor	10 %	20 %
Editor	30 %	35 %
Distribución	20 %	0 %
Librería	40 %	45 %
Impuestos	No	IVA + IIBB
Peso	600 g (400 pp.)	160-250 g (6 in)

Fuente: Elaboración propia

Principios de los nuevos medios

Pero ¿es lo mismo un libro en papel que un *e-book*? Claramente, lo analógico y lo digital presentan lógicas diferentes y, dado que los medios digitales son relativamente nuevos, debemos conocer cuáles son sus principios y características. Para ello, tomaremos primero dos de los principios señalados y desarrollados por Lev Manovich (2006):

—*Representación numérica*: Todo objeto, ya sea creado digitalmente o digitalizado, se compone de (representa) un código digital. Esto implica, por un lado, que cada objeto se escribe/describe formalmente en términos matemáticos (en “ceros” y “unos”),

mientras que, por otro lado, la matematización del objeto lo torna manipulable (y, principalmente, programable) algorítmicamente.

—*Modularidad*: Esta característica refiere a la estructura fractal de los nuevos medios, lo que implica que los diferentes “objetos” que los componen pueden reagruparse o recombinarse sin perder identidad. A partir de este principio, podemos pensar en la clara separación entre el contenido y el continente, o bien, específicamente, entre el texto y el paratexto de un libro. En el mundo digital, por ejemplo, pueden compilarse diferentes textos de manera rápida y sin necesidad de extraer las hojas de un libro, mientras que el “original” del objeto en cuestión permanece intacto.

Los dos principios señalados dan lugar a la existencia de otros tres:

—*Automatización*: Este principio nos indica que los nuevos medios son capaces de suplantar la intencionalidad humana en lo que a creación, manipulación y acceso se refiere. Posibilitan que los contenidos se autogeneren o autoenvíen al usuario/lector (en función de parámetros preestablecidos), sin la compilación —o siquiera procuración— previa de materiales.

—*Variabilidad*: Debido a que el objeto digital se almacena en bases de datos, esto da lugar a que pueda ser “abierto” y traspasable a diferentes formatos. De esta manera, en lugar de copias iguales, podemos tener distintas versiones/visualizaciones del objeto originalmente dado. Este principio toma mayor importancia cuanto mayor es la cantidad de soportes a disposición del público lector, y se debe prever que un mismo contenido pueda ser no solo abierto en cualquiera de aquellos soportes, sino que no pierda legibilidad o parte de ese contenido (por ejemplo, las imágenes de un *e-book* deben visualizarse correctamente tanto en un lector de *e-books* como en un teléfono móvil).

—*Transcodificación cultural*: Según el propio Manovich, este principio muestra la consecuencia fundamental de los nuevos medios. Si bien actualmente la lectura con un lector digital es similar a la lectura de un libro impreso —como lo es ver una imagen en una pantalla tal como la vemos en una fotografía—, ahora tanto el libro como la imagen son dos archivos digitales cuyas características “pertenecen a la cosmogonía propia del ordenador y no de la cultura humana” (Manovich, 2006). Por tanto, la capa cultural del objeto queda supeditada a la capa informática.

En síntesis, el conocimiento de los principios de los nuevos medios permite analizar y poner en perspectiva el proceso editorial en general y al objeto editorial en particular. De este modo, no solo los procesos involucrados en la edición de un libro se ven transformados, sino que principalmente este ve afectada su misma “naturaleza”, lo cual nos lleva preguntarnos si la propia definición acerca de qué es un libro se mantiene igual que décadas atrás. Este tema, claro está, es el centro de un debate permanente, y se retomará más adelante.

Leyes de los medios

Entonces, ¿qué es un medio? Según Marshall McLuhan (1997), los medios son “prolongaciones de alguna facultad humana, psíquica o física”. Por ello, se puede afirmar que, al cambiar el medio, modificamos nuestra manera de percibir el mundo: los nuevos medios nos brindan —y determinan— una nueva manera de comprensión de la realidad. Retomando a McLuhan:

... los medios nos vapulean minuciosamente. Son tan penetrantes en sus consecuencias personales, políticas, económicas, estéticas y sociales que no dejan parte alguna de nuestra persona intacta, inalterada, sin modificar (McLuhan, 1997).

Fue precisamente este autor quien investigó y estableció las cuatro leyes que rigen de manera simultánea para todo medio y nos permiten analizarlos:

—*Extensión*: La primera ley hace posible determinar qué es lo que el medio aumenta, intensifica o hace posible para un usuario. El libro electrónico, por ejemplo, aumenta la capacidad de lectura y de memoria, debido a la posibilidad de almacenar cientos o miles de libros en un soporte de menor tamaño que un libro impreso.

—*Caducidad*: La segunda ley reflexiona sobre lo que el (nuevo) medio ha tornado obsoleto. Siguiendo el ejemplo del constante incremento de la capacidad de almacenaje del libro electrónico, esta propiedad torna obsoleto al libro en papel, incluso por razones de comodidad al momento de transportar el contenido en cuestión.

—*Recuperación*: La tercera ley nos explica que los viejos medios no son descartados por completo, sino que hay algún trasfondo que es recuperado en los nuevos medios: algo de lo “viejo” sigue vigente en lo “nuevo”. Los *e-books*, si bien son digitales y se ven en pantallas electrónicas, mantienen las paginaciones de manera análoga a un libro en papel; incluso hay soportes digitales que simulan el pasaje de cada página como si fuese una hoja de papel.

—*Inversión*: La cuarta ley advierte acerca del potencial del nuevo medio instaurado: si es llevado al límite, el propio medio tenderá a revertir su capacidad (extensión), que originalmente aumentaba. Siguiendo con el mismo ejemplo: un libro electrónico puede ser visualizado en soportes multifunción —como una computadora o un lector de libros electrónicos—, que habilitan la distracción del usuario/lector con los otros servicios a su alcance —recibir correos electrónicos, escuchar música, entre otros—.

Cambios en el mundo editorial

Los nuevos medios han producido grandes transformaciones dentro del mundo y el proceso editorial. Actualmente, no solo se debate acerca de los soportes de transmisión de los contenidos, sino que también se ponen en discusión otras nociones fundamentales, como las que refieren a la autoría o estabilidad de un texto. Analicemos estas cuestiones:

—*Autor*: El advenimiento de la imprenta de tipos móviles no solo masificó la impresión y difusión de libros, sino que a su vez dio sentido a la idea de *autor*:

La invención de la imprenta suprimió el anonimato, estimulando ideas de fama literaria y el hábito de considerar el esfuerzo intelectual como propiedad privada (McLuhan, 1967).

Las leyes que velan por los derechos de propiedad intelectual no se han actualizado al ritmo de las transformaciones en la tecnología y los medios. De alguna manera, la velocidad del cambio hace cada vez más utópica la posibilidad de contar con una legislación actualizada. No obstante —como se ha señalado— los nuevos medios ponen en duda la propia idea acerca de quién es el autor de un texto, ya que la sola posibilidad de comentar y ampliar un determinado contenido nos permite pensar que el autor ya no sería uno solo, sino que tendría coautores que enriquecen el texto original.

—*Estabilidad*: Casi en simultáneo al replanteo de la idea de *autor*, se puede también poner en discusión la cuestión de la estabilidad de un texto, ya que es muy común su modificación a partir del aporte de otros autores, por ejemplo, en plataformas o redes sociales. A su vez, el formato digital da lugar al fácil fraccionamiento del propio objeto editorial, lo cual permite también la venta por separado de sus distintas partes. La “inestabilidad” actual del libro invita —más bien, obliga— a pensar en nuevos modelos de negocio que permitan la sustentabilidad del emprendimiento editorial: desde vender capítulos o partes de un libro por separado, regalar actualizaciones en una edición electrónica —ya sea para fomentar o complementar la compra del libro en papel—, crear una comunidad de usuarios que opinen sobre los aspectos, rumbos o finales alternativos de un libro, etcétera. Por tanto, el contenido editado en un principio —sobre todo en libros técnicos— difícilmente es inmutable, sino que se modifica.

—*Transmisión*: Volvemos aquí a la idea de la alteración del soporte de transmisión de los contenidos. Durante 500 años, el libro solo se imprimió en papel y, si se daban una serie de condiciones —que el papel no se mojara ni se quemara, por ejemplo—, podía “transmitirse” de generación en generación. Además, cada libro era “autosuficiente”, es decir, no precisaba de energía externa para funcionar, como sí la precisan los dispositivos electrónicos actuales. Por otra parte, aunque estos soportes son más potentes y rápidos que el libro tradicional, aún no puede saberse si serán funcionales en 500 años.

La otra cuestión importante está relacionada a la disponibilidad del texto para los lectores: mientras que el libro en papel es poseído privativamente por una sola persona —quien lo compra o lo recibe en préstamo—, las ediciones digitales pueden estar accesibles de manera simultánea —legalmente o no— para una enorme cantidad de público en Internet. De este modo, el esquema de propiedad privada se dirige hacia otro esquema de acceso abierto.

Desafíos por enfrentar

A partir de la irrupción de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, los cambios acaecidos dentro del ámbito editorial crean nuevos retos que debemos

considerar, para superarlos y garantizar así la sustentabilidad de los emprendimientos. Entre estos retos podemos mencionar:

—*Acceso ilimitado/limitado*: Se ha hablado mucho acerca de la posibilidad de acceder a todo tipo de información en tiempo real —ya sea de libros, diarios, blogs, etcétera— con contenidos pagos, gratis o “pirateados”, pero siempre con excelente disponibilidad para el usuario. Pero como contraste a ese acceso ilimitado al contenido, tenemos un acceso limitado a los *gadgets* o dispositivos, es decir, no todos tienen acceso a los mismos equipos tecnológicos, ni siquiera a los más económicos. Este contraste abre una brecha que obliga a pensar si aquel contenido realmente es accesible para todos. La denominada *brecha infocomunicacional* (Ford, 2003) es muy elevada.

—*Lectura enriquecida*: En línea con el reto anterior, la lectura goza de un enriquecimiento notable, dado que el contenido puede ser ya no solo texto e imágenes, sino también tener enlaces a material de audio o video. No obstante, la presencia de dispositivos o soportes más potentes ponen al lector ante una serie de elementos distractivos con los cuales no tenía que lidiar antes. Dicho de otro modo, el deseado enriquecimiento de la lectura puede caer en un mero enriquecimiento del soporte: no aumentaría nuestro acceso y comprensión al contenido en sí mismo, sino que incluso podría verse afectado.

—*Preservación del conocimiento*: A diferencia del soporte papel —en el que, una vez impreso, el contenido queda allí fijado e inmóvil para siempre— los medios electrónicos/digitales permiten editar una y otra vez un mismo original. De alguna manera, la idea misma de *original* puede cuestionarse —de manera análoga a la de *autor*—, ya que un texto está potencialmente en constante evolución, sobre todo los textos técnicos. En sí misma, la actualización del contenido no es ni buena ni mala, aunque sí es preocupante que los cambios que sufre un texto no estén a cargo del autor o del editor original a sabiendas de que, en el mundo digital, el plagio y la copia son más fáciles de realizar. Por tanto, ¿quién controla los contenidos digitales?

—*Obsolescencia y supeditación tecnológica*: La excesiva reflexión sobre los nuevos medios y tecnologías puede hacernos perder el foco y centrarnos más en los “continentes” que en los contenidos. Peor aún, existe el riesgo de supeditar una edición a la tecnología, lo cual podría dar lugar a una rápida obsolescencia del soporte

—que imposibilitaría el acceso al texto— o la supeditación del contenido a la tecnología —que obligaría a que el contenido solo pudiera resultar accesible mediante determinados artefactos—.

Conclusión

El conocimiento de los principios de los nuevos medios permite analizar las posibilidades de acción dentro del proceso editorial en pos de una adaptación a los cambios que han modificado cada una de sus etapas. También es de utilidad la comprensión de las leyes por las cuales se rigen los medios, para determinar cómo la evolución de cada nuevo medio —o soporte— afecta, en última instancia, la práctica lectora.

Tanto la lectura como la escritura son, precisamente, dos instancias en pleno proceso de reconfiguración. Por un lado, ambas prácticas facilitan características de la tradición oral y, por otro, presentan características únicas en lo que a creación o consumo de contenidos se refiere.

Bibliografía

- Cámara Argentina del Libro. 2002. Informes estadísticos de producción editorial. En línea:
<<http://www.camaradellibro.com.ar/index.php/panorama-editorial/estadisticas>>.
- Ford, A. 2003. "El malestar de la brecha digital", en *Democracy and Governancy*. En línea:
<<http://www.comminit.com/democracy-governance/node/149727>>.
- _____. 2005. *Resto del mundo*. Buenos Aires, Norma.
- Lash, S. 2005. *Crítica de la información*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Manovich, L. 2006. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Buenos Aires, Paidós.
- McLuhan, M. 1996. *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.
- _____. 1997. *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*. Barcelona, Paidós.
- Piscitelli, A. 2004. "Las leyes de los medios de McLuhan padre e hijo", en *Filosofitis*. En línea:
<<http://www.filosofitis.com.ar/2004/04/12/las-leyes-de-los-medios-de-mcluhan-padre-e-hijo/>>.
- Scolari, C. 2012. "La evolución del libro (entrando en la galaxia post-gutenberg) (I)", en *Hipermediaciones. Conversaciones sobre la comunicación digital interactiva*. En línea:
<<http://hipermediaciones.com/2012/04/06/evolucion-del-libro/>>.
- Vicente, A., Gozzer, S. 2012. "Nuevos hábitos de lectura, escritura y publicación en la red", en *Anatomía de la edición. Estudios sobre el sector editorial*. En línea:
<<http://www.anatomiadelaedicion.com/wordpress/wp-content/uploads/2012/03/ABACO-68-69-Alberto-Vicente-y-Silvano-Gozzer.pdf>>.

El autor

Juan Ignacio Visentín es licenciado en Administración por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata. Realizó estudios de posgrado en Comunicación en Organizaciones Complejas (Flacso Argentina). Es maestrando en Comunicación e Imagen Institucional (Fundación Walter Benjamin-Universidad CAECE) y trabaja en su tesis sobre diseño de información en la administración pública. Se desempeña como docente de la cátedra de Administración de la Empresa Editorial de la carrera de Edición, en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Cuenta con experiencia profesional en servicios digitales y gestión de contenidos de micrositos. Presenta ponencias en jornadas y congresos sobre distintas disciplinas de las ciencias sociales.

Casanovas, I., Gómez, M. G. y Rico, E. (ed.) (2013). *I Jornadas de Investigación en Edición: itinerarios de la edición en la cultura contemporánea*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. ISBN: 978-987-3617-62-1.