



**AUTOGESTIÓN Y LA CRISIS DEL MODELO EDITORIAL
TRADICIONAL**

IDÓNEA COMUNICACIÓN DE RESULTADOS

ARTURO LEDESMA CUETO

TUTOR: ANTONIO DEL RIVERO HERRERA

LECTORES: SOFÍA DE LA MORA CAMPOS

ALEJANDRO JUAN PINEDA

MDPE
MAESTRÍA EN DISEÑO
Y PRODUCCIÓN EDITORIAL

Junio de 2013

Agradezco la paciente ayuda de Antonio, Sofía y Alejandro.

Sin ellos no me habría sido posible finalizar este trabajo.

A Susa, quien tiene una extraña confianza en mis habilidades.

Contenido

Introducción	9
El paradigma de la edición: las bases del sistema.....	15
La irrupción del autor	16
El principio de autoridad: institucionalización del <i>auctor</i> por medio de la <i>auctoritas</i>	21
El <i>derecho</i> del autor	27
El paradigma editorial en transición	35
La transición hacia lo digital: el libro electrónico.....	35
Pero, ¿qué es el libro electrónico?.....	39
Hacia la ruptura del paradigma.....	42
Contenidos autogestionados y autopublicación.....	51
La sociedad sofisticada.....	54
Los comunicadores sociales (blogs y wikis) y los medios sociales	56
<i>Self-publishing</i> : ¿usted sabe quién es Amanda Hocking?	61
Reflexiones finales.....	71
Referencias.....	77

Introducción

El objeto de estudio de la Maestría en Diseño y Producción Editorial es el libro. Durante este programa educativo hemos estudiado su historia, planeación, producción, su negocio, y sus implicaciones sociales. Por ello tenemos muy claro que el libro se ha instituido en el punto de partida de todo conocimiento durante cientos de años. En él se distribuyen las ideas, el fundamento de nuestra forma de ser, sentir y pensar. No sólo recibimos la educación formal a través del libro; la materialidad del conocimiento es el soporte mismo. Somos lo que leemos, y creemos todo lo que está en los libros. La máxima autoridad educativa y cultural no es un maestro, o una figura física en algún lugar; está dentro de los libros. Raffaele Simone explica que esto se debe al cambio en los «modelos de inteligencia», pues la humanidad desde hace tiempo ha experimentado una transformación en el orden de los sentidos. Vivimos pues en un mundo donde el ojo ha adquirido y conserva una «visión alfanumérica o inteligencia secuencial»,¹ que nos permite adquirir conocimientos de manera lineal: una línea a la vez, una página a la vez, un libro a la vez, una idea a la vez.

Durante los quinientos años posteriores a la aparición de la imprenta de tipos móviles, la producción de libros se ha visto beneficiada por los avances tecnológicos en muchas de sus áreas. Han surgido nuevas máquinas de impresión, nuevos polímeros que permiten mantener unidas las hojas de los ejemplares, e incluso nuevos formatos para imprimir y publicar ideas, como las revistas, los diarios y nuevos formatos de libros. El advenimiento de las tecnologías informáticas propició cambios positivos en la mayoría de las actividades productivas modernas, aunque también ha provocado cambios en los paradigmas vigentes desde hace siglos. La industria editorial es, sin dudas, una de las industrias más antiguas, que aún tiene vigencia debido a su relevancia para la producción cultural, así como por su facilidad para adaptarse a los cambios económicos y sociales que se han sucedido desde la aparición de la imprenta de tipos móviles. La aparición de las computadoras personales benefició a la edición, pues sus diferentes procesos se hicieron más eficientes, al reducirse los tiempos de producción y hasta la cantidad de personal necesario en para la realización de esos procesos.

Por otra parte, en los últimos treinta años la tecnología se ha desarrollado a una tasa más rápida de lo que lo había hecho en cinco siglos, y los procesos de innovación se han acelerado debido a que la miniaturización del cómputo personal y las redes informáticas facilitan que el público en general, el ciudadano común, tenga más acceso a la tecnología y al conocimiento. Hoy en día es

¹ Raffaele Simone, *La tercera fase: formas de saber que estamos perdiendo*, p. 37.

común la aparición de invenciones, en todos los terrenos, no necesariamente desarrolladas por grandes corporaciones o grupos, sino como consecuencia de esfuerzos de particulares. La tendencia hacia la democratización de la innovación propicia la transmisión acelerada de conocimientos, como señala Von Hippel,² y a su vez, acelera también el surgimiento de nuevas tecnologías e ideas.

La informática también ha provocado la aparición de nuevas formas de comunicación que retan la posición del libro como objeto de conocimiento. La red de redes, Internet es, para la mayoría de las personas, una oportunidad de desarrollo, para otros, como los editores en medios convencionales, es otro signo de alarma, pues ven al nuevo medio como una amenaza para el libro.

En vista de estos problemas de la tecnología frente a lo editorial tradicional, hoy es muy común escuchar, en los foros editoriales, las opiniones que van desde los catastrofistas que anuncian la desaparición de la civilización como la conocemos, hasta los que creen que no hay sustituto para los libros, las revistas y los periódicos, y que estos medios impresos sobrevivirán a la actual tormenta, tal y como campearon la crisis provocada por la aparición de la radio y la televisión. De la misma forma se discute al subproducto de la informática conocido como libro electrónico, el cual es objeto de análisis bibliográfico, así como de los más variados prejuicios. Resulta curioso que ese tipo de publicaciones sea conocido como «libro», con apellido «electrónico», un mecanismo de defensa que metaforiza no sólo al producto editorial, al tradicional soporte en papel, sino que trae a la memoria el método de lectura y hasta el usuario o lector del libro impreso, e intenta a la vez evocar una transición para diferenciar a este nuevo producto cultural del anterior soporte en papel. Así pues, se quiere dotar de linealidad a un medio que está construido para ser *hipertextual*.

Este intento de asir lo que debería ser una nueva forma de compartición de contenidos a lo tradicional se refleja también en la implementación del producto. Muchos editores, en un intento de aprovechar la tecnología lo más rápido y con el menor esfuerzo y riesgo posibles, han encontrado como una solución viable el uso de formatos PDF (*Portable Document Format*), obtenidos de sus originales para impresión que, una vez optimizados en cuanto a la resolución y por lo tanto el peso del documento, son usados como un híbrido de original en papel y publicación digital, que comercializan como libro electrónico o *e-book*, cuando en realidad lo que hacen es transferir la responsabilidad de la impresión al usuario. Esos documentos digitales no están hechos

² Eric von Hippel, *Democratizing innovation*, prólogo, pp. 1-5.

para la lectura en pantalla debido a su extensión, por lo que no aprovechan las ventajas del soporte, y fallan en su objetivo de transmisión de conocimiento. No obstante, ya hay una industria que comercializa *e-books* con cierto éxito.

Mientras el debate de si el libro electrónico destruirá o no a la industria editorial continua, el presente trabajo asume que los editores encontrarán maneras de adaptarse temporalmente al cambio, por lo que parece no existir *el problema del libro electrónico*. Sin importar en qué soporte distribuyan contenidos, los editores pueden extender su forma de trabajo a lo largo del tiempo, y aun proveer contenidos para nuevas plataformas, como las *tablets*, mientras aprovechan las estrategias de comercialización creadas por empresas globales de tecnología. Incluso podemos afirmar que los libros tradicionales, impresos en papel, subsistirán mucho tiempo (o para siempre) en las sociedades menos sofisticadas, como la nuestra, por lo que la expectativa de verlos como piezas de museo suena poco realista.

Este trabajo propone, sin embargo, que la industria editorial se encuentra frente a modificaciones sociales y económicas que ponen en riesgo su paradigma y viabilidad como sistema social. Por un lado, el libro electrónico se ha concebido como una extensión del libro impreso, lo que provoca confusión entre los productores de contenido y los consumidores. Muchos lectores asiduos incluso se preguntan cuál es la función de ese libro electrónico, si de cualquier manera tienen que imprimir para leer, ya que no leen en pantalla. Muchos de ellos, con justa razón, prefieren pagar por una versión impresa del libro, que al final les cuesta lo mismo y es más fácil de usar que un PDF, además de las motivaciones sociales que implica comprar libros.³

Con el fin de obtener una *instantánea* global del problema, parto aquí de la consideración de la *edición como un sistema social*, con una estructura que se basa en los autores, el principio de autoridad inherente a éstos y el derecho de autor para lograr los fines del sistema.⁴ Para efecto del presente trabajo, este sistema editorial es visto como un todo que comparte actores, funciones, entradas y salidas, sin importar dónde se ubiquen geográficamente ni su temporalidad.⁵ Empezaré pues por adaptar el principio de la autoridad a la labor del autor en la gestión de contenidos para la producción de impresos. Las teorías sobre la autoridad se enfocan en la relación del Estado con los gobernados, en cualquiera de sus variantes, y no he encontrado referencias al presente problema de la autoridad en relación con la autoría, de manera que he

³ Roger Chartier, *Prácticas de la lectura*, pp. 175-177. Enuncia el efecto distintivo de la lectura y el prestigio social que solía aportar.

⁴ Talcott Parsons, *El sistema social*, pp. 19-46.

⁵ El enfoque en la teoría de sistemas exigió también la consulta a Bertalanffy, Luhmann y Morín. Ver Referencias.

recorrido a adecuar esas teorías valiéndome de los cuestionamientos sociológicos que sobre el tema han propuesto Foucault y Bourdieu, entre otros, así como historiadores especializados en la materia.

Luego de entender el proceso de institucionalización del autor por medio del principio de la autoridad y las regulaciones legales, me referiré al presente estado del paradigma de creación de contenidos que pasa por un aparente estado de crisis debido a la aparición de los libros digitales y cómo los editores intentan adaptarse al cambio mediante el reuso de estrategias. Revisaremos ahí algunos hechos recientes que no se relacionan con la aparición de la entidad tecnológica que podría ser el libro electrónico, sino con el surgimiento de estrategias corporativas de multinacionales globales, las cuales en verdad han puesto en crisis al paradigma editorial tradicional: Amazon y Google.

Dado que el fin último del presente trabajo es analizar el problema de esa autogestión de contenidos, cerraré esta «fotografía» con la reseña de las nuevas oportunidades de autogestión que se enfrentan visiblemente con el proceso editorial tradicional, al permitir que cualquiera se convierta en autor y publique su obra, poniéndola así al alcance de todos. Esos medios de publicación y comercialización eluden la labor del editor y de muchos otros perfiles dentro del proceso editorial, como los correctores de estilo, los *publishers* y hasta traductores y mercadólogos de la industria. Parece más problemático el surgimiento de estas plataformas, que evitan la tradicional mediación del editor entre el autor y el lector, que la aparición del libro electrónico, pues permiten la entrega de contenidos en un proceso de autogestión donde los autores no necesariamente son autoridades validadas por el sistema editorial.

Finalmente, es necesario aclarar que este trabajo no intenta ser un recurso fundamental en el estudio de las nuevas tecnologías en torno al trabajo editorial digital, sino más bien una instantánea de un momento de cambio constante en el mundo de la edición. Espero pues que las nociones aquí vertidas no tengan un carácter determinista, pues su intención es sólo servir como propuesta de un enfoque sobre la actual crisis editorial no sólo basado en la tecnología, sino en lo social.

1

El paradigma de la edición: las bases del sistema

Partimos aquí de la idea de que un pilar del sistema editorial es el autor. Además del editor y las tecnologías inherentes a la producción de publicaciones, el autor provee una materia prima básica, sin la cual no sería posible hacer libros, ni artículos en revistas y periódicos. Los contenidos producidos por los autores son, dentro del sistema editorial, transformados en un producto de conocimiento que luego se entrega al lector por medio del trabajo editorial en cada una de sus diferentes fases. Sin esos contenidos proveídos por el autor la industria editorial no funcionaría bajo su actual paradigma; tampoco la sociedad entera, pues esos contenidos son indispensables para el desarrollo de la civilización. Sin embargo, el planteamiento de este tema, parte de la idea de que, además de ser un pilar del sistema editorial,⁶ también es una de las figuras que se encuentran en crisis debido a cómo se ha constituido con el paso del tiempo.

Una de las afirmaciones que llaman la atención en los estudios de la Maestría, en relación con el estudio de la retórica, es que no existen temas nuevos, sino recreaciones de temas que son parte del imaginario que comparte toda la humanidad. Entonces, no hay ideas originales, sino variaciones de los mismos temas. Tal afirmación, que en principio resulta ofensiva para quien se dedique a la escritura creativa, y en menor medida a los autores de textos de investigación, parece también acertada a la luz de importantes estudios sociológicos.⁷

El sistema editorial se vale de los autores no sólo para obtener los contenidos que, una vez transformados por el editor, se entregan al lector; el editor se sirve de los autores para adquirir capital simbólico, el cual a su vez le servirá para acumular capital financiero que le permita continuar con su labor editorial. Pero esa relación con el autor tiene un doble sentido, pues el autor, a su vez, necesita del sistema editorial para validar su autoridad en un tema (ya como creador literario o como autoridad en una materia), y en la mayoría de los casos, el producto de esa relación, la publicación, es el estímulo, el motivo y la necesidad de creación de nuevas obras. La relación entre los diferentes miembros del sistema editorial será revisada aquí desde la perspectiva de lo que llamo *el principio de autoridad*, que ha servido para soportar al sistema editorial desde la aparición de la imprenta.

⁶ El equivalente en Bourdieu sería *el campo editorial*. Cfr., Pierre Bourdieu, *Una revolución conservadora en la edición*.

⁷ He aquí el principio de la autoridad en acción: en el presente capítulo se citarán artículos y libros de Bourdieu, Barthes, McLuhan y Foucault, entre otros.

La irrupción del autor

Antes de que la publicación de libros fuera un negocio masivo, los autores realizaban sus creaciones sin recibir reconocimiento del público por las mismas, sin obtener ni retribución económica ni social por su trabajo. El contrato social establecía una informalidad en la propiedad del conocimiento, pues éste era generado por unos y aprovechado por el resto, en maneras que ahora parecen poco sofisticadas, debido a que los modelos económicos actuales privilegian la propiedad privada e impulsan el negocio con base en esa propiedad, aún en los temas más básicos, como la alimentación.⁸ La ausencia de ese reconocimiento evita que conozcamos a los autores de tablillas o códices, pues como tales eran creaciones intelectuales de todo un pueblo, o cuando mucho se atribuían al gobierno de una civilización, en tanto que éste era el dueño de los bienes de una sociedad, ya fueran estos económicos o personas, mucho más de los activos intelectuales. Así pues, la humanidad tiene una larga historia de producción de contenidos y bienes que no necesariamente busca un fin comercial.⁹

El autor de la *Iliada* y la *Odisea*, el rapsoda Homero, es probablemente más una noción mítica que un personaje histórico. Esas obras, objeto de múltiples análisis y estudios, eran originalmente recitadas durante banquetes, con fines de divertimento.¹⁰ Hay autores que consideran como poco probable la existencia del rapsoda Homero, y en cambio, les parece más factible que fueran varios rapsodas¹¹ o aedos quienes recitaran los poemas épicos en beneficio de comensales que pagaban por escuchar las famosas aventuras, tal como una familia contemporánea mexicana se sienta frente a la televisión a ver y escuchar las noticias o una telenovela.

“On the one hand, there are scholars who see (most of) the Iliad and sometimes the Odyssey as the work of a single inspired poet, a genius whom they called Homer. On the other, there are those who see the Homeric poems as the product of a long series of compositions and re-compositions which gradually reached a stage of fixation. [...] ‘Homer’ is seeing as a ‘movement’ rather than as an individual...”¹²

Una probable fijación tardía de los poemas explicaría la identidad de los mismos, así como su atribución a un único autor. Esa formación posterior, atribuida al colectivo helénico, podría explicar cómo el origen temático de los poemas forma parte de una tradición compartida por

⁸ Cfr. Silvia Ribeiro, «Semillas de tierras y agua: los idus de marzo», en *Monopolios artificiales sobre bienes intangibles*, pp. 64-67.

⁹ Enrique Chapparro, Introducción. *Monopolios artificiales sobre bienes intangibles*, pp. 15-20.

¹⁰ Friedrich August Wolf, en *Prolegomena ad Homerum, sive, De operum Homericorum*, Volumen 1, plantea el problema por vez primera. En fechas recientes William Harris discute estas y otras teorías en *Prolegomena ad Homerum*, aunque no es concluyente.

¹¹ “A menudo el narrador o era un individuo, rapsoda (declamador) o citaedro (cantor que se acompañaba de la cítara). Aunque los rapsodas no sólo ofrecían poemas épicos [...] el papel en el que suelen aparecer es en el de recitadores de Homero.” Richard Buxton. *El imaginario griego*, p. 41.

¹² Barbara Graziosi, *Inventing Homer: The Early Reception of Epic*, p. 15.

todos los aqueos de la Península Helénica, es decir, mitos aprendidos de generación en generación como parte de la tradición oral y que en muchos sentidos sirvieron para fijar las primeras nociones de patria, pues fungen como una epopeya heroica nacional que da sentido a lo griego por encima de sus diferencias culturales y sus variados orígenes: aqueos, dorios, jonios, eolios, etc., que gracias a la epopeya pueden compartir un territorio común. En comparación con nosotros, como afirma Foucault: «...el relato o la epopeya de los griegos estaba destinado a perpetuar la inmortalidad del héroe [...] Nuestra cultura ha metamorfoseado ese tema del relato o de la escritura hechos para conjurar la muerte...».¹³

Muchas otras obras, consideradas como fijación de mitos heroicos de diferentes culturas, tienen temáticas iguales en todo el mundo, sin importar su origen geográfico, por lo que es común encontrar mitos donde los personajes y sus proezas son muy semejantes (p.e. *Popol Vuh* y *El Ramayana*), a pesar de la diferencia espacial o temporal.¹⁴ El carácter universal de los temas y sus personajes exige también una carencia de autoría formal, por lo que siempre son atribuidos a un imaginario colectivo. Ésta es pues característica de la obra artística *pre-códex*, una ausencia de atribución autoral en beneficio de la libre compartición de los contenidos. De cualquier manera, la búsqueda de un reconocimiento autoral entonces, habría resultado de plano imposible, pues no había un soporte físico tasable que permitiera la atribución de las obras, sino la voz viva de los ejecutantes que reproducían y ejecutaban la misma para una audiencia específica. Seguramente el resultado de esas reproducciones estaba también supeditado al ánimo y otros factores externos que afectaban la actuación del ejecutante, por lo cual difícilmente la misma obra era reproducida de forma idéntica todas las ocasiones, lo cual añade otra imposibilidad a la autoría única.

En la antigüedad clásica, un autor era más un intérprete, de la manera en la que hoy en día sería un concertista o músico que reuniera a una pequeña audiencia para hacer pública su obra:

*Tácito describe cómo un autor se veía obligado a alquilar un local y sillas, y a reunir a su auditorio rogando la asistencia personalmente; y Juvenal se queja de que un hombre rico prestara su casa y enviara a sus libertos y a sus clientes pobres para formar el auditorio, pero se negara a costear las sillas. Todas estas prácticas son muy análogas a las que se siguen en el mundo musical moderno, en el que algunos cantantes se ven obligados a alquilar una sala y hacer todo lo que pueden para reunir un auditorio, para que su voz sea oída.*¹⁵

Recientemente fue presentada la película *Anonymous*,¹⁶ cuya premisa es que el autor de las obras shakesperianas fue Edward de Vere, un noble de la corte Isabelina, contemporáneo del

¹³ Michel Foucault, *¿Qué es un autor?*, p. 39.

¹⁴ Joseph Campbell, *El héroe de las mil caras*, pp. 53-228.

¹⁵ McLuhan, *La Galaxia Gutenberg*, p. 52

¹⁶ Roland Emmerich, *Anonymous*, 2011.

Shakespeare que se considera histórico. Esta película a su vez se basa en la investigación de Thomas Looney, quien propone que el verdadero autor de Romeo y Julieta es el mencionado de Vere, y no el casi analfabeta Shakespeare.¹⁷ Existe pues, alguna preocupación por la autenticidad, aun en lo que se refiere a autores históricos que pertenecen al canon occidental, debido a las características de la obra y su forma de difusión. Además de las dudas en torno a si Shakespeare pudo o no escribir las obras que se le atribuyen, y a variadas propuestas de autores, entre los que destaca el mismo Francis Bacon y el editor y autor Ben Jonson, hay diversas teorías que complican el panorama de esas obras y refuerzan la teoría de la ausencia de la autoría antes del sistema editorial como lo conocemos. «Y ahora llegamos a la teoría del grupo propiamente dicha. Su fundamento es la creencia de que se trató de un equipo de creadores, probablemente con alguna dirección y trabajando con un fin filosófico y/o político y/o comercial (*sic*). Sería el inicio de la literatura como producto rentable a gran escala...».¹⁸ Luego el autor menciona a de Vere, Bacon y Jonson como parte de ese grupo, y que los poemas shakesperianos fueron producto de una escritura colaborativa y que por alguna razón no buscan el reconocimiento individual por la obra. Así pues, parece que antes del Renacimiento, e incluso hasta después de establecido el negocio de la imprenta, no existía el concepto de «autor» con la misma significación que hoy le damos. Gran parte del prestigio y fascinación con que nosotros investimos el término, y que nos hace considerar a un autor que ha conseguido publicar un libro como si hubiese alcanzado un estado más próximo al de convertirse en un gran hombre, debe de haber sido algo con lo que se ha ampliado el concepto más recientemente.¹⁹ El autor no es un personaje inherente a la naturaleza y sociedad humanas, sino que se relaciona con nuestra evolución social y económica. Si bien ha influido en nuestras formas de representación del relato, es el positivismo y el empuje del capitalismo el que ha concedido la máxima importancia al autor, como afirma Roland Barthes:

...en las sociedades etnográficas, el relato jamás ha estado a cargo de una persona, sino de un mediador, chamán o recitador, del que se puede, en rigor, admirar la "performance" (es decir, el dominio del código narrativo), pero nunca el "genio". El autor es un personaje moderno, producido indudablemente por nuestra sociedad, en la medida que ésta, al salir de la Edad Media y gracias al empirismo inglés, el racionalismo francés y la fe personal de la Reforma, descubre el prestigio del individuo o dicho de manera más noble, de la "persona humana".²⁰

Es lógico que sea la aparición de la imprenta la que haga posible el fenómeno del autor, pues esa tecnología multiplica los ejemplares de una obra, y presenta también la posibilidad de que más

¹⁷ J. Thomas Looney, «Shakespeare» Identified in Edward De Vere: The Seventeenth Earl of Oxford.

¹⁸ Gustavo Artiles, *Un enigma llamado Shakespeare*, p. 202.

¹⁹ E. P. Goldschmidt, *Medieval Texts and Their First Appearance in Print*, p. 116

²⁰ Roland Barthes, *La muerte del autor*, p. 1.

personas puedan conocer lo que ha escrito alguien, sin la presencia directa de este, pues «La imprenta ha ensanchado la "sala" para la interpretación del autor hasta el punto en que todos los aspectos del estilo han sido alterados.»,²¹ de manera que presenta una serie de oportunidades, aunque también nuevas descripciones y retos para los autores y los nuevos mediadores: impresores y, más tarde, los editores. Pero el hecho más claro es que la publicación impresa ha sido el medio directo de la fama y de la memoria eterna, porque, hasta las películas modernas, no existían en el mundo medios de difundir una imagen particular que igualara al libro impreso. La cultura del manuscrito no dio aliento a grandes ideas en este aspecto. La imprenta lo hizo.²²

Es pues la invención de la imprenta la que difundió el lenguaje impreso y luego le dio a lo impreso el grado de autoridad que jamás ha perdido.²³ Ahora, pese a que Internet (un medio efímero) tiene una gran preponderancia en todas las sociedades, aún persiste la idea de que lo escrito es verdadero, y que los libros contienen información que no puede igualarse con ninguna otra debido a que fue validada por prestigiosos profesionales del sistema editorial (revisores, editores, consejos editoriales, críticos, etc.) , quienes, luego de cuidar el texto y la forma de la obra, la entregan desinteresadamente al lector, deseosos de compartir la sapiencia propia y la del autor.

Roland Barthes, el siglo pasado, ya había anunciado la muerte del autor, propiciada por un cambio en la forma de hacer crítica, ya no centrada en el autor, sino en el lector y su interpretación del texto, así como en los recursos estilísticos, como el espacio, el tiempo y las personas.²⁴ Pero para presagiar esa desaparición del autor, Barthes antes había subrayado cómo había aparecido, cuando habla del mercantilismo y el positivismo renacentistas europeos. Parece claro que es la doble relación de beneficio con el sistema editorial lo que crea al autor, mucho más allá de la idea renacentista del hombre ávido de compartir lo que sabe sin recompensa alguna; es pues la búsqueda de reconocimiento social y económico, así como la posibilidad de convertirse en una autoridad lo que impulsa a los autores.

Bourdieu, en el estudio «Una revolución conservadora en la edición», muestra los resultados de análisis estadísticos de la industria editorial francesa en el siglo XX. En esos estudios salen a relucir, obviamente, la relevancia del poder simbólico y cómo éste alimenta al campo editorial a través también del poder económico. Este estudio es relevante para el presente trabajo porque aborda la estructura del campo editorial (en nuestro caso es *sistema editorial*), que es visto por Bourdieu

²¹ McLuhan, *La Galaxia Gutenberg*, p. 53.

²² McLuhan, p. 78.

²³ *Ibid*, p. 54.

²⁴ Roland Barthes, *El susurro del lenguaje*, pp. 75-80

como «una entidad autónoma, capaz de retraducir las fuerzas externas, económicas y políticas, especialmente».²⁵ En términos de la teoría de los sistemas, equivale a decir que el sistema social de la edición es autopoiético, se nutre a sí mismo, y tienen contacto e interacción con sistemas externos, con los que intercambia bienes a través de procesos bien definidos. Afirma, además, que este campo es especialmente cerrado debido a la desconfianza de los editores hacia las intrusiones externas, preocupaciones que se relacionan con el secreto financiero y la propiedad intelectual.

En el campo editorial también hay bancos de capitales que son obtenidos como la verdadera utilidad del libro, y de los comités editoriales que los *aprueban* para su publicación, pues:

“Descubrir que el comité no cumple verdaderamente su función oficial de selección [...], percibir la verdadera utilidad, la de banco de capital social y de capital simbólico a través del cual la editorial puede ejercer su imperio en las academias y los premios literarios, sobre la radio, la televisión y los periódicos, siendo conocidos varios miembros del comité por la extensión de su red de enlaces literarios...”

Hay pues un intercambio entre la editorial, el autor y los miembros del comité, que se ve reflejado en términos de las ganancias de la editorial, en la preponderancia de la obra, así como en el acceso de sus autores a los premios literarios más relevantes del sistema en turno.

Para Foucault, las funciones del autor contienen su propio nombre, la relación de la apropiación de lo que escribe, en virtud de que no le pertenecen sus textos, ni es su productor ni inventor; la relación de atribución, quién decimos que escribió algo; y por último la posición formal del autor en la obra. Pero aún más, nos enfrenta al problema de la obra frente al autor, cuando hace referencia a si todo lo escrito por un autor es una obra, y cuánto de lo escrito por un *autor* debe (es digno de) ser publicado.²⁶

Así pues, para ser autor es necesario ser autorizado por el sistema y, a cambio, el autor valida al sistema mismo. En esta relación doble, el nombre del autor se ha convertido en una especie de nombre de marca (como afirma Foucault, tiene una singularidad paradójica que caracteriza al texto²⁷), señal inigualable para su consumidor de que un bien cultural tendrá ciertas características y nivel de calidad.²⁸ Es pues un símbolo de marketing cultural que es enseñado en las escuelas y transmitido a través de los mismos libros, y que sirve tanto para perpetuar el derecho a la copia o derecho de autor como la posición en el campo editorial de una empresa editorial. Cerraré este tema con la propuesta de Mark Rose: «La característica distintiva del autor moderno, propongo, es

²⁵ Pierre Bourdieu, *Una Revolución conservadora en la edición*, p. 230-232.

²⁶ Michel Foucault, *¿Qué es un autor?*, p. 41.

²⁷ *Ibid.* pp. 45-48.

²⁸ Mark Rose, *Authors and Owners*, p. 19

la propiedad; el autor es concebido como el originador y, por lo mismo, el dueño de una clase especial de bien, el trabajo».²⁹

El principio de autoridad: institucionalización del *auctor* por medio de la *auctoritas*

La palabra autor proviene del término latino *auctor*, que en la antigua Roma podía significar creador, autor, fuente histórica, instigador y promotor. De la misma palabra se deriva *augēre*, hacer crecer o progresar. Una segunda palabra derivada de *auctor*, adquirida por el idioma español hasta el siglo XIII, es la palabra autoridad, de *auctoritas*, que en un principio se refería al prestigio moral, a la capacidad de una persona en relación con una actividad o conocimiento determinado.³⁰ Esto es, se aplicaba a las personas que eran capaces de imponer acatamiento entre los otros, pues contaban con una serie de características admiradas entre los otros. Algo parecido supone hoy en día, pues ese principio de autoridad, en relación con quienes escriben libros o artículos, emana de una convención social donde se da por hecho el conocimiento o la supremacía moral e intelectual de un autor.

Un autor es alguien que se expresa sobre un tema de forma valiosa para una amplia audiencia. El valor de lo que dice se basa en el reconocimiento del público, una convención general que establece el derecho de decir de un autor determinado, acerca de un tema dado. La edición moderna ha modificado esta convención hasta hacerla un valor que raya en la falacia de apelación a la autoridad. Los sistemas educativos y de investigación se basan también en ese reconocimiento para otorgar grados y subsidios a la academia. Esto es, el mérito no se basa en un valor objetivo o medible, sino en una convención basada *en la facultad de decir*.

Esta facultad de decir tiene, quizás, sus orígenes en el mundo clásico griego, en la filosofía sofista que tanto ha influido a la sociedad occidental desde el Renacimiento europeo, y en especial, luego del surgimiento del sistema editorial y su importante contribución en la publicación de las obras de autores griegos y romanos, así como en la recuperación de corrientes de pensamiento en las que se funda nuestra moderna sociedad. Ese poder decir, antes que nada, debe cuestionarse debido a la imposibilidad de decir **la verdad**, pues éste no es un concepto absoluto. Sin embargo, el poder de decir se basa en la oportunidad con la que se hace y en lo adecuado de lo dicho (*kairós* y *prépon*).³¹ Así pues, un buen discurso es un discurso oportuno y adecuado a las circunstancias,

²⁹ *Ibid*, p. 19.

³⁰ Joan Corominas, *Breve diccionario etimológico*.

³¹ Viviana Gastaldi - Lidia Gambón, *Sofística y Teatro Griego*, p. 28.

que ayuda a seducir a su audiencia. ¿No es eso lo que buscamos al producir un libro o cualquier otra publicación?

Entonces, el principio de autoridad al que hago referencia tiene su origen en la antigüedad clásica, y al ser el sistema editorial por excelencia clásico, y dado que sus recursos permean fuertemente en otros sistemas sociales, parece estar presente en todas las actividades humanas. Por lo mismo, es posible que la explicación de este principio tenga más coherencia aún si la pensamos en términos de la asimilación de las ideas griegas en la Roma clásica, sobre todo en sus formas de organización social, de gobierno y organización pública:

La forma de gobierno de la res publica romana tuvo su fundamento más importante en la distinción entre la auctoritas (política) y la potestas (política). En términos generales, podemos definir la auctoritas como el saber personal -cualquier tipo de saber personal-socialmente reconocido. En relación con nuestros estudios, cuando ese saber personal se refiere a la política hablamos de auctoritas política, y cuando se refiere al saber o conocimiento jurídico personal socialmente reconocido hablamos de auctoritas jurídica...³²

Existía ya en el mundo romano una clara distinción entre autoridad y potestad que no se da en el mundo griego. Tal como nos sucede en este momento, en la modernidad, y debido a la confusión provocada por la Teoría del Estado, tendemos a creer que ambos conceptos se refieren a lo mismo, de ahí que sea muy difícil discutir a la autoría de libros como una forma de autoridad, pues de alguna manera pareciera que quienes ejercen la autoridad son los gobiernos y los gobernantes, cuando lo que enuncian los autores de derecho es que:

...La autoridad es el saber socialmente reconocido. La potestad del poder socialmente reconocido. La primera es del orden intelectual, la segunda del volitivo. Estos dos elementos, intérpretes de la dirección de la vida social, se unen en el Estado moderno, de manera que cuando se habla de autoridades se piensa en aquellos quienes tienen potestas a nivel superior y que se valen de los agentes de la «autoridad». Autoridad y potestad son conceptos -y realidades- dentro del orden social.³³

Es decir, la autoridad nace de la inteligencia y no de la voluntad de lograr algo. Es pues el ejercicio del saber dirigido a influenciar en un campo social o en una coyuntura histórica, y se vale de los medios retóricos para lograr ese cambio, no de su acceso a medios físicos (coerción, coacción, policía, ejército), pues «A diferencia de la fuerza, de la manipulación y de la persuasión, la autoridad se vincula a la existencia de cierta legitimidad y de una estructura jerárquica que conlleva ordenamientos institucionalizados.»³⁴

La autoridad se concibe como un caso especial de poder, debido a que no se da por medio de la fuerza o la coerción, sino por el convencimiento y el relacionamiento asimétrico y persuasivo, a la

³² Fernando Betancourt, *Derecho romano clásico*, p. 62.

³³ J. Burillo, «Transformaciones jurídicas desde Augusto», en *Homenaje al profesor Juan Roca Juan*, p. 110

³⁴ Gina Zabudovsky, *Sociología y Política: El Debate Clásico y Contemporáneo*, p 17.

manera sofista, pues el *auctor* no está por encima, al menos en el nivel del discurso, de quienes lo leen y escuchan. La autoridad posee un grado de legitimidad del cual no necesariamente goza el poder, y le ayuda a influir en los otros para persuadirlos de que actúen. Un muestra: Javier Sicilia, quien además de ganar varios premios nacionales de poesía (uno de los parámetros para adquirir autoridad) y de los libros publicados (el otro parámetro de autoridad) que lo hacen merecedor al epíteto de poeta, se ha convertido en activista, célebre por organizar manifestaciones que exijan la paz: las marchas «Estamos hasta la madre», que lograron convocar a varios miles de personas. No hay *potestas* sin embargo en Sicilia, pues nadie lo ha elegido como gobernante, ni tomó el poder violentamente, apoyado por una organización militar. Su autoridad, su poder de convocatoria proviene de lo que escribe, de esa validación tácita que hacemos al reconocer que alguien tiene preponderancia por el acto de escribir, aunque obviemos que esa validación no empezó con nosotros leyendo, sino con el sistema editorial aceptando y transfiriendo *auctoritas* a un autor.

Así pues, existe una legitimidad en la autoridad, pues involucra un acuerdo entre quienes obedecen y quienes mandan, y conlleva, además de esa aceptación, también mantenimiento, una continuidad del compromiso por mantener el prestigio de quienes ostentan esa autoridad con el fin de mantener un *estado*. En ese proceso de hacer valer la autoridad y obedecer hay en juego una serie de reglas; precisamente como funciona el sistema editorial, pues los editores publican, bajo sus propias reglas y acuerdos,³⁵ sólo aquello que es valioso para los lectores, algo previamente validado por las autoridades, los autores y sus pares, lectores y críticos de lo que se publica en una editorial prestigiada.³⁶

Como algunos autores señalan, la autoridad también se opone al concepto de liderazgo en cuanto a que no es una cualidad innata, sino que surge como parte de un proceso social y tienen sus fundamentos en factores institucionales, como es el caso del sistema editorial, que empodera a quienes escriben sus contenidos para convertirse en *auctores*. Por el contrario, los líderes de multitudes no necesariamente comparten esa autoridad institucionalizada, sino que surgen de procesos colectivos de transformación social, por lo que algunas veces buscan la validación del sistema editorial a través de la escritura de libros autobiográficos (ayudados por *escritores*

³⁵ Desde que un texto llega a las manos del editor ya está determinado por varios factores: la recomendación de un crítico, la preselección que hace el autor de la editorial si su tema corresponde o no a lo que una casa editorial publica, etc. Pierre Bordieu, *Campo intelectual y proyecto Creador*, p. 11.

³⁶ Gina Zabłudovsky, *Sociología y Política: El Debate Clásico y Contemporáneo*, pp. 16-17.

negros),³⁷ que les permiten adquirir autoridad ante los ojos de los lectores, lo cual, aunado al respecto de sus correligionarios, les permitirá acercarse más a sus fines políticos, o como mencionamos arriba, de potestas. En lugar de esperar a que lo sigan más personas que compartan sus opiniones, el líder se pone en marcha en la búsqueda de nuevos adeptos que respeten su autoridad por medio de la validación de sistemas como el editorial, y en muchas más ocasiones, de medios digitales, aunque no con los mismos resultados. Basta ver que, en la currícula de los candidatos a puestos de «elección popular», los libros escritos representan una diferenciación importante entre ellos y sus oponentes.³⁸

Los medios, debido a sus procesos de autocensura³⁹ (en algún sentido, editoriales) se encuentran en un marco ideológico y económico que evita el acceso de los ciudadanos para que así ejercieran la supuesta libre expresión. Los autores pues, ostentan el valor de ser líderes de la opinión de todos aquellos que no pueden o no les interesa ejercer su derecho a la libre expresión.⁴⁰ Además de ese ejercicio de un derecho universal sólo accesible para los *autores con autoridad*, existe también «la representación del escritor como un creador independiente, como genio autónomo, que se convierte en una especie de regla».⁴¹ Por ello, los autores están determinados por sus propias subjetividades e intereses, de manera que al momento de publicar sus ideas, y convertirse así en autores, lo dicho responderá a sus conveniencias, o a un fin adecuado al de una empresa, por lo cual es financiado por el empresario de las ideas, esto es, el editor y su catálogo.

El autor habla por todos los que no tienen voz, y su obra, y él mismo, tienen un sentido público al pasar a ser una obra publicada, donde el autor se define con las relaciones sociales establecidas con los agentes sociales que forman parte del campo intelectual particular,⁴² como las editoriales que lo publican, los premios obtenidos, las obras publicadas, las veces que determinado texto es

³⁷ O escritores fantasma, son quienes escriben un texto por encargo, pero no reciben atribución por el mismo.

³⁸ Gina Zabludovsky, *Sociología y Política: El Debate Clásico y Contemporáneo*, p 22-24.

³⁹ Pensemos en el punto de vista de la prensa mexicana acerca de un objeto de la realidad (objeto porque existe por sí mismo, aunque la interpretación lo hace un hecho subjetivo). La inauguración de un edificio puede adquirir distintos valores, según el medio que lo describa y sus intereses. Cuando López Obrador inauguró ciertas obras en el Centro de la Ciudad de México ante representantes de diversos medios de comunicación, *La Jornada* presentó en sus páginas una fotografía tomada desde abajo, como engrandeciendo al jefe de gobierno, que además aparecía rodeado por los suyos, mientras saludaba a los asistentes. *Reforma*, por el contrario, mostró una fotografía de López Obrador aislado, y en el fondo, muestras de la construcción en progreso, aludiendo así a que presentaba una obra inconclusa.

⁴⁰ Everett M. Rogers, *Diffusion of innovations*, pp. 294-299

⁴¹ Pierre Bourdieu, *Campo Intelectual y proyecto creador*, p. 3.

⁴² *Ibid*, p. 10.

citado o usado por otros autores o investigadores, y por supuesto, las veces que es criticado por otros de los que le otorgan autoridad, los críticos dentro del sistema.

También en la publicación de libros es evidente la mediación editorial, desde la propia selección del autor y los títulos, hasta en los aspectos puramente formales del trabajo editorial. Donald McKenzie subrayó la intervención de los diferentes actores del proceso editorial en la definición de significados para la trasmisión de ideas, pues afirmaba que las formas afectan al significado del texto. Éste tiene siempre como soporte una materialidad específica: el objeto escrito donde ha sido copiado o impreso, la voz que lo lee, lo recita o lo profiere, la representación que lo hace ser visto o escuchado. Cada una de las formas de «publicación» se organiza según dispositivos propios que determinan de manera variable la producción de sentido. Así, centrándose en el escrito impreso, el formato del libro, la *mise en page*, la división del texto, las convenciones tipográficas, la puntuación, están investidos de una «función expresiva». Organizados por diferentes intenciones e intervenciones (las del autor, el copista, el librero-editor, el maestro impresor, los componedores o los correctores), estos dispositivos pretenden cualificar el texto, determinar la recepción, controlar la comprensión y guiar el subconsciente del lector hacia la interpretación y apropiación del escrito. Contra todas las definiciones únicamente semánticas de los textos, totalmente indiferentes a su inmaterialidad, juzgada insignificante, McKenzie nos recuerda que el sentido de las obras depende, también, de sus formas gráficas y de las modalidades de inscripción sobre la página, las cuales son definidas durante el proceso editorial.⁴³

Además de esa dirección que tanto autor como editor, y sistema editorial en general, hacen de lo que el lector lee, el principio de autoridad censura, bloquea, elimina, tanto como habilita, promueve y facilita la existencia de autores. Es el principio de autoridad, acuerdo tácito entre autores que pretenden publicar lo que piensan valioso, y los editores, quienes con base en parámetros, comerciales o no, relacionados con el factor editorial y con el tamaño y características de la audiencia, decidirán si algo es en realidad digno de ser leído. No quiero con esto decir que los autores son una especie de víctimas del crudo sistema editorial; por el contrario, creo que son partícipes del mismo y contribuyen eficazmente a su fortalecimiento:

...la estructura dinámica del campo intelectual no es más que el sistema de interacciones entre una pluralidad de instancias, agentes aislados, como el creador intelectual, o sistemas de agentes [sistema editorial], como el sistema de enseñanza, las academias o los cenáculos, que se definen, por lo menos en lo esencial, en su ser y en su función por su

⁴³ D. F. McKenzie, *Bibliografía y sociología de los textos*, p. 6-7.

*posición en esta estructura y por la **autoridad** más o menos reconocida, es decir, más o menos intensa y más o menos extendida...*⁴⁴

No así los que son ajenos al sistema, el autor en ciernes, el poeta de café o el estudiante con aspiraciones, aun el académico sin acceso al sistema editorial. Para ellos el principio de autoridad es una barrera impenetrable, pues lo que escriben no es capaz de generar útiles en la industria.

Esa podría ser la razón de por qué no todos los autores son parte del canon, o porque no hay cientos de Rulfos, o porque el Premio Nacional de Ciencias es tanto importante como comprometedor; la autoría, incluso, se ha asociado con la genialidad y hasta ha sido uno de sus atributos de definición.⁴⁵ Leonardo Nierman, entrevistado en la *Revista de la Universidad Iberoamericana*, cuenta esta anécdota, que afirma le sucedió en París: «Una noche, después de una cena, y mientras esperaba un taxi, en medio de un frío terrible y una ventisca helada, se me acercó un joven si abrigo, sin saco, con un chalequito (un auténtico suicida), me sonrió, me entregó un papel arrugado y me dijo: “¿Me compraría usted este poema?”». ⁴⁶ Más allá de la retórica de la historia, debemos apuntar que el tema de fondo es el acceso al medio, pues es la diferencia más evidentemente entre ese poeta callejero con todos los otros, los que sí publican. Autor y obra (objeto impreso) tienen un valor, dentro del sistema editorial, que los hace únicos, aun para otros sistemas: «La obra bien hecha ha sido investida por el artesano de una dignidad invulnerable al tiempo. Esto vale para el escritor como para el tipógrafo y el encuadernador que, como el poeta, pueden ser también artistas capaces de producir obras maestras». ⁴⁷ Lo que nos lleva a la pregunta de ¿por qué Octavio Paz y no ese poeta desconocido? ¿Será un tema de calidad, obviando que la calidad es algo subjetivo? ¿O se trata simplemente del principio de autoridad aquí tratado?

Cerremos este tema afirmando que el principio de la autoridad es uno de los pilares del sistema editorial, pues permite un intercambio de bienes intangibles y económicos entre editores y autores, validado a través de contratos sociales no explícitos (en ningún contrato editorial aparecerá jamás cláusula alguna referente a la cantidad de autoridad otorgada por el sistema al autor o viceversa), pero que tienen funciones muy claras tanto para el sistema como para la sociedad en general. Este tema, que parece no tener mucha relación ahora con la autogestión de contenidos, adquirirá gran relevancia al enfrentarnos a las nuevas formas de autoría y gestión de

⁴⁴ Pierre Bordieu, *Campo intelectual y proyecto creador*, p. 12.

⁴⁵ Adrian Johns, *Piracy*, p. 213.

⁴⁶ Juan Domingo Argüelles, «Leonardo Nierman en el vértigo de la transparencia», *Ibero, Revista de la Universidad Iberoamericana*, p. 33.

⁴⁷ Adolfo Castañón, *Los Mitos del Editor*, p. 23.

contenidos posibilitados por la tecnología, que revisaremos en el último tema del presente trabajo.

El derecho del autor

Mucho antes de la tecnología del siglo XX, ya se conocía lo que hoy afirmamos eran formas de piratería. Edmund Curll, un librero inglés que vivió en el siglo XVII, es considerado uno de los piratas de libros más conocidos de la historia. Este librero, que hacía las veces de editor también, publicaba libros que se consideraban sucios o perversos, hasta el punto de que «curlismo» fue sinónimo de indecencia literaria. El «infame» pornógrafo fue condenado a la cárcel y tuvo que pagar diversas multas debido a esos libros. Fue mayormente célebre debido a la publicación apócrifa de los «Poemas de la corte», de Alexander Pope, quien se vengó del editor ridiculizándolo en el poema satírico «La Dunciada».⁴⁸ Este parece ser uno de los casos más antiguos de piratería, pues documenta cómo se usó la obra de un autor sin pagarle los derechos correspondientes.

Las referencias a la práctica de la piratería, en el sentido moderno, o falsificación de las obras, en el sentido antiguo, se extienden de Ámsterdam a Venecia y de ahí a Londres, donde la anécdota de Pope y Curll sucedió. La práctica de publicar textos que no pertenecían al editor estaba bastante extendida entre los papeleros, como eran conocidos en la Inglaterra Isabelina (1558-1603) quienes publicaban libros.

Hay dos factores que son importantes en relación con la copia no autorizada, uno, es el relacionado con la tecnología. La invención de la imprenta hace posible la reproducción semi-industrial de las publicaciones, finalmente los papeleros pueden tomar una obra y hacer copias de la misma, lo que lleva al factor de la retribución económica de la autoría. Tecnología y utilitarismo son aspectos estrechamente relacionados.

El nacimiento del derecho de la copia se debe no a la protección de la autoría, sino que surge como un medio para impedir el monopolio y proteger la inversión de los papeleros o impresores y tiene su origen en el registro de los Estacionarios:

The Stationers' register is a heavy manuscript tome of some 650 pages, bound in vellum. In fact, several volumes of what was a long series of such registers have survived, dating from the sixteenth to the nineteenth centuries; but the one that matters here was made in the mid-seventeenth. At that time, long before copyright existed, this book was the central element in a practical system for upholding order in London's commerce of print. Someone—typically a bookseller—who wanted to publish a book and was worried about the possibility of a rival trying to print the same work would come to Stationers' Hall and

⁴⁸ Lyman Ray Patterson, *Copyright in historical perspective*, pp. 67-68

*make an entry in the register. This act affirmed a claim to the work, such that nobody else should publish another edition of it.*⁴⁹

Lo importante era la protección del trabajo de impresión y no el derecho del autor, pues éste era, al parecer, sólo una de las partes de un proceso económico que debía ser regulado por el Estado con la finalidad de promover el desarrollo de esa actividad. Por otro lado, existía un régimen de privilegio de imprenta, que permitía favorecer a un librero determinado en detrimento de los demás: en Francia, tal sistema daba ventajas a los grandes editores parisinos más cercanos al poder real, más dóciles y mejor conocidos, pero perjudicaba a los de provincia. A partir de la segunda mitad del siglo XVII, los autores casi no imprimían sus producciones más que en París, y sus colegas provincianos no tardaron en carecer de materiales con que alimentar sus prensas.⁵⁰

Los derechos de los autores y editores son pues un concepto posterior a la invención de la imprenta, probablemente por la facilidad de reproducir las publicaciones con mayor celeridad que con las antiguas tecnologías. La costumbre indicaba que el escritor podía confiar la reproducción de su texto a varios editores simultáneamente y que el poseedor de un libro podía mandarlo copiar cuando quisiera e incluso hacerle añadidos y modificaciones. No había honorarios para los autores, mientras los editores obtenían dinero de las obras de aquéllos, sin embargo, los autores recibían reconocimiento, gloria y fama.⁵¹

Existen antecedentes de legislaciones en los edictos promulgados por algunos gobernantes que establecen la propiedad de la obra desde 1559. Tal reconocimiento no se volvió parte del sistema legal sino hasta la promulgación del Decreto de Starre-Chamber de 1637, en Inglaterra, una de las legislaciones que se establecieron en ese país como parte de un sistema de censura, así como de protección de los derechos autorales. El Estatuto de la Reina Ana, de 1709, que algunos autores consideran la primera ley que protegía a los autores, en realidad fue una ley que regulaba el comercio de libros, y pretendía evitar el monopolio de las publicaciones.⁵²

Muchas legislaciones, en diversos países, relacionadas con el derecho a copiar (reproducir) un texto determinado han surgido principalmente con la finalidad de regular la interacción de los participantes del sistema editorial, pues antes de esas legislaciones el sistema editorial se encontraba en ciernes, y como tal, en un proceso de entropía o desorden en el cual los editores se canibalizaban, al producir los mismos libros sin el consentimiento de los autores o los editores originales. Es pues, el proceso de normalización de las relaciones entre los actores del sistema

⁴⁹ Adrian Johns, *Piracy*, pp. 17-18.

⁵⁰ Lucien Febvre, Henri Jean Martin, *La aparición del libro*, Pág. 282

⁵¹ Albert Labarre, *Historia del libro*, p. 19.

⁵² *Ibid*, p. 143.

editorial, un esfuerzo legislador que se ha enfocado en la producción de contenidos más que en su uso, pues los contenidos son, antes que nada, resultado del trabajo del hombre:

...debía justificarse el derecho del autor contra semejante posición; y la justificación fue doble, como se ve claramente en el contexto de los pleitos legales en Inglaterra, o en los informes escritos en Francia sobre la primera justificación, que fue jurídica. Ésta se constituyó a partir del derecho natural, que considera al hombre como propietario de los objetos resultantes de su trabajo; así, las composiciones literarias pertenecen a su productor. [...] transforma parte de la naturaleza en algo manufacturado, en un objeto que en este caso puede ser un manuscrito, lo que define la base jurídica y legal del copyright.⁵³

Para cerrar este tema, en el siguiente espacio quisiera incluir sólo algunas de los esfuerzos normativos del sistema editorial (y que por razones tecnológicas y de mercado se han extendido a otros sistemas o campos) que han servido como fundamento al estado actual de las cosas, y que desde su perspectiva podrían ayudarnos a entender los retos actuales antes de la autogestión de contenidos y las nuevas formas de piratería.

1. El decreto de la Starre-Chamber, del 26 de junio 1586, con el que se limita el número de prensas e impresores, y se fortalecieron los mecanismos de censura y, aún más importante, se extendieron los derechos de los Estacionarios para registrar, embargar y detener a particulares, en relación con cualquier supuesta infracción a las regulaciones del Estado sobre la industria del libro.⁵⁴
2. En 1660 se funda la Royal Society de Londres, la sociedad científica con mayor antigüedad en el mundo, pues subsiste hasta nuestros días. Lo interesante para este trabajo es que, en conjunto con los Estacionarios, la Royal Society estableció un sistema de licenciamiento conocido como *imprimatur*, que tenía como función asegurar la autenticidad de un libro.⁵⁵ Así, además de sus prácticas experimentales y filosóficas, buscaban una forma de asegurar la genialidad y unicidad de sus contenidos.
3. En 1644 John Milton se dirigió al parlamento inglés, en un discurso que se conoce como *Aeropagítica*, en clara referencia al Aerópago, colina donde los jueces griegos juzgaban a hombres e ideas.⁵⁶ Su discurso, interpretado comúnmente como una defensa de la libertad de expresión y el conocimiento, y contra el *imprimatur*, es también una diatriba en contra del concepto de licenciamiento, pues ensalza la *genialidad* de la autoría, uno de los fundamentos de las leyes del derecho del autor: la noción generalizada de que el trabajo del autor es único e irrepetible.

⁵³ Roger Chartier, *Cultura escrita, literatura e historia*, pp. 72-73.

⁵⁴ Joseph Lowenstein, *The Author's Due*, p. 38.

⁵⁵ Adrian Johns, *Piracy*, p. 60.

⁵⁶ John Milton, *Aeropagítica*, Introducción por Danilo Arbilla, p. I-XVII.

4. El Estatuto de la Reina Ana fue promulgado en 1710 en Inglaterra. Éste se centraba en el problema de «la cuestión de la propiedad literaria», una batalla esencialmente comercial entre dos grupos de vendedores de libros, que buscaba poner límites en el derecho a la copia. Se considera que era más una extensión de las prácticas regulatorias de los Estacionarios mencionadas antes, pues los autores se relacionaban con patrocinadores y no con librerías, en un patronazgo con sentido aún renacentista. Es sino hasta la carta de Samuel Johnson en rechazo al patronazgo de su obra, en 1754, que se empieza a hablar de un autor en el sentido moderno del término.⁵⁷
5. En la Francia previa a la Revolución, como en toda Europa desde el Renacimiento, el derecho de autor era concedido a los editores en forma de un privilegio concedido por el soberano (como los impresores, incluido Manuzio, habían obtenido el derecho a imprimir de manera exclusiva desde el siglo XVI). Durante la Revolución francesa, los decretos de 1791 y 1793 establecieron la protección de los autores de obras literarias y artísticas. «El 3 de julio de 1777, en una cena a la que invitó a una treintena de autores, Beaumarchais ofrece la fundación de la primera compañía de dramaturgos. Ahí inicia una lucha que conduce al reconocimiento legal de los derechos de autor por la Asamblea Constituyente del 13 de enero de 1791 (Ley ratificada el 19 de enero 1791 por Louis XVI). Esta es la primera ley promulgada en el mundo para proteger a los autores y sus derechos».⁵⁸
6. Luego de la Revolución Francesa, los Estados Unidos incorporaron el derecho a la copia en su legislación. En 1790, los Estados Unidos de América promulgaron su primera Ley federal de derecho de autor. La *Copyright Act* de 1790, promulgada por el Senado de los Estados Unidos y la Cámara de Representantes, contiene 124 estatutos, donde se «promueve el aprendizaje, al asegurar la copia de mapas, cartas [de navegación] y libros, a los autores y propietarios de dichas copias, durante los tiempos ahí mencionados».⁵⁹ Este documento asegura que los propietarios de las obras son los autores, mientras no transfieran los derechos a terceros, y pueden decidir cómo y dónde imprimir [hacer públicos; en ese entonces no había otra posibilidad sino la impresión] esos materiales y explotarlos comercialmente por catorce años después de la publicación, con una extensión de un periodo de igual duración.

⁵⁷ Mark Rose, *Authors and Owners. The Invention of Copyright*, p. 4.

⁵⁸ ACD, *De 1777 à nos jours*, [En línea][<http://www.sacd.fr/Historique.31.0.html>]

⁵⁹ US Copyright Office, *Copyright Act of 1790*, [en línea] www.copyright.gov/history/1790act.pdf,

7. En el siglo XIX inicia en Francia una movilización activa de autores de renombre para la protección de la autoría y sus derechos. En 1841, Lamartine busca que se extienda la protección que ya disfrutaban los autores franceses a todo el mundo, es decir, un derecho internacional, con el fin de proteger sus derechos en cualquier parte del mundo. Más tarde, aún en el siglo XIX, Víctor Hugo fundó la Asociación Literaria, cuyos trabajos serán el origen del Convenio de Berna, firmado en 1866 para la protección internacional de las obras literarias y artísticas.⁶⁰ Así pues, fue durante el romanticismo francés cuando se establecen los fundamentos de las legislaciones que nos rigen hoy en día, lo que resulta más interesante si consideramos que sus temas eran clásicos o de origen folclórico.
8. La universalización del derecho de autor sucede con el Acuerdo de Berna. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual surgió en 1883. «La necesidad de protección internacional de la propiedad intelectual se hizo patente en 1873, con ocasión de la Exposición Internacional de Invenciones de Viena, a la que se negaron a asistir algunos expositores extranjeros por miedo a que les robaran las ideas para explotarlas comercialmente en otros países.» El organismo, que contaba entonces con 14 estados miembros, promueve la firma del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas en 1886, «cuyo objetivo era contribuir a que los nacionales de los Estados contratantes obtuvieran protección internacional para su derecho a controlar el uso de sus obras creativas y a recibir un pago por ese uso».⁶¹ Este tratado es también el fundamento de muchas legislaciones nacionales de países que, obligados por las relaciones internacionales, tuvieron que adoptar alguna versión tropicalizada del mismo; México firmó dicho tratado hasta 1967,⁶² durante uno de los periodos de mayor influencia del FMI en las políticas económicas del país.

Aunque esta lista no es exhaustiva, pues no quiero llegar a una discusión de las características legales y diferencias entre el derecho de autor y el copyright, podemos ver cómo el objetivo de estas regulaciones se orienta a la regulación del sistema editorial, con la participación activa de los autores; la legislación internacional asume que son los autores quienes poseen la propiedad de los contenidos debido al estilo, y a la adaptación que hacen de los temas, lo que Chartier y otros autores llaman *genialidad*: «...the modern idea of science, no longer conceived as the repetition of what someone has already said, but as the discovery of new ideas, theories and techniques; [... in

⁶⁰ SACD, De 1777 à nos jours, [En línea][<http://www.sacd.fr/Historique.31.0.html>]

⁶¹ OMPI Sitio web oficial. *Principales eventos*, [En línea] [<http://www.wipo.int/treaties/es/general/>]

⁶² *Idem*.

the] art and literature, where the exaltation of genius (e.g. innovation and originality) replaces the imitation of unreachable models (Cicero, Petrarch, or Fibia).»⁶³

En resumen, hay una relación muy profunda entre el concepto de genialidad y el derecho del autor a la explotación de los contenidos (aunque se basen en el ideario universal conocido como *el lugar común*, del que tanto se habla en la MDyPE), pero aún más importante es la relación entre el derecho de autor y su impacto económico. Sólo en los Estados Unidos, el siete por ciento del producto interno bruto proviene de las industrias que se relacionan directamente con el derecho de autor: software, películas, música, televisión y editorial.⁶⁴ Además de este derecho, muy propiciamente creado por los ingentes industriales de la impresión del siglo XVI, y apoyado por los diferentes gobiernos que vieron en ello además una oportunidad de censura, la recuperación del concepto de la autoridad y su cesión a los autores por parte del sistema editorial han creado el estado actual de las cosas en torno a la propiedad del contenido. A continuación veremos cómo un nuevo acontecimiento tecnológico cuestiona estos principios: la aparición de nuevos formatos y soportes de lectura.

⁶³ Mariano Longo, Stefano Magnolo, «The Author and Authorship in the Internet Society», *Current Sociology*, p. 834.

⁶⁴ Deborah E. Bouchoux, *Intellectual Property for Paralegals*, p. 176.

2

El paradigma editorial en transición

El sistema editorial estuvo muchos años en construcción, desde la aparición de la imprenta de tipos móviles, hasta su segmentación en medios especializados por sus formatos o periodicidad, como los periódicos, las revistas o cierto tipo de libros. En esos cientos de años, sin embargo, parece no haberse enfrentado a una crisis en la que los participantes del sistema (autores, editores, críticos) se preguntarán si el objeto principal de su sistema desaparecería. Esto es cierto aún después de la aparición de la Radio o la Televisión. Ambos medios estaban muy enfocados en formas de reproducción de contenido que no necesariamente amenazaban a los libros.

En los últimos años, desde la generalización de las tecnologías informáticas, y en particular, luego del proceso de expansión de Internet que significa la web, parece ser que los medios impresos tradicionales experimentan una crisis que si bien no sólo se debe a lo tecnológico, si ve en ello una parte fundamental. Primero fueron los periódicos, pues debido a la difusión de contenidos noticiosos en línea, experimentaron una baja en las ventas que llevó a muchos al cierre, parcial o total, y a otros a la búsqueda de nuevas formas de hacer negocios. La Radio, por su parte, ha sobrellevado la abundancia de contenidos auditivos migrando a la web, lo que hace sus contenidos disponibles más allá de la amplitud de su frecuencia, aunque también las enfrenta con una competencia global.

Por su parte, el mundo de los libros ha visto surgir a los libros electrónicos o *e-books* como una amenaza para sus formas de creación y publicación de contenidos. Es interesante que, pese a la experiencia de los otros medios impresos, los participantes del sistema editorial consideren que el problema principal se halla en lo tecnológico. Incluso algunos editores pronuncian las extensiones de archivos como un verdadero mantra, susurran «epub», como principio y solución de sus problemas. El presente tema intentará mostrar cómo el paradigma editorial se encuentra en transición hacia un mundo digital a través de la modificación de estrategias de negocio. No significa que la tecnología no sea relevante, por el contrario, la tecnología posibilita estas nuevas formas de publicar contenidos, que por desgracia se oponen a las prácticas editoriales tradicionales.

La transición hacia lo digital: el libro electrónico

A pesar de que el concepto del libro electrónico tienen varios años de uso, pues los primeros libros creados bajo ese nombre fueron hechos alrededor de la década de 1970, incluso antes de la aparición de Internet y la web, no es sino hasta hace pocos años que el libro electrónico o ebook

ha tomado auge, debido a varias circunstancias. Los primeros en elaborar este tipo de publicaciones fueron los miembros del proyecto Gutenberg, encabezados por Michael Hart, quien consiguió fondos del gobierno estadounidense con el fin de digitalizar (es decir, mediante el uso de escáneres, convertir el texto impreso en papel en texto legible en una pantalla) libros que pertenecían al dominio público, con la finalidad de preservarlos y a la vez hacerlos accesibles por medio de estas versiones electrónicas. Como hablamos de 1970, el interés por esta digitalización de textos coincide con la aparición de los microprocesadores, que dio también origen al cómputo personal, pues no podríamos pensar en un interés generalizado en los textos digitalizados si únicamente fueran accesibles a través de los grandes equipos de cómputo de las instituciones: la oferta y la demanda están basados en la disponibilidad de los soportes de lectura.⁶⁵

El Proyecto Gutenberg, sin embargo, estaba enfocado en la reproducción de los textos en un formato de sólo texto, lo que se explica debido a la cantidad de memoria disponible en los primeros años del cómputo personal. Así, el primer texto digitalizado en este proyecto fue la *Declaración de la Independencia de los Estados Unidos de América*, todo con letras mayúsculas, pues no había entonces letras minúsculas disponibles.⁶⁶ El archivo tenía un peso total de 5 kilobytes, lo que es extremadamente pequeño si consideramos la cantidad de información y la complejidad de los archivos actuales.

La historia de lo que se conoce como libro electrónico tiene, pues, más de cuarenta años de evolución, hitos e invenciones relacionadas,⁶⁷ pero no es sino hasta la segunda mitad de la década del inicio de este siglo cuando adquiere una relevancia mayor, y se convierte en tema de discusión en encuentros de editores, así como una preocupación para quienes ven a la publicación tradicional como su forma de negocios.

Dos acontecimientos, que suceden a partir del 2005, son fundamentales en esta carrera por generar alternativas a la publicación de productos impresos: el surgimiento de la tinta electrónica y la creación de una estrategia de negocios enfocada en versiones digitales de libros. La tinta y el papel electrónicos son resultado de décadas de investigación y desarrollo tecnológico, que desembocaron en la presentación del *e-reader* de Sony, en 2006. Sin embargo, no es ese *e-reader*

⁶⁵ A pesar de lo que el marketing nos quiere hacer creer, las computadoras personales son el resultado de varias invenciones relacionadas; no es posible atribuir el cómputo personal a una sola compañía, *p.e.* Apple. De hecho, uno de los primeros equipos de cómputo personales fue una calculadora sofisticada de Hewlett-Packard, y el primer equipo de cómputo personal, como tal, fue el Datapoint 2200, con una arquitectura x86, es decir un equipo compatible con el sistema IBM.

⁶⁶ Historia del Proyecto Gutenberg, www.gutenbergnews.org/about/historia-del-proyecto-gutenberg/

⁶⁷ Para mayor información sobre el tema, revisar Marie Lebert, *Una corta historia del eBook*, disponible en el sitio del Proyecto Gutenberg.

el que provoca el interés en el libro electrónico. Un año antes, Amazon adquiere una compañía pequeña, MobiPocket, que llevaba varios años investigando formatos de libro electrónico. cuyos formatos .MOBI fueron utilizados, en baja escala, en diversos dispositivos móviles con arquitectura ARM.⁶⁸ Los dispositivos de este tipo, muy comunes en la primera mitad de la década del 2000, eran tanto los primeros teléfonos inteligentes lanzados por Handspring hacia 2003, como las Pocket PC o PDA fabricadas por empresas como HP, Sharp y otras compañías. El formato .MOBI era usado entonces para producir publicaciones digitales que podían ser navegadas como una página web en una computadora personal, pero a diferencia de esas páginas no requerían mucho poder de procesamiento de datos.

La adquisición de Mobipocket por Amazon es importante debido a que establece el fundamento de la estrategia de negocios de esa compañía en relación con los contenidos móviles. Dos años más tarde, en 2007, Amazon empieza a comercializar el dispositivo de lectura de mayor éxito, Amazon Kindle. Este soporte conjunta tanto el uso de la tinta y papel electrónicos como el formato de archivos .MOBI en una nueva versión, propietaria de Amazon, .AZW, que en sus primeras versiones permite elaborar libros con contenidos hipertextuales, con vínculos internos que muestran notas, bibliografía y otras áreas del *black matter*, y que luego permitirán, a partir de la versión dos de Amazon Kindle, vincular contenidos con medios externos, como los sitios de redes sociales, lo cual extenderá la experiencia del usuario y, por lo mismo, ampliará los alcances del contenido tradicional, pues habilita al usuario a autogestionar y modificar textos que fueron creados para otros medios.

Así pues, Amazon impulsa el entusiasmo por lo libros electrónicos, y los integra como parte fundamental de su estrategia de negocios; son ya su mejor fuente de ingresos. En poco menos de cinco años, desde el lanzamiento del primer Kindle, Amazon ha avanzado con pasos firmes hacia el control del mercado de los libros electrónicos en dos áreas.⁶⁹ Primero, sus dispositivos se han sofisticado tanto que ahora pueden distribuir *libros electrónicos mejorados*, esto es, en lugar de producir sólo texto, como en las primeras versiones de Kindle, sus dispositivos usan tecnologías que los hacen equiparables a una computadora, por lo que pueden aprovechar nuevas tecnologías

⁶⁸ La arquitectura ARM hace referencia a un dispositivo de cómputo con conjuntos de instrucciones reducidas. Debido a que es una arquitectura que consume pocos recursos de hardware, se usa fundamentalmente en teléfonos móviles.

⁶⁹ «Estamos experimentando la transición que esperábamos, dijo Bezos. Luego de cinco años, los eBooks son una categoría de multibillones de dólares para nosotros y crece muy rápido, aproximadamente en 70% el año pasado. En contraste, nuestras ventas de libros físicos han decrecido en 5%, su descenso más importante en 17 años.», Jim Milliot, *Amazon: E-book Sales Soared, Print Crawled*, en *Publisher's Weekly*, <http://www.publishersweekly.com>

de programación que permiten incrustar audio, video e imágenes avanzadas, así como conservar el acceso de los usuarios a los medios externos, permitiéndoles modelar sus propios contenidos en sitios de redes sociales. En cuanto a la tecnología usada en esos dispositivos, los procesadores son más rápidos, ya no basados en arquitecturas de 32 bits, sino de 64, por lo que su capacidad de procesamiento es más grande. Por si fuera poco, la nueva generación de dispositivos Amazon, Kindle Fire, son en realidad *tablets* con una versión personalizada del sistema operativo Android de Google, lo que posibilita también hacer ajustes en el soporte de lectura (color del papel, tipo y tamaño de la fuente, cantidad de luz, brillo de la pantalla) lo que aumenta la facilidad de uso del dispositivo y hace más placentera la experiencia de lectura. Además, esos dispositivos cuentan con conectividad celular o wi-fi, por lo cual las capacidades hipertextuales se extienden hacia los espacios públicos; de la misma forma en que usamos periódicos, revistas y libros en la calle, ahora podemos llevar una biblioteca completa en el espacio de siete o diez pulgadas de pantalla táctil. Es importante comentar que, a pesar de que iPad de Apple se ha vendido en todo el mundo, su esquema de negocios no es relevante para este trabajo debido a que no son productores de contenidos, sino de dispositivos. La estrategia de Amazon se basa en el uso de tecnologías de terceros para poder habilitar el uso de sus contenidos, ya sea que sólo los comercialicen, o bien, que sean parte de su producción interna (tema que veremos en la última parte de este trabajo). Esta situación se comprueba al consultar las estadísticas de uso de ambos dispositivos, que aunque disponibles sólo para el mercado estadounidense, permiten entender el panorama global. Desde 2011, 57% de los editores estadounidenses prefieren la plataforma de Amazon para comercializar libros electrónicos, mientras que en 2012 la cantidad aumentó a 68%. Las ventas totales de libros electrónicos en EUA se atribuyen en un 44% a Amazon, y como segunda opción se encuentra la plataforma propia de las editoriales, con 23%. Asimismo, el porcentaje de ganancias que deja la plataforma de Amazon es el más alto, en comparación con Apple, Barnes & Noble y Kobo. Cuando la encuesta consultada se refirió a la plataforma en la que los editores tienen intención de desarrollar libros electrónicos, 38% mencionó a Apple iPad, y en segundo lugar Amazon Kindle Fire.⁷⁰ Esto da pie al problema del conocimiento de la plataforma digital en el medio editorial, pues a pesar de lo que demuestran los números, los editores se ven influenciados por el marketing.

⁷⁰ Revealing the Business of eBooks – The Fourth Annual eBook Survey of Publishers, pp. 2-24.

Pero, ¿qué es el libro electrónico?

Desde la aparición del libro electrónico en el panorama editorial, mencionada antes, la respuesta de los editores ha ido del entusiasmo al terror. Mientras algunos reconocen en lo digital posibilidades y recursos que aportan a la forma como entendemos el libro, a otros simplemente les incomoda la lectura en pantalla. En ambos extremos del debate las opiniones son sólo eso, pues no hay en ello una investigación que fundamente lo dicho por los interesados. En los congresos del mundo editorial, en todo el mundo, se ha defendido con ferocidad la utilidad del libro impreso, así como su vigencia y perdurabilidad. Hay quienes incluso aluden a una superioridad tecnológica del libro: «como ha dicho Gabriel Zaid, el libro es tecnológicamente insuperable. Es imposible encontrar un mecanismo más sencillo, portátil, resistente y asequible.»⁷¹

Para confundirnos un poco más sobre la cómo los editores conceptualizamos al libro electrónico, será útil citar algunas ideas acerca de lo que es el libro impreso. En particular, me es muy útil la definición que Roger Chartier realiza a través de las palabras de Kant. Según Chartier, Kant se formuló la pregunta en 1798 (lo que coincide con los debates sobre el derecho de autor y a la copia del siglo XVIII). Apunta que la respuesta de Kant distingue dos partes en el concepto «libro», una que es el objeto mecánico, que pertenece a quien lo ha adquirido, y la otra, el libro cuyo propietario es un autor (la autoridad mencionada antes en este trabajo) y «cuya publicación se remite al *mandatum* del autor, es decir, al contrato explícito entre el autor y su editor, que actúa como su representante o mandatario.»⁷² Chartier encuentra que el libro, dentro de esta definición, trasciende sus posibles materializaciones (es impreso, digital, y en cualquier otra soporte que surja en el futuro), es decir, es fruto de la genialidad de su autor, y como tal, le pertenece más a allá de la materialidad, lo que también es muy necesario en términos legales, pues permite establecer la propiedad moral de una obra sin importar cómo sea publicada.

El problema con esta conceptualización del libro es que obvia el problema del *objeto libro*. En realidad, el libro tiene una materialidad, pues siempre es de papel, tienen medidas, y transmite sensaciones a través del tipo de papel; es una composición por sí mismo, que va aunada a la del texto. En dicha composición interviene no sólo el texto que pertenece a un autor, sino una

⁷¹ Fernando Escalante Gonzalbo, «Sin catastrofismo ni optimismo fácil», en *Memoria del Congreso Internacional del Mundo del libro*, p. 69. Además de la obvia falacia ad autoritas, que nos regala el ponente, no queda muy claro a qué se refiere con «superioridad tecnológica», pues, como veremos adelante, no es posible comparar al libro con el objeto electrónico; no son, ni sirven para lo mismo.

⁷² Roger Chartier, «Algunas preguntas fundamentales», en *Memoria del Congreso Internacional del Mundo del libro*, p. 171.

reinterpretación que se da acerca del mismo mediante la tipografía, las características de la caja y todo el *misse en page* de McKenzie que mencionamos antes. La obra de cualquier autor, por ejemplo, el Quijote, puede adquirir diferentes materialidades, puede ser adaptada para una película, un comic o una serie de televisión, pero a nadie se le ocurriría confundir a esas representaciones con el libro *Don Quijote de la Mancha*. Dicha confusión provocaría muchos problemas de derecho de autor que no convendrían a los mismos autores y sus editores.

Otro tema interesante que obvia la definición de Chartier es el de la preparación para el soporte. El Ingenioso Hidalgo, por ejemplo, fue escrito con el fin de ser impreso como una novela. Cervantes nunca intentó que su obra fuera *adaptada* al cine, o que alguien más realizara una *obra derivada* para convertirla en dibujos animados, pues no conocía esos medios; aún más, no pretendió escribir una obra de teatro, pues el formato era diferente. Su intención era escribir una obra de caballería, aunque de forma negativa, y siempre pretendió entregar ese texto en el formato del libro como ya se conocía entonces: impreso en hojas de papel, cosidas juntas, dentro de un cuaderno revestido de cuero.

Entonces, si ese Quijote fue creado para el soporte de papel, con todas las características implícitas en ese sistema, tanto tecnológico como social, ¿cómo es que de repente, por obra y gracias de la tecnología, ahora podemos leer el mismo texto bajo el nombre de libro electrónico en soportes digitales? Aunque la respuesta puede llevarnos a múltiples campos de conocimiento, que van desde la economía a la sociología, y a la misma termodinámica (por la Teoría del caos), es posible que algunos indicios se relacionen con el uso metafórico de los conceptos. El texto contenido dentro del libro es susceptible de ser representado en una pantalla (incluso este texto que escribo se despliega frente a mí en una pantalla), por lo que la transferencia del concepto libro a lo digital parece sencillo. Incluso las empresas que fabrican los nuevos soportes digitales, cuando nos venden libros electrónicos, han incluido una representación simbólica de los procesos físicos que experimentamos cuando usamos un libro impreso, como el paso de una hoja a la siguiente. En los dispositivos basados en Android, en particular en la aplicación *Google Books*, cuando queremos continuar hacia la página siguiente tocamos la pantalla de cristal líquido, mientras el *programa responde doblando metafóricamente la página*, muy parecido a como sucedería con una hoja de papel. El comportamiento metafórico de los libros electrónicos se extiende también a las anotaciones dentro del libro. En casi todas las aplicaciones de lectura es posible que el lector agregue sus comentarios, tal como algunos hacían en el libro impreso, sólo que el texto del usuario no aparece en el margen de la caja, sino que se guarda dentro de un

archivo independiente, aunque relacionado con el texto principal.

Esto no significa que los libros que los editores publican como libros electrónicos estén preparados para una pantalla, por el contrario, habría que decir que en su mayoría, los editores sólo han transferido la responsabilidad de la impresión del texto al usuario, al proporcionarles archivos en formato PDF, que si bien se despliegan y son legibles en las pantallas de una computadora, son más bien impresiones para pantalla de textos concebidos originalmente para ser leídos en papel.

Durante el apogeo de los sitios web de la década de 1990, un ingeniero especializado en la realización de pruebas de uso de software, Jakob Nielsen,⁷³ empezó a teorizar acerca de cómo se usa el texto en una pantalla. Sus conclusiones son abundantes, pues ha seguido trabajando en ese campo para muchas compañías y en variados proyectos. La disciplina surgida de esas investigaciones, que fue adaptada del campo del diseño industrial, recurre en su mayoría a la estadística o es resultado de pruebas y entrevistas con usuarios, y se ha consolidado con el nombre de *Usability*, o Facilidad de uso. Algunas de las cosas aprendidas hasta ahora a partir de esta disciplina incluyen que los usuarios no pasan mucho tiempo en una misma página, debido a que son multitareas; perdemos su atención muy rápido, casi a los 40s de haber entrado en un sitio web determinado. También se sabe que hay una forma característica de escribir para una pantalla (*content design*), que incluye el uso de viñetas, textos cortos y tipografías sin patines, así como negritas para resaltar conceptos, pues los usuarios no leen párrafos completos, sino que *escudriñan la pantalla (scanning)*, es decir, observan aspectos dentro de un diseño y fijan su atención en lo más atractivo, mientras dirigen la mirada hacia objetos en la parte superior izquierda de la pantalla. Finalmente, los estudios muestran que hay una forma de arreglar los elementos dentro del diseño de una página (*page design*), tal como se haría con una retícula de los medios impresos, que facilita o dificulta el acceso a los contenidos de un texto.

Así pues, existen bases para creer que el texto contenido en un *libro electrónico* debería estar preparado para ese medio, no adaptado, sino creado con base en las características del mismo y en consideración a las capacidades de lectura de la audiencia a la que va dirigido,⁷⁴ así como a un nuevo grupo de habilidades que han sido desarrollados por nuevos lectores, como la mencionada

⁷³ Jakob Nielsen, *Design Web Usability*, pp. 16-162.

⁷⁴ Contenido insuficiente, capacidades limitadas en los soportes, falta de tecnología apropiada, dificultad para hacer al contenido usable y ausencia de un estándar, son algunos de los problemas con los que se enfrentan los productores de ebooks de todo el mundo. Dong-Hee Shin, «Understanding e-book users: Uses and gratification expectancy model» en *New Media & Society*, pp. 260–278.

ausencia de enfoque en un único objeto, la lectura para propósitos específicos,⁷⁵ así como las habilidades de priorización del contenido que se dan al aplicar principios de relevancia en organizaciones de contenido más abiertas.⁷⁶ La integración de contenidos multimedia, en lo que se conoce como libro electrónico mejorado o *enhanced ebook*, es sólo una de las posibilidades de este tipo de publicaciones digitales;⁷⁷ en realidad, la construcción del libro electrónico debería apuntar a la creación de contenidos específicos para el soporte, así como al uso de las posibilidades tecnológicas del mismo, mientras se aprovecha la socialización del texto entre múltiples usuarios y, en la medida de lo posible, la autogestión del contenido, esto es, debería permitir al usuario participar en la construcción del libro como autor, aunque eso implica (sobre todo si pensamos en la definición citada arriba sobre el libro), cuestionar la validez del paradigma del libro y la vigencia del sistema editorial como lo conocemos.

Hacia la ruptura del paradigma

Hace menos de cuatro años, alrededor de 2010, un familiar me regaló un GPS (siglas de Global Positioning System, o sistema de posicionamiento global) fabricado por Sony. La tecnología proveída en ese dispositivo permite conectarse a una serie de satélites que lo ubican geográficamente y con una precisión de unos cuantos metros. En la práctica el dispositivo permite al usuario saber dónde se encuentra, pero más importante, saber cómo llegar a algún sitio. Esta tecnología ha pasado por un proceso de desarrollo que empezó en la década de 1970, por el ejército de los Estados Unidos, y que en la década de 1990 inició su comercialización hacia los consumidores por medio de empresas como Sony. Lo interesante es que esa empresa, que todos conocemos como fabricante de aparatos electrónicos, como televisiones, el walkman, grabadoras y otros, tuvo que adquirir o desarrollar también una serie de herramientas adicionales que le hicieron entrar en un mundo que no es propiamente el suyo: el de los contenidos. Los GPS se basan en los satélites, pero también en mapas que están adaptados a la interfaz del dispositivo para representar, de una forma gráfica, la posición geográfica del usuario, así como el *layout* o distribución de su entorno: estados, ciudades, colonias, calles y lugares de interés. Al entrar a un

⁷⁵ En Roger Chartier, *Prácticas de la lectura*, p. 178, se menciona que entre los hábitos de lectura tradicionales, es común la repetición de una lectura; los estudios en medios digitales indican que ya no será así.

⁷⁶ Eve Bearne et al., *Reading on Screen Research Report*, UKLA, 32pp.

⁷⁷ Las opciones en el terreno del formato son amplias, pero implican lo mismo: EPUB, AZW, MOBI, PDF, exigen el uso de XML o HTML dentro de un formato de archivo comprimido que es *compilado* por una aplicación determinada. En términos funcionales, esta relación entre código y contenido equivaldría a la que existe entre los editores y los talleres de impresión.

negocio como ese, Sony abandonó su posición como proveedor de aparatos y se convirtió en proveedor de contenidos, de la misma forma como las televisoras lo son cuando alguien usa los televisores para ver su programación.

Hace unas cuantas semanas, desempolvé el GPS y lo monte en mi automóvil para hacer un viaje corto. Intenté encontrar con éste la dirección a la que iba, en otro estado, varias veces, mediante varias combinaciones de información (*input*), pero los resultados siempre fueron malos (*output*). Ya bastante frustrado, decidí usar mi teléfono, un *smartphone* con tecnología Android, que lleva consigo los mapas de Google, así como muchas otras aplicaciones que proveen contenidos. Sólo bastó meter la ciudad, calle y número para que su sistema de navegación me indicara cómo llegar con instrucciones muy sencillas y precisas.

No es este un elogio sobre la tecnología, sino el punto de partida de una reflexión acerca de los contenidos. El GPS mencionado antes fue actualizado una sola vez en esos cinco años, con un disco proveído por la empresa fabricante, y con el que se supone debería poder encontrar cualquier dirección en México. El problema es que las ciudades y el país están en constante cambio debido a múltiples fenómenos sociales y económicos, lo que hacen que la tecnología del GPS haya quedado obsoleta. Ni siquiera una actualización del mapa lo haría completamente confiable, en comparación con el *smartphone* y su sistema de navegación, pues hasta el hardware del GPS es difícil de manipular, lo que lo hace poco «usable». Por el contrario, el *smartphone* tienen una pantalla táctil, de última generación, e integra capacidades de voz, por lo que puedo dictarle órdenes, como decirle a dónde me dirijo y, en respuesta, puede conducirme a donde voy. Es pues muy fácil de aprovechar.

La tecnología usada en el *smartphone* es la misma que en el GPS. Quizá las antenas de los *smartphones* sean mejores hoy en día, pero en general, la tecnología es igual. Entonces, ¿por qué los mapas de los *smartphones* son mejores que los del GPS? La respuesta está en la forma de crear contenidos. Los dueños de *smartphones* de la marca Apple saben que sus mapas de navegación son inexactos, y peor aún, peligrosamente inadecuados.⁷⁸ Quienes usan los mapas de Google en Android y otras plataformas confían en que sus mapas pues casi siempre los llevan a donde necesitan, ya que son actualizados constantemente y no tienen riesgos de ausencia de información. Es interesante debido a que Google es la compañía más grande del mundo, pero no imagino que tengan un ejército de personas mejorando los mapas, ni grandes asociaciones con

⁷⁸ Apple Maps' Six Most Epic Fails, Peter Cohan, en Forbes, <http://www.forbes.com/sites/petercohan/2012/09/27/apple-maps-six-most-epic-fails/>

terceros para hacerse con esa información. Por el contrario, Google está en el negocio del contenido gratuito, gestionado por terceros; ellos simplemente proveen la plataforma donde se gestiona el contenido, mientras dejan que los usuarios hagan uso y modifiquen, dentro de las reglas establecidas, los contenidos que están disponibles para todos. Así, si usted tiene una empresa y desea ser encontrado en la aplicación *Lugares* de los teléfonos Android, simplemente hace una búsqueda en los Mapas de Google, establece y comparte su ubicación; puede subir imágenes a los servidores de Google, así como añadir descripciones y más información, y hasta compartir videos sobre su oferta. Si está interesado en mostrarle al mundo su “Humilde morada”,⁷⁹ también puede colocar un marcador en los mapas para ser localizado. Lo mismo aplica para cualquier ámbito de la vida humana.

Una vez ahí, el marcador compartido por el usuario se vuelve de acceso universal, así como un punto de referencia para otras direcciones. De esa manera la base de datos de los Mapas de Google crece de manera infinita, y gratuita. Ni el usuario paga por crear sus marcadores, ni la empresa paga a los usuarios por crear contenidos para ésta. De manera que Google está en el negocio de los contenidos gratuitos que no son necesariamente creados por ellos, sino autogestionados por sus usuarios.

La propuesta de Google en ese sentido se basa en lo que conocemos como licencias de código abierto o libre. Esto quiere decir que esa empresa (y muchas otras, como Yahoo!, IBM, Oracle, Ubuntu, etc.), no pretenden que pueden crear todo lo que necesitan para ser lograr sus fines, y al mismo tiempo, tampoco están dispuestas a pagarle a terceros por servicios integrados de mucho valor, pues el costo sería muy alto. Por ello, consideran que es mejor proponer a los usuarios que sean ellos quienes desarrollen, al tiempo que se les entrega el código fuente y se les permite hacer modificaciones que incluso dan lugar a nuevos productos y empresas. Por ejemplo, Yahoo! usa servidores Apache, bases de datos con MySQL y Apache Pig para gestionar la enorme cantidad de datos que han venido almacenando durante años de proveer servicios de búsqueda de sitios web y catálogo de los mismos. IBM creó la primera computadora personal, y luego abrió el hardware para que cualquiera pudiera reproducirlo, de manera que aparecieron las computadoras personales compatibles con IBM, así como las de Apple. Ubuntu, una empresa que solía ser *underground*, creó una variación del sistema operativo Linux (gratuito), la distribución Ubuntu, que hoy en día está a punto de saltar a los dispositivos móviles y que venden como servicios de

⁷⁹ En *Google Maps* existe una entrada denominada “Mi humilde morada”, que corresponde a un departamento cercano al lugar donde vivo. Ya estaba ahí cuando llegué a vivir en esta zona.

soporte. La lista de empresas que están haciendo uso de este modelo gratuito es muy grande, así como la cantidad de usuarios de esos servicios.

Google ha estado en el negocio de las aplicaciones abiertas desde que se fundó. Por una parte, se han enfocado en los servicios gratuitos que atraen a muchos usuarios y les permiten ampliar su esquema de negocio. No es sólo la plataforma de correo electrónico Gmail, también proveen diversos servicios en web que facilitan la creación de contenidos autogestionados a los usuarios. En el caso de Blogger, la plataforma de weblogs de Google, inicialmente surgió como una empresa independiente, Pyra Labs, adquirida por Google hacia el año 2000. Desde su adquisición, Blogger ha permanecido con la misma filosofía de negocios, no cobrar a los usuarios por sus servicios.

La idea de no cobrar directamente por sus servicios es la base del negocio global de Google y pertenece a la reinención de esa empresa del mundo empresarial, lo que se encuentra en abierta oposición con la constitución del sistema editorial y de los otros sistemas que se basan en la venta de contenidos. Para Google, la mejor forma de hacer negocios es proveer servicios gratuitos, con la idea de que «lo gratuito es lo más rentable», mientras que en el paradigma del mundo editorial cada producto tiene un valor y éste debe ser pagado por el consumidor final. Conforme a esa idea, los productos editoriales son un paradigma en la forma de operación de los negocios que se ha extendido desde su aparición en el Siglo XVI y constituye lo que consideramos normal, de ahí que a los editores, productores de música y películas, en general, les resulte tan adversa la idea de que los usuarios en Internet se compartan contenidos; para ellos equivale a robar.

La forma de hacer negocios de Google se encuentra en enfrentamiento con el mundo editorial no sólo formalmente, sino en la práctica. Hace algunos años, cuando surgió el proyecto de las bibliotecas de Google Print, las editoriales y los autores reaccionaron a la invasión a su territorio con varias demandas por la violación a sus derechos de autor y de copia.⁸⁰ Al consultar algunos autores que analizan el problema de Google Books, su visión es al menos cándida, pues las opiniones van de la satanización de la empresa por usurpar e invadir los derechos de las editoriales, mientras hay quienes pretenden que el objetivo de Google era puramente romántico, pues según ellos buscaban poner al alcance de los usuarios una versión digitalizada de la Biblioteca de Alejandría. En términos de este trabajo, y sin intentar reducir el tema a una sola condición, opinó que la propuesta de Google no se encuentra sólo en entregar nuevas tecnologías, sino en

⁸⁰ La demanda del Authors Guild contra Google ha pasado por diversas etapas, pero no está cerca de una solución completa. Lance Wthiney, «Google asks court to ax book-scanning suit from Authors Guild», *CNET*, http://news.cnet.com/8301-13578_3-57548451-38/google-asks-court-to-ax-book-scanning-suit-from-authors-guild/.

nuevas formas de negocio donde los usuarios son habilitados para crear y entregar contenidos propios, al tiempo que pueden modificar los que ya existen desde hace mucho tiempo.

Lo que podemos apreciar es un enfrentamiento entre dos formas distintas de hacer negocios. Por un lado, los editores y otros generadores de contenidos han establecido que el lector debe pagar por el objeto. Los nuevos modelos de negocio se basan en la información (no en la venta de cajas o productos terminados). Ya no es tan importante el objeto mismo, o el servicio, sino la información que pueden recopilar del usuario, hasta el punto en que han surgido nuevos conceptos para manejar esos datos, de la antiquísima base de datos, pasando por los *cubos OLAP*, hasta la acumulación y uso de lo que se conoce como *Big Data*.⁸¹ Así pues, Google (y otras empresas), tienen como meta de negocios tener a millones de usuarios para poder aprovechar su información con diversos fines *intangibles*: publicidad, nuevos productos, posicionamiento de información de terceros, aplicaciones especializadas, etc. Por el contrario, el paradigma de la edición vive de la creación de productos empaquetados que, para ser rentables y permitan la supervivencia del sistema, deben ser pagados por el consumidor.

Así pues, el paradigma editorial se enfrenta a fuertes tendencias en la forma de hacer negocios, y los editores los enfrentan de maneras muy particulares. Si bien es claro que el futuro del desarrollo tecnológico se encuentra en el uso de estándares abiertos o *software open source*, el mundo editorial tiene su propia interpretación al respecto. El formato de compresión de archivos para publicaciones digitales EPUB, acrónimo de *Electronic Publication*, es un formato basado en código abierto creado por el International Digital Publishing Forum,⁸² del que forman parte compañías como Google, Adobe y grandes casas editoriales como Hachette, Santillana y Pearson, así como la Asociación Internacional de Editores, esto es, comerciantes de contenidos. Este formato de compresión se basa, a su vez en HTML y XML, que también son estándares de código abierto. La tendencia es, pues, que los editores de todo el mundo lo adopten como el estándar para crear libros electrónicos o publicaciones digitales, pero con una particularidad: ellos agregan DRM, o gestores de derechos digitales, que en teoría imposibilitan a los usuarios a transferir el contenido comprado a otros usuarios.⁸³ Por ejemplo, si adquiero un libro protegido por DRM, no

⁸¹La entrega de información sobre usuarios de Facebook, Google y Microsoft al gobierno de Estados Unidos, recién comentada en los medios de comunicación, demuestra que el uso de esos servicios digitales implica riesgos para los usuarios finales, al punto de que sus tendencias de uso de esos medios pueden ser usadas para clasificar, a ciertos usuarios, como perfiles de alto riesgo. Lemi Baruh, «Read at your own risk: shrinkage of privacy and interactive media» en *New Media & Society*, pp. 187–211.

⁸² *International Digital Publishing Forum Website*, [<http://idpf.org/epub>]

⁸³ Sin embargo, no existen DRM que no puedan ser removido, por lo que en el futuro veremos sistemas cada vez más cerrados, como sucede con iPad, Sony Play Station y XBOX.

puedo prestárselo a mi esposa o a mi hijo, a menos que le preste mi computadora o mi tablet, pues el DRM limita el uso de la publicación al equipo de quien la adquirió.

Lo interesante de esta aproximación del mundo editorial es que contradice el fundamento del EPUB, pues al ser *Open Source*, debería respetar la definición básica. Algunas características a continuación:⁸⁴

1. Debe ser de distribución libre. El usuario puede *pasárselo* a otros usuarios.
2. Debe ser de código abierto. Debo poder ver cómo está hecho, *qué tiene dentro*.
3. Debe permitir trabajos derivados. Eso contradice al Derecho de autor, pues debería permitirme tomar el contenido, incrustado en el código, y hacer algo nuevo con ello.
4. Debe respetar la integridad del código fuente del autor. Se refiere a que cuando modifico el código debo respetar lo ya hecho por otros.
5. Incluye la distribución de la licencia. No es necesario crear nuevas licencias, con la licencia actual se cubren futuros subproductos.
6. La licencia no debe ser específica para un producto. Se extiende a nuevos desarrollos, de manera que todo sigue siendo *open source*.

Es pues de llamar la atención que los EPUB restrinjan la compartición, que es el fundamento del *open source*, pero lo es más el hecho de que casi todas estas ideas se oponen a lo que por siglos ha servido de base al sistema editorial, y mucho más a las prácticas comerciales de los patrocinadores de EPUB. Hachette y Pearson, por ejemplo, aparecen entre los demandados por el gobierno de los Estados Unidos debido a que se aliaron con Apple para elevar los precios de los libros electrónicos (que además comercializan como EPUB) en perjuicio de los consumidores, al establecer lo que se conoce como «precios de agencia».⁸⁵ Hay pues una fuerte contradicción entre el paradigma editorial y la forma de hacer negocios en la economía del conocimiento.

⁸⁴ «The Open Source Definition» en *The Open Source Initiative* [<http://opensource.org/docs/osd>]

⁸⁵ Thomas Catan, Jeffrey a. Trachtenberg y Chad Bray, «U.S. Alleges E-Book Scheme», *The Wall Street Journal*, <http://online.wsj.com/article/SB10001424052702304444604577337573054615152.html>

3

Contenidos autogestionados y autopublicación

La autogestión de contenidos, desde el punto de vista de este trabajo, pasa por tres etapas que se interrelacionan gracias a la ubicuidad de las tecnologías informáticas. Primero, la idea central de la web es de orden participativo, de ahí que el modelo tradicional de la publicación de libros (revistas y diarios, así como televisión y radio), sea lo opuesto a la web e Internet. En los medios digitales se trata de la apropiación del contenido, aunque ello implique muchas veces la violación de códigos de otros sistemas, como el derecho de autor o el copyright. Con frecuencia, incluso los derechos morales de los autores son obviados por los participantes en la web, ni hablar de la disponibilidad de copias de libros y artículos, que, aunque perseguidas, aún circulan y provocan pérdidas a los dueños de los contenidos, como los editores.

La segunda etapa de la autogestión tiene que ver con la creación, por parte de usuarios de Internet, de sus propias publicaciones colaborativas, que les permiten exponer sus ideas, gustos, creencias y prejuicios libremente. Los blogs y wikis empoderan al usuario, pues al existir estas comunidades de usuarios publicadores, basadas en sistemas de publicación sencillas, cualquiera puede crear, distribuir, publicar, reproducir y socializar contenidos.

La tercera etapa es más especializada. Ante los blogs, el fenómeno de *self-publish* es lo que los libros a las revistas, tanto en complejidad del discurso como en la extensión del contenido. Desde siempre la industria editorial ha propiciado e impulsado la existencia de autores, al tiempo que establece una relación de beneficio para ambas partes mediante el proceso de creación de autoridades. Este proceso, dentro del complejo sistema editorial, deja afuera a todo aquel ajeno al mismo, por lo que tradicionalmente los lectores (usuarios del sistema editorial), se han visto aislados hasta obtener el apalancamiento necesario para ser partícipes del sistema editorial: entrar a la política, recibir un premio literario, ser reconocido en la academia, en general, convertirse en alguien célebre. El *self-publish* pone a celebridades y personas comunes en un plano nivelado, a través no sólo de la tecnología, sino de la sofisticación de las sociedades, que ven, en la ubicuidad de la web, nuevas formas de comunicación basadas en la disponibilidad de lo nuevo. Esto nos ha de llevar, como sucedió luego del surgimiento de la imprenta, a una nueva abundancia de contenidos, como la del Siglo XVI, «...[había] tantos libros que ni siquiera tenemos el tiempo suficiente para leer todos los títulos».⁸⁶ El fenómeno provocó también la existencia y crecimiento de las librerías, la difusión masiva de ideas impresas, la Reforma y la Contrarreforma,

⁸⁶ Asa Briggs, Peter Burke, *Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*, pp. 16-17.

la fijación de las lenguas *vernáculos*, y en general el acceso del ciudadano común a los libros, y por supuesto, el enciclopedismo francés, origen de la democracia occidental.

La aparición del cómputo personal, las redes informáticas, y de Internet y la web ha creado también un estado de caos, donde las viejas reglas ya no funcionan como solían. En particular, el sistema editorial se enfrenta a este estado caótico, a esta entropía, debido a que sus soportes, los diferentes papeles, parecen no ser tan efectivos como los nuevos dispositivos, las cada vez mejor definidas pantallas de computadoras, las *tablets* de alta definición y hasta los teléfonos inteligentes. Con esos dispositivos se pone en juego también las leyes que regulan el comercio del contenido, la autoridad del autor, y la preeminencia de lo publicado por los editores; el sistema está en crisis.

Tanto editores como productores de otras formas de contenido (la industria del cine o de la música), se muestran alarmados por la creciente posibilidad tecnológica de reproducir su producto sin autorización.⁸⁷ Mientras tanto, los usuarios de sus productos tienden a reproducir y modificar contenidos (auto gestionar) debido al hastío de lo comercial, a lo inequitativo de las sociedades modernas o simplemente a que tienen la capacidad tecnológica para hacerlo. Aunado a ello está el desarrollo de la ideología del mercado, que en el caso del sistema editorial, ha cambiado totalmente la fisonomía de la edición.⁸⁸ La figura del editor pertenece pues a un sistema social, que hoy responde a nuevas necesidades organizacionales, que han modificado su poder de decisión editorial. Un importante giro en el trabajo editorial: la decisión de publicar o no un libro ya no la toman los editores sino lo que conocemos como el «comité editorial», donde el papel principal lo desempeñan los responsables financieros y los comerciales.⁸⁹

El editor actúa como financiador y gestor -hasta aquí sería el nuevo mecenas o empresario aportado por la economía capitalista-, pero además acopla la doble función técnica e intelectual para el conjunto de operaciones que transformaban los textos en libros. Aporta, pues, una labor intelectual para discernir textos y acoplarlos a la demanda, proyectando gustos o asumiéndolos, una planificación técnica en la fabricación de las formas de los libros y una estrategia comercial para su difusión.⁹⁰ Ya no corresponde con la idea que tenemos sobre Manuzio y los primeros

⁸⁷ A diferencia de esos sistemas, que se basan en modelos tradicionales de autoridad, en el mundo del software ha crecido el fenómeno de las aplicaciones para dispositivos móviles creadas por individuos, como las disponibles para Android. Cfr. Margaret Butler, «Android: Changing the Mobile Landscape», *IEEE Pervasive Computing*, pp. 4-7.

⁸⁸ André Schiffrin, *La edición sin editores*, p. 63.

⁸⁹ *Idem.*

⁹⁰ Jesús A. Martínez, *Historia de la edición en España, 1836-1936*, p. 34.

editores, y que aparece en la literatura como: «De ahí que no sea extraño que el editor pueda ser, él también, un artista, un hombre capaz de ennoblecer la creación de un catálogo al infundirle rigor y dignidad artística».⁹¹

A su vez esa función dentro del sistema editorial, y su relación con otros sistemas, tiene que ver con lo que se conoce como *libertad de expresión* de las sociedades occidentales, aunque en éste concepto se omite el hecho de que sólo quienes tienen acceso a los recursos económicos pueden ejercer esa libertad de expresión, «lo que El País ha llamado sensatamente «la censura del mercado» funciona a fondo en el proceso de decisión, basado en la existencia o en la ausencia de un pre público para cada libro».⁹² Aún más, sería válido preguntarnos por qué durante años unas cuantas personas nos dicen qué leer y cómo; y por qué colocan a ciertos autores en posiciones privilegiadas en función de su negocio, con prácticas que podrían rayar en lo delictivo.⁹³

Con esta transformación, de pequeños talleres de naturaleza gremial, a las grandes corporaciones del siglo XX, los editores de los grandes grupos han cambiado la naturaleza de su producción con el fin de adaptarse a las nuevas reglas de competencia internacional. La industria editorial mundial no se libra de la aplicación de prácticas de amplia aceptación en todas las otras industrias, como los cambios de personal que buscan un impulso mercadológico, en obvio detrimento de la parte intelectual de su trabajo. Por ejemplo, «el grupo Pearson colocó al frente de su división internacional -aureolada por el prestigio de Penguin Books- a Michael Lytton, que venía de Disney y que, apenas llegó, explicó cómo el famoso logotipo de Penguin iba a utilizarse para vender productos derivados, discos, etcétera».⁹⁴ Es decir, el nuevo CEO de Pearson anunciaba una transformación comercial de un sello con más de setenta años de vida y con una tradición de producción de conocimiento en un mero producto comercial. En 1997, el grupo creó una nueva rama, Harper Entertainment, «que anunció la publicación de 136 libros en el primer año, todos consagrados a la televisión y a los *teens*, aplastando así al resto de la producción de

⁹¹ Adolfo Castañón, *Los mitos del editor*, p. 23.

⁹² Jesús A. Martínez, *Historia de la edición en España, 1836 1936*, p. 64

⁹³ Las críticas a los premios literarios internacionales van de las referentes a la calidad de los premiados (<http://www.sigojoven.com/grupos/noticias/articulo/premio-planeta-2009>), hasta las acusaciones de plagio. El ganador del premio Nobel, Camilo José Cela, fue acusado de plagiar una novela de María del Carmen Formoso, cedidas nada menos que por su editor, miembro del jurado del concurso (<http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/europe/article6140391.ece>). El *publisher* de la novela de Cela es acusado del plagio, pues el autor murió en 2002. El juicio continúa en España: (http://www.elpais.com/articulo/sociedad/presunto/plagio/Cela/ira/juicio/elpepusoc/20101017elpepusoc_2/Tes)

⁹⁴ André Schiffrin, *La edición sin editores: las grandes corporaciones y la cultura*, p. 67

HarperCollins.»⁹⁵ El catálogo de Harper incluye libros como *Through my eyes*, de Tim Tebow, un jugador de fútbol americano, así como la colección completa de poesía de Allen Ginsberg.

Ante este panorama, la autogestión, dada a través de las comunidades de *bloggers*, wikis, medios sociales y self-publish, parece ser una alternativa viable para la compartición de contenidos no censurados, libres y sin mediación del sistema editorial. Algunos autores sugieren, incluso, la aparición de una inteligencia colectiva, resultado de la coordinación de inteligencias individuales, y que apunta a la distribución de conocimiento a través de la mejora de las competencias. Esto no es la suma de las habilidades individuales, sino a su coordinación en tiempo real.⁹⁶

Pareciera que ya existe una ruta de transformación del sistema editorial, que se enfoca hacia los hábitos de creación y compartición de contenidos, posibilitados e impulsados por Internet, que ha «cambiado fundamentalmente las realidades prácticas y económicas de la distribución del conocimiento científico y la herencia cultural. Por primera vez, Internet ofrece la posibilidad de constituir una representación global e interactiva del conocimiento humano».⁹⁷ Lo importante es, pues, la participación de los usuarios finales en la creación, uso y modificación de los contenidos, como pasa ya en las redes sociales en línea.

La sociedad sofisticada

La sociedad occidental fundamenta sus medios de producción, el desarrollo científico y económico en la sofisticación, entendida en términos como los que propone Backman en *Sophistication: Rhetoric & the Rise of Self-Consciousness*. Para este autor, los primeros sofistas ofrecían a los ciudadanos griegos las herramientas que les permitieran realizar actividades legales y burocráticas con relativo éxito. En cierto sentido, esos sofistas ofrecen la posibilidad de igualar a los ciudadanos por medio de la retórica, al ayudarles a defender sus derechos o solicitar la satisfacción de sus necesidades o deseos por medio de la argumentación metódica del discurso. Por esa razón el sofismo fue tan combatido por Sócrates, y aún en sus diálogos, atribuye a Gorgias, la respuesta a ¿cuál es el mayor bien del hombre? «En mi opinión, el de poder persuadir mediante sus discursos a los jueces en los tribunales, a los miembros del consejo y a los asistentes a la asamblea; en una

⁹⁵ *Idem*.

⁹⁶ Mariano Longo, Stefano Magnolo, «The Author and Authorship in the Internet Society», *Current Sociology*, p. 830.

⁹⁷ Max Planck Society, «Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities», p. 1.

palabra, convencer a todos los que componen cualquier clase de reunión política.» Así pues, para Sócrates, la retórica es artífice de la persuasión y no necesariamente busca la verdad.⁹⁸

Si bien los ciudadanos griegos defendían sus derechos y buscaban privilegios por medio de la retórica, ésta no ha desaparecido por completo de la actividad contemporánea. La publicidad moderna se basa en esa disciplina para conseguir sus objetivos. El mayor éxito de las campañas publicitarias se da a través de la falacia argumentativa de la igualdad, al proponer a una audiencia con necesidades semejantes una realidad alterna, donde el ciudadano común puede obtener lo que aquellos con mejor posición económica tienen. La publicidad, en la mayoría de los casos y sentidos es *aspiracional*, crea en un grupo dado tanto la necesidad como el remedio a ésta, ya sea automóviles, ropa, casas, viajes; en resumen, estatus. Los productos, que son el motor de las economías modernas, aun cuando tienen un cuestionable uso práctico, son presentados por la publicidad como la meta última de la existencia, posicionándolos por encima de valores de otras épocas, como la religión o la patria.

Backman va un poco más allá, al afirmar que en esta modernidad occidental, lo más importante es el poder, aun temporal, donde se valora más la equidad por encima de la justicia, los medios sobre los fines, en un mundo donde predomina la apariencia, el cambio y lo relativo.⁹⁹ No en balde el discurso político enarbola con constancia la presunción de igualdad a través de la ciudadanía.

Esa sofisticación ha alcanzado también a los medios de comunicación, pues la tecnología ha implementado nuevos canales que empoderan, en apariencia, a los ciudadanos comunes para ejercer su derecho a la libre expresión. Aún más con el nacimiento de Internet, pues abrió tremendas posibilidades comunicativas, al reducir considerablemente los costos de implementación, así como los requerimientos generales para crear publicaciones, y de la misma forma, creó una sensación de ubicuidad que el papel nunca ha tenido.

Asimismo, debido a los mayores anchos de banda, aumento en la velocidad de procesamiento, cantidad de memoria y a la disponibilidad en general de los equipos de cómputo conectados a Internet, hoy es posible una mayor afluencia de usuarios que gestionan sus propios contenidos, y ya no dependen de los medios de comunicación tradicionales (incluidas las editoriales) para difundir ideas o modificar las ya existentes para adaptarlas a sus propósitos. Hoy la web es un gran escaparate de nociones, conceptos y debates que circulan con casi absoluta libertad, donde el ciudadano común comparte ideas y genera contenidos a su medida, que son compartidos con

⁹⁸ Platón, «Protagoras, Gorgias, Menon», en *Diálogos*, pp. 138-139.

⁹⁹ Backman, *Rhetoric and the rise of self-consciousness*, p. 140.

otros usuarios en apariencia ávidos por aprovecharlos. Los blogs y wikis, así como la consolidación del concepto de «medios sociales», son una muestra de que la sociedad sofisticada empodera a sus integrantes a exigir sus derechos y *hacer públicas sus quejas frente a la autoridad*.

Los comunicadores sociales (blogs y wikis) y los medios sociales

Un resultado de la «hipertextualización digital»¹⁰⁰ de ideas es la aparición de wikis y blogs. El wiki se nutre del conocimiento de la comunidad de usuarios, y genera contenidos de acceso libre para todos en la red. El contenido es validado por los mismos usuarios. En ese sentido, funcionan como las revistas científicas o académicas. Los usuarios proponen un *texto especializado*, que luego de ser publicado es auditado por los otros usuarios, al punto en que puede ser eliminado del sitio por no cumplir con los lineamientos previamente acordados. El ejemplo más conocido de este tipo de publicación es Wikipedia, que es una especie de enciclopedia universal, o un *libro electrónico social*.¹⁰¹ Tienen versiones en más de treinta idiomas, con más de cien millones de usuarios en todo el mundo y participantes de todos los orígenes. A pesar del nivel de complejidad de este sistema de publicación, Wikipedia es considerado en los medios académicos e intelectuales como un recurso de baja calidad, pues en apariencia carece de los niveles de validación que una revista especializada o libro pudiera tener, dado el proceso editorial relacionado. Se cree que este tipo de medios reduce la calidad de la discusión sobre un tema determinado y antes que ser fuente de información de calidad, provoca confusión e ignorancia. A pesar del prejuicio, Wikipedia es usado por millones de usuarios, quienes obtienen de ahí información sucinta, útil y, conforme su valoración personal, confiable.¹⁰²

Por otra parte, los blogs (apócope de «Weblog») son un medio de expresión alternativa a los medios convencionales. Para muchos de los autores de estos weblogs, su aportación sirve de contrapeso al entorno corporativo que representan periódicos, editoriales, revistas y televisoras, las cuales tienen fines comerciales, que potencialmente los obligaría a modelar sus contenidos con

¹⁰⁰ Un texto es hipertextual cuando es concebido como una serie de ideas relacionadas entre sí, temas comunes que construyen una compleja red de conceptos. Es hipertextual y digital cuando además estas relaciones son facilitadas por medio del código informático.

¹⁰¹ «Wikipedia, [...] is itself a special sub-genre of ebook: the social or networked book». Chris Armstrong, «Books in a virtual world», *Journal of Librarianship and Information Science*, p. 220.

¹⁰² Wikipedia tiene 13,918,246 de usuarios registrados, y ocupa el séptimo lugar en cantidad de usuarios únicos por mes según Alexa <http://www.alexa.com/topsites>.

base en los patrocinadores o, en otro sentido, responden a los intereses de los dueños del medio, a los de los gobiernos o hasta de ciertas familias y grupos sociales.¹⁰³

Algunos *bloggers* afirman que sus actividades son una verdadera lucha contra los medios de comunicación corporativos, encabezados por la televisión, y creen amenazar ese poder a través de sus publicaciones, pues consideran que los medios convencionales han sido superados por estos nuevos *medios de masas*:

*Una de las principales razones para el surgimiento del «pronariado» y la creciente influencia de los medios de masas es la crisis de confianza de los lectores y usuarios frente a los medios de comunicación tradicional. En los últimos treinta años la prensa escrita ha perdido credibilidad, al punto de que hoy algunos se preguntan si los medios escritos son una forma de comunicación anticuada. Es lo mismo para la televisión y a veces para la radio.*¹⁰⁴

Erik Ringmar, autor de *A Blogger's Manifesto*, propone que los *bloggers* son una nueva clase de comunicadores independientes, ávidos por expresar sus ideas en torno a múltiples problemas, y con una libertad que los medios convencionales no tienen. Esa es la razón por la cual, para él, el sistema, los propietarios de los medios de comunicación convencionales, ven amenazado el *status quo* y, en secreto aliados con los estados nacionales y los grandes poderes fácticos, se confabulan para deshacerse de estos comunicadores contestatarios.¹⁰⁵ La diferencia fundamental, entre los medios tradicionales (diarios, revistas, televisión y libros) es el enfoque en la censura o filtrado, pues «la diferencia entre medios tradicionales y comunidades de *weblog* es así: “el orden de las cosas en la transmisión masiva es, filtrar, luego publicar. En las comunidades es, publicar, luego filtrar”. Si vas a una cena, no envías tus comentarios por adelantado para que el anfitrión elija aquellos que puedes transmitir al grupo de invitados, pero así funcionan los medios masivos».¹⁰⁶

La «blogósfera» está en constante crecimiento aunque gran parte de los sitios existentes no se encuentran activos o están abandonados. Pese a ello, la cantidad de blogs puede contarse por millones, la mayoría de ellos en países de habla inglesa o en China, por razones de cantidad de población y de acceso a la tecnología informática.¹⁰⁷ En estos sitios podemos encontrar casi cualquier tópico, pues las compañías que ofrecen este servicio han reducido la complejidad de la

¹⁰³ Marshal McLuhan, *La Galaxia Gutenberg*, pp. 13-14. Para McLuhan, los soviéticos estaban más interesados en los resultados de la libertad de expresión y los estadounidenses en lo abstracto de la misma. Al igual que los estadounidenses, en México se habla de libertad de expresión como *símbolo* de democracia, cuando en realidad sólo quienes tienen recursos económicos pueden acceder a una libertad de expresión mediada por la ley e intereses económicos y políticos.

¹⁰⁴ Joël de Rosnay, *La révolte du pronariado*, p. 17.

¹⁰⁵ Erik Ringmar, *A Bloggers Manifesto*, pp. 13-19.

¹⁰⁶ J.D. Lasica, «Blogs and Journalism Need Each Other», en *Nieman Reports* / Fall 2003, p. 71.

¹⁰⁷ Samuel Martínez, Edwing Solano. *Blogs, bloggers, blogósfera. Una revisión multidisciplinaria*, p.

creación de un sitio web a prácticamente la creación de una cuenta y la selección entre unas cuantas opciones. Incluso los corporativos han adoptado este medio como un arma de relaciones públicas, en el que encuentran un amplio rango de posibilidades que les permitirá obtener nuevos negocios al posicionarse en la mente de los usuarios de Internet.¹⁰⁸

Como consecuencia de la existencia de los blogs, apareció el *microblogging*, basado en sitios web de redes sociales en línea, que son un fenómeno de comunicación de alto impacto en los sistemas sociales, en política internacional y en los sistemas editoriales y de gestión de contenidos, como en el caso de la industria musical y de películas. «Credited with phenomena that range in scope and scale from toppling governments (Moldova), to unleashing mass mobilizations (protest in Iran, humanitarian aid in Haiti)[...] For the first time, people can ‘see’ each other’s worlds across previously socially defined boundaries, one to one across time and space, or one to millions.»¹⁰⁹

Los sitios de redes sociales más exitosos: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+ y Orkut cuentan a sus usuarios por millones y están presentes en todo el mundo.

Las redes sociales son un complejo sistema de autogestión de contenidos que los propios usuarios usan para elaborar sus propios discursos,¹¹⁰ a través de lo que otros han hecho o pensado, mediante nuevas interpretaciones de lo que los comunicadores autorizados dicen. Frases célebres, videos, fotografías, imágenes con texto: las redes sociales permiten al usuario final la reinterpretación de lo que autores, editores, diseñadores y otros profesionales del quehacer editorial han publicado. La tecnología informática, en conjunción con estos canales multimedia que son las redes sociales, permiten que los antiguos lectores, hoy usuarios, transmitan ideas, configuren mensajes y creen, reúsen, reproduzcan y adapten los contenidos de otros a sus propios fines.

En este sentido, aunque al ser comparados con las publicaciones profesionales, los contenidos autogestionados son de pobre calidad, a veces plagados de ideas absurdas o errores ortográficos, atentados a la propiedad intelectual y brutalidad tipográfica, lo cierto es que son mensajes generados activamente entre millones de usuarios, y que se transmiten con mayor celeridad incluso que medios convencionales de amplio uso, como los diarios o la televisión.

¹⁰⁸ *Ibid*, p. 241

¹⁰⁹ Sarah Lewis, Roy Pea y Joseph Rosen, «Beyond participation to co-creation of meaning: mobile social media in generative learning communities», en *Social Science Information*, p. 533

¹¹⁰ «...‘Web 2.0’ revolutionized and democratized the capability of individuals to create and publish their own content, with a potential audience of billions...». Mark Bide, «Does copyright have a future?», en *Business Information Review Copyright*, p. 248.

Su poder de comunicación es tal, que se ha llegado a pensar que las redes sociales han impulsado las rebeliones de lo que se conoció como la *Primavera Árabe*, aunque este dicho es desproporcionado, pues como sabemos, la geopolítica (la intervención de poderes extranjeros en la política interna de países productores de petróleo o que representan un bien estratégico) se ha servido del descontento popular para derrocar a los gobiernos antagonistas de los países de occidente, aunque eso sí, las agencias de espionaje internacionales han usado esas redes sociales para organizar y fomentar las revueltas sin rastros.

La fragmentación de los mensajes y su falta de profesionalismo, antes que una barrera comunicativa, es uno de los factores para atraer a más usuarios; los alienta a compartir y expande su alcance. De alguna manera, aquello que no puede ser probado, que resulta ofensivo (no publicable en una publicación prestigiada) y siempre fuera de proporción, es lo que mejor se «vende» en el contexto de las redes sociales.

Por ejemplo, los usuarios mexicanos, durante las últimas elecciones presidenciales, se aprovecharon de algunos hechos mediáticos para atacar a los candidatos que ellos consideran *oficialistas*. En el caso de Peña Nieto,¹¹¹ por ejemplo, las redes sociales mostraron que sus grandes defectos eran, entre otros: peinarse con un copete alto, negro y opulento, haberse casado con una importante figura de las telenovelas y no saber los nombres de tres libros. Esto contrasta con lo que en el ámbito editorial sería trabajo profesional serio, pues en general cualquier editor se cuidaría bien de publicar comentarios que denotan ignorancia y falta de objetividad, como los que plagan las redes sociales, a menos que sean intencionales, al estilo de los caricaturistas de periódicos y revistas.

Probablemente esa es el área donde se ubican los contenidos autogestionados de las redes sociales. En éstas, los usuarios no desean profundizar en los temas que discuten, y mucho menos intentan sustituir a las publicaciones serias, como periódicos o libros, pues esos mismos usuarios de redes sociales, al ser sofisticados, tienen una cultura «libresca». Respetan a los libros por ser instituciones, y la mayoría de esos usuarios puede diferenciar entre la validez de lo contenido en los libros y lo fútil de lo que contienen las redes sociales.

¹¹¹ Miles de *chistes* que enmarcan la estupidez del entonces candidato circularon por las redes sociales. En Facebook incluso crearon una *página de fans* bajo el nombre *Chistes Peña Nieto* (<https://www.facebook.com/Chistes.de.Pena.Nieto>) donde intentan reunir todo el acervo. En Twitter, los *trending topics* fueron los comentarios de la hija de priista contra los detractores de su padre. <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/684053.insulta-hija-de-pena-nieto-a-tuiteros.html>

El fenómeno comunicativo de las redes sociales es, en cierta manera, parecido al de las jarcias y las moaxajas que datan de antes de la invención de la imprenta. Al igual que los autores de esas formas primitivas de poesía usaran lo que había a su alcance, las orillas de los documentos legales que seguramente ellos mismos habían escrito como parte de su oficio, los modernos comentaristas de las redes sociales no buscan reconocimiento a su trabajo, a pesar de que hay una inversión tanto en el conocimiento de programas de edición de imágenes y aspectos creativos. Por el contrario, pareciera que lo en verdad importante es dejar constancia de lo que se comunica.

Así pues, existe una necesidad comunicativa que va más allá de los medios sociales, y que ha buscado salidas facilitadas por otra clase de editores modernos, quienes, lejos de alimentar el modelo medieval del intelectual apegado al conocimiento, sin necesidades terrenas, son emprendedores que hacen uso de las tecnologías informáticas e Internet para crear modelos de negocio con mayor alcance que el de las publicaciones impresas. Facebook, por ejemplo, es uno de los puntos más altos de la corriente de la mercadotecnia en línea conocida como Web 2.0

Pero el discurso de los *microbloggers* en Facebook o en Twitter no busca la profundidad o trascendencia del de los *bloggers*, y está mediado y limitado por las características del servicio utilizado. Antes que constituir una discusión universal, estos comentarios parecen más una conversación casual en el sentido tradicional. Los usuarios de Facebook, por ejemplo, expresan ideas aisladas, como si hablaran consigo mismos, mientras otros responden con comentarios condescendientes, o con el lacónico botón de «Me gusta».¹¹² En comparación con una charla de café, las «actualizaciones de estado» carecen del interés del interlocutor, y se enfocan más en el emisor.

En comparación con los blogs, o los wikis, los sitios de *microblogging* pertenecen a marcas en el sentido tradicional, con metas corporativas (enfocadas a los resultados o el *bottom line*). El valor de Facebook, por ejemplo, se calcula en cincuenta billones de dólares, y el de Twitter, en alrededor de diez billones. Aunque sólo Facebook cotiza en la bolsa de valores de Nueva York, ambas compañías tienen inversionistas, empleados y capitales activos y pasivos. Así pues, ambas compañías deben tener un negocio. Aunque tal tema no está muy bien definido en el caso de Twitter, en lo que respecta a Facebook sin duda es la publicidad, el marketing. Los más de 500 millones de personas que han registrado sus datos en ese sitio, y cuyas interacciones son

¹¹² Algunos usuarios de Facebook han solicitado durante bastante tiempo la inclusión de un botón «No me gusta» dentro del sitio, pero la respuesta de la empresa es que ellos promueven una comunidad en un entorno positivo, en la que el botón representaría una contradicción.

almacenadas y clasificadas, representan una vasta base de datos que tiene un valor millonario.¹¹³ Estos datos son usados para perfilar los anuncios presentados en cada página: permiten publicidad uno a uno.

Aunado a esto, los sitios de *microblogging* implican la reducción de la complejidad que caracterizara a las redes humanas en línea. Cada comentario de los usuarios aísla y separa información sobre problemas complejos, de manera que cada tema es atomizado, sacado de su contexto. Esta trivialización de la comunicación en la web, aunque atribuible a la mercadotecnia, no representa la desaparición del poder comunicador de la web, ni su carácter alternativo. Antes debe ser un ejemplo de cómo la tecnología puede sofisticarse al grado de responder sólo al poder utilitario.

No llegaremos aquí a elucidar si, como se ha opinado, los blogs van a desaparecer, o se verán aislados a ámbitos especializados debido a su falta de sustentabilidad (lo que Barlow denomina «neutralidad de la red»),¹¹⁴ o si el marketing se apoderará totalmente de la web y desaparecerá su valor en cuanto a repositorio y generador de conocimiento. La web 2.0 parece ser sólo una de las muchas facetas de Internet, pero que no deja de lado todas sus otras posibilidades.

Self-publishing: ¿usted sabe quién es Amanda Hocking?

Parte de la inestabilidad del sistema de la edición, de su falta de equilibrio, consiste en que hay una oferta limitada por las corporaciones editoriales, quienes cuentan con los autores que pueden vender más ejemplares. Las autoridades, en todas las materias, firman contratos redituables con los sellos más grandes, con el fin de que sus ejemplares lleguen a más público y así obtener mayores beneficios. Por otra parte, esas mismas organizaciones, de carácter mundial, cuentan con los medios para obtener y fabricar nuevas autoridades que les permitan a su vez publicar sus contenidos, en una carrera interminable para apoderarse de grandes sectores del mercado de compradores de publicaciones.

Los concursos internacionales de literatura, por ejemplo, que cada vez más se ganan la desconfianza de ciertos sectores del público, son una excelente plataforma para «lanzar» a nuevos autores, cuyo valor es precisamente ganar esos concursos. Certámenes como el premio Planeta¹¹⁵

¹¹³ Estadísticas. Facebook. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

¹¹⁴ Aaron Barlow, *The Rise of the Blogosphere*, p. 184.

¹¹⁵ El concurso del Grupo Planeta tienen entre sus más grandes escándalos el plagio de una novela de María del Carmen Formoso por nada menos que Camilo José Cela, plagio que, al ser instigado por el editor de éste, tiene sometido a juicio a José Lara, director de Planeta: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20101018/cultura/abren-juicio-contra-lara-20101018.html>

se han visto empañados por el plagio, así como concursos organizados por entidades¹¹⁶ que persiguen la publicación de obras, es decir, buscan insumos (*input*) para el sistema editorial.

Así pues, los certámenes son sólo uno de los medios de los que se valen las editoriales para encontrar nuevos autores, y firmar con ellos contratos de largo plazo, que les permiten un flujo constante de contenidos para su venta como publicaciones tradicionales. Estas prácticas comunes desequilibran al sistema editorial, de manera que las empresas con mayores alcances económicos pueden seguir allegándose contenidos *originales* como lo hacían los primeros editores, mientras las empresas familiares o pequeñas, deben basarse en otros modelos de negocio, que les permitan mantenerse competitivas.

La tecnología informática ha proveído a nuevos empresarios de la edición de fundamentos para la creación de negocios que en cierta forma parecen innovadores. Un modelo atractivo para editoriales estadounidenses y europeas es el de publicación de tesis de posgrado, que luego son puestas a disposición del público lector en línea, en forma de PDF o bien, para su impresión bajo demanda. El concepto pareciera idéntico a cualquier otro de antes de esta era de la información, sin embargo, lo que llama la atención es la propuesta de llegar a una publicación sin fronteras, con algunos rasgos únicos:

1. Los autores no tienen que ser forzosamente autoridades, y sus trabajos tampoco tienen que representar un hito en su respectivo ámbito de conocimiento, basta con que provengan de un tema de titulación de una formación superior.
2. El rasgo anterior muestra que esta gestión editorial se orienta primero hacia la cantidad. Quienes empiezan estos negocios buscan tener más oferta, lo que les permitirá colocarse mediante posicionamiento orgánico en buscadores (*Search Engine Optimization*), a disposición de los posibles compradores de su producto.
3. Al carecer de un sistema editorial tradicional, donde no participan dictaminadores, el negocio carece de la validación que permite el surgimiento de autoridades. Aún más, los editores que contratan estas obras ni siquiera las conocen; su único contacto con el tema es que aparezcan en algún sitio web universitario como reseña de un examen de grado.
4. La oferta de servicios editoriales no está incluida en esta gestión editorial. Los procesos editoriales que se harían en una empresa de impresiones convencionales no se realiza en

¹¹⁶ Abundan las acusaciones de plagios hechos por García Marques, Carlos Fuentes, Bryce Echenique e historias de autores menos conocidos, como Paulina Wendt, quien ganó el Premio de cuentos Paula, donde fungió como jurado Juan Villoro y Rodrigo Fresán. http://occidentes.com.ar/noticias/literatura/767/el_plagio_en_la_literatura:_de_escandalo_en_escandalo_.htm

este tipo de modelos, a menos que sean pagados por el autor. Corrección de estilo, diseño de caja, tipografía, formación, corrección ortotipográfica, ilustración y otras superespecialidades de las casas editoriales salen de este esquema debido al costo que implicarían, conforme al volumen de textos esperados.

5. Los editores de adquisiciones persiguen los textos en línea. Buscan en los sitios web de las universidades nuevas tesis de titulación, y contactan a sus autores para lograr firmar un contrato de exclusividad que les garantice el retorno de su inversión.

En algunos entornos educativos mexicanos se ve a este tipo de editoriales con recelo, pues al no tener una presencia física tradicional, sino un espacio virtual y una oferta de publicación que no es solicitada por el autor, carecen de la confianza y el prestigio que representa el sistema editorial tradicional. Aunado a esto, las prácticas de interacción de los editores de adquisiciones de esas empresas se parecen más a las de los golpeadores telefónicos de las cobradoras de deudas bancarias. Peor aún, su marketing resulta engañoso. Por ejemplo, el lema de Organización Editorial Española (<https://www.eae-publishing.com>) ofrece «publicación sin costo para académicos» y «publicar tesis sin costo», así como la distribución mundial del texto una vez impreso. Su oferta no aclara si se harán ejemplares para esta distribución en una sola tirada o serán bajo demanda, y tampoco es muy clara la razón por la que al autor se le entrega una versión digital de sus texto y por qué el precio de venta «depende de varios factores, tales como: la estimación de la circulación comercial, la especificación y evaluación de las audiencias respectivas, los costos variables de producción-que dependen del volumen del texto».

A la larga, este tipo de empresas, cuyo ejemplo en español es la empresa española mencionada arriba, copia del modelo ampliamente extendido en Estados Unidos, no hacen sino incrementar la cantidad de contenidos disponibles en la web, los cuales de muchas manera cuentan con procesos de validación que los blogs y los wikis no tienen, y que definitivamente ni se piensan en relación con los contenidos autogestionados en redes sociales, pues el trabajo académico debería garantizar investigación y revisión cuidadosas. Pese a ello, parece que la opinión generalizada en la actualidad, en diferentes latitudes, es que su modelo de negocios despierta desconfianza, además de que inundan la red con contenidos basura.¹¹⁷ De cualquier manera, no sería sorprendente que surgieran más empresas en línea con una oferta parecida, pues al parecer es un negocio de

¹¹⁷ Este blog muestra una apasionada diatriba contra la editorial mencionada. Aunque sus razones parecen válidas, habría que revisar cuidadosamente si no están viciadas por razones subjetivas. <http://criticacida.wordpress.com/2012/03/04/porque-no-publicar-en-editorial-academica-espanola/>

autogestión rentable, pues no implica mucha inversión sino en una infraestructura de tecnología informática básica y un modelo de comisiones para los *editores de adquisición*.

Frente a este modelo de autogestión de contenidos orientado a la publicación de contenidos académicos, existe una opción con un mejor fundamento financiero y mayor respeto en los lugares donde ya se encuentra en operación, debido al nombre de la marca. El servicio de Amazon.com, *Kindle Self-Publish*, es un modelo de autogestión de contenidos que busca ser una alternativa a los procesos de publicación tradicional; no se relaciona con el ya mencionado principio de autoridad para la creación y aceptación de autores en el sistema, y cuestiona también, en cierta medida, las formas tradicionales de protección de la copia, pues incluso incluye la opción, para los autores, de permitir que su texto sea prestado por quienes lo adquieren a sus conocidos, mientras el autor recibe un porcentaje de un fondo que en este momento es de alrededor de un millón de dólares para quienes deciden participar en esa modalidad. Es decir, el libro publicado en Kindle KDP es susceptible de ser leído por varios usuarios sin menoscabo de la ganancia del publicador y el autor.

Este modelo de negocios es uno de los grandes negocios de Amazon.com. Esa compañía, ha sido un punto de comparación para la industria desde que irrumpió en 1996. Entonces la forma de distribución de libros sucedía como desde hacía más o menos quinientos años, con las tradicionales librerías dominando el panorama de la distribución de libros en Estados Unidos y el resto del mundo. Por ejemplo Border Bookstore, librería fundada en 1971, tenía una oferta de entre cien y doscientos mil títulos en cada una de sus supertiendas, y «En su punto más alto, en 2003, Borders operaba 1,249 tiendas Borders y Waldenbooks».¹¹⁸ Esta cadena de librerías se fue a la quiebra en 2011, luego de intentar competir con Amazon desde 1995, cuando esta última empezó a vender libros en línea. El otro competidor que le queda a Amazon es Barnes & Noble, pero no parece ser una amenaza para esa gigantesca fábrica de éxitos financieros.

Aunque Amazon empezó vendiendo partes para computadora, hoy en día comercializa una gran cantidad de productos, que incluyen ropa, aparatos electrónicos, computadoras, dulces, accesorios para dispositivos, equipos de jardinería y un gran etcétera. La razón por la que es un gran éxito es su modelo de servicio, que consiste en envíos de productos al domicilio de cliente a bajo costo, buenas garantías de entrega y de regresar productos que no son del gusto de sus clientes, aunado a la gigantesca oferta. Hoy en día ya comercializan también servicios de Cómputo

¹¹⁸ The Associated Press, «Borders books to close, along with 10,700 jobs», [en línea][http://www.cbsnews.com/2100-201_162-20080539.html]

Cloud,¹¹⁹ venden servicios de audio (descargas de MP3), videojuegos, y aplicaciones para dispositivos con Android. Sus negocios se han extendido a todo el mundo, por lo que cuentan con infraestructura de negocios en EUA, Europa, Asia, China y Brasil, aunque hacen envíos a casi cualquier país.

Su gran Impacto en la economía y negocios internacionales se debe a que han establecido un modelo de negocios que se caracteriza por «requerir una amplia personalización de su sistema de información y procesos de negocios para adaptarse a las necesidades del cliente en línea».¹²⁰ Esta personalización incluye identificar al consumidor y ofrecerle productos que se relacionan con sus búsquedas, deseos de compra y compras anteriores, por lo que conocen sus gustos profundamente, y nutren aún más ese conocimiento al hacerlos partícipes de la experiencia de compra de otros, pues invitan a quienes ya compraron un producto a que proporcionen sus críticas, para ayudar a otros a tomar decisiones; son pues pioneros en la habilitación de las redes sociales.

Con todo ese aparato mercadológico en marcha, su entrada en el mundo de los libros desde 1995 ha producido un verdadero impacto en el mundo editorial no sólo por lo que implican para la distribución de libros y revistas. El producto de mayor venta para Amazon en 2010 fue un pequeño dispositivo al que denominan Kindle, que superó ese año la venta que la compañía hizo del *best-seller Harry Potter and the Deathly Hallows*. Kindle fue originalmente un *e-reader* o lector electrónico, que usaba la tecnología denominada papel y tinta electrónicos, que permite desplegar texto en una pantalla que no genera luz, sino que acomoda pequeñas moléculas de color negro en una superficie contrastante para producir un efecto semejante al de los libros: una mancha de tinta en un papel electrónico; como afirmó Jeff Bezos, fundador de Amazon y accionista mayoritario «El libro se ha convertido en un increíble dispositivo».¹²¹ Hoy Kindle cuenta con varios modelos que incorporan lo último de la tecnología de *tablets*, y están basados en una modificación de un sistema operativo llamado Android, de tecnología abierta, por lo que son muy baratos en comparación con su competencia.

¹¹⁹ «The word "cloud" often refers to the Internet. However, the term "cloud computing" refers to the services that have enabled the cloud to become so prominent in everyday life. Hardware and software services from a provider on the Internet (the "cloud"). Cloud computing comprises SaaS ("software as a service"), IaaS ("infrastructure as a service") and PaaS ("platform as a service")». PC Magazine Enciclopedia, [<http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/57964/cloud-computing>]

¹²⁰ B. Mahadevan, «Business Models for Internet based E-Commerce. An Anatomy.», *En California Management Review*.

¹²¹ Stephen Levy, *The Future of Reading*, en *Newsweek Magazine*, [noviembre 17 de 2007] [En línea] <http://www.thedailybeast.com/newsweek/2007/11/17/the-future-of-reading.html>

Así pues, Amazon está metido en la distribución de libros, y se ha asociado con editoriales de todo el mundo para contar con un gran catálogo que en este momento tienen mayoritariamente títulos en inglés, francés, japonés y chino, y pronto incluirá también títulos en español y portugués, mientras prosiguen con sus planes de expansión hacia todo el mundo. Pero además de esta área de negocio, Amazon ha ido más allá de proporcionar a sus usuarios con una plataforma de socialización de compras, y desde hace algunos años tienen un negocio que se dedica a la publicación de autores independientes denominado KDP, o Kindle Direct Publishing, «un sistema que permite a los autores eludir a los editores tradicionales y negociar directamente con Amazon». Esto implica que los autores no se ven sometidos al sistema editorial tradicional, y no requieren a los editores, dictaminadores, correctores de estilo, y hasta cierto punto a los críticos. Un autor de *self-publishing* en el sistema KDP no necesita ser una autoridad, pues no hay una política ni escrita ni figurada que discrimine a un autor porque nunca ha escrito nada, ni siquiera porque escribe mal o no sabe acerca de lo que escribe. La plataforma KDP es tan *sofisticada* (en el sentido que Backman establece en *Sophistication: Rhetoric & the Rise of Self-Consciousness*) que no discrimina a nadie.

Para publicar en Amazon uno debe simplemente armar su texto en un formato de texto común, por ejemplo el de Word de Microsoft, o en cualquier otro formato de texto. El estilo y el formato dependen del autor, bajo algunos lineamientos que pueden ser encontrados en la guía de formato en línea de KDP,¹²² pero que se reducen a la simplificación del texto en el procesador de palabras, el uso de imágenes que no sean demasiado grandes, un tabla de contenidos, párrafos indexados, ítems guiados (hipervínculos en el texto) y lo que conocen como *black matter*: bibliografía, apéndices, notas y glosarios, que ayudan a posicionar al título en el buscador de Amazon.

Este sistema, que para los editores tradicionales no representaría una estrategia rentable porque atenta contra el principio de autoridad, tanto de la editorial como el del autor mismo, se ha convertido en un medio de difusión para autores desconocidos, que les permite ganancias muy altas: «"La mayoría de mis meses son de seis cifras," dice Hugh Howey, un autor de 37 años, originario de Florida, cuya serie de libros digitales "Wool" fue destacada por Amazon. "Es más que lo que habría esperado ganar en un año."»¹²³ Por ello, la lista de autores de *self-publishing* con grandes volúmenes de ventas ha crecido al punto de que muchos de ellos reciben regalías crecido al punto de que muchos de ellos reciben regalías por cientos de miles de dólares.

¹²² Welcome to Kindle Direct Publishing!, [<https://kdp.amazon.com/self-publishing/help>]

¹²³ John D. Sutter, «Self-published e-book author: 'Most of my months are six-figure months'», CNN. [<http://edition.cnn.com/2012/09/07/tech/mobile/kindle-direct-publish>]

Autores que previamente fueron rechazados por editoriales convencionales, hoy son *exitosos self-publishers*, y algunos de ellos están rodeados de un aura casi mítica. Amanda Hocking, una joven estadounidense autora de *Switched*, parte de una trilogía que previamente fue rechazada por varios editores, en un extremo de necesidad publicó sus novelas en KDP. Su mito auto creado dice que necesitaba 300 dólares para ir a ver una exhibición de John Henson, el autor de los Muppets a Chicago, y se le ocurrió usar Amazon para ver si podía reunir ese dinero entre sus familiares y amigos. Unos seis meses después, en octubre de 2010, no sólo había obtenido los 300 dólares, sino que ya contaba con ganancias por US\$20,000, resultado de la venta de ciento cincuenta mil copias de su primera novela. Veinte meses después, ya había llegado a vender 1.5 millones de libros, con lo que ganó dos y medio millones de dólares. Ed Pilkington, de *The Guardian*, afirma que, cuando los historiadores analicen cómo se modificó el mundo editorial, y lo que el fenómeno del *self-publishing* provocó en el siglo XXI, necesariamente tendrán que hablar de Amanda Hocking: «Así que dejemos a los historiadores tomar nota: Amanda Hocking pudo ir a Chicago a ver los Muppets. Y en el camino ayudó a fomentar una revolución en la edición global.»¹²⁴ Esta autora no es un fenómeno aislado, forma parte de una serie de autores que ya no necesitan editoriales. En la lista de los libros más vendidos en Inglaterra por Amazon, durante 2012, por ejemplo, quince fueron de *self-publishers*, y cuyas ventas parecen muy altas en relación con la realidad mexicana: «...61 autores KDP han vendido más de 50,000 copias de sus libros. También reveló que 12 autores KDP han vendido más de 100,000 copias, mientras 50 autores ganaron más de £50,000, y once de ellos, más de £100,000».¹²⁵

Esto nos lleva al problema económico. Las editoriales tradicionales contratan a sus autores y les pagan (normalmente) regalías, que consisten en un porcentaje de las ventas totales o en una cantidad total, que puede o no corresponder con el volumen de ventas. En algunos entornos editoriales, como la academia en países como el nuestro, las editoriales universitarias pagan estas regalías en especie, con una cantidad de libros. Las editoriales profesionales suelen pagar adelantos que se basan en los principios de «Pagar lo menos posible y pagar como máximo la mitad de las regalías totales a pagar del primer año»,¹²⁶ los porcentajes pagados dependen de «la importancia de cada autor y de la categoría de la editorial, la categoría del libro y la demanda de la

¹²⁴ Ed Pilkington, Amanda Hocking, the writer who made millions by *self-publishing* online, *The Guardian*, [12 de enero de 2012] [En línea: <http://www.guardian.co.uk/books/2012/jan/12/amanda-hocking-self-publishing>]

¹²⁵ Lisa Campbell, Self-published authors on Kindle bestseller list, en *The Bookseller*, [07.01.13] [En línea: <http://www.thebookseller.com/news/self-published-authors-kindle-bestseller-list.html>]

¹²⁶ Thomas Woll, *Editar para ganar: estrategias de administración editorial*, p. 149-150.

obra en el mercado».¹²⁷ A esto hay que añadirle que también dependen del factor editorial. El contrato del KDP es mucho más simple: todos los autores reciben el 75% de las ventas totales del libro vendido, y un porcentaje de una bolsa internacional para aquellos autores que participen en el sistema de préstamos de Kindle. Así, las ventajas económicas de los autores de *self-publishing* en KDP son más atractivas que en las editoriales convencionales.

El *self-publishing* no requiere de la mediación del editor y la editorial, por lo que Amazon KDP no es una editorial, sino un sistema digital que hace posible entregar ideas directamente al lector. No hay un filtrado del editor, ni siquiera existe la mediación que consiste en el *misse en page* que menciona McKenzie.¹²⁸ La tipografía es la misma para todos los títulos, los papeles (en este caso los digitales), son modificados conforme a las necesidades del usuario, de manera que está en las manos del usuario elegir el tamaño de la tipografía y el color de fondo del texto, así como la brillantez de la pantalla, entre otras cosas. Esta forma de publicación implica algoritmos (reglas de operación de un dispositivo o sistema informático), que dan forma a lo que se despliega en la pantalla, lo que constituye un sistema cognitivo.¹²⁹ La diferencia fundamental con la *misse en page*, asociada con las publicaciones impresas, consiste en que el sistema cognitivo digital funciona a través de patrones por medio de los cuales los usuarios acceden a ideas en soportes digitales e interpretan los significados en una forma distinta a la tradicional.

Lo anterior se relaciona con los soportes para la lectura. Mientras la forma de las publicaciones impresas era decidida, a través del proceso editorial, con base en valoraciones del mismo sistema, en las publicaciones digitales la forma se da a través de las convenciones establecidas entre el usuario y el autor, así como las establecidas en el soporte. En el caso de KDP, sus textos están pensados para ser desplegados en el sistema Kindle, que puede ser instalado en una computadora personal o en un dispositivo móvil (*smartphone* o *tablet*), o que se ejecuta como parte de un entorno propio de la marca, un lector electrónico Kindle o una *tablet* Kindle Fire. Las características del texto en este formato de *self-publishing*, dependerán de estas características del entorno y en general, funcionarán bajo las reglas establecidas en ese soporte: búsqueda, marcas dentro del texto, *black matters* (prólogo, índice, glosario, etc.), opciones de navegación, opciones de compartición en medios sociales, etc.

¹²⁷ *Idem.*

¹²⁸ El término *misse en page*, usado por McKenzie, originalmente se usaba para designar a la organización de una página manuscrita de un texto medieval. Graham Douglas Caie, Denis Renevey, *Medieval Texts in Context*, p. 28.

¹²⁹ Bonnie Mak, *How the page matters*, p. 18.

Además de este servicio proveído por Amazon, existen algunos otros que comparten una visión semejante, aunque sin contar con el aparato mercadológico y los alcances comerciales de Kindle KDP. Una muestra de este tipo de sitios es Wattpad. Éste es, inicialmente, un servicio basado en un sitio web, donde los escritores y usuarios forman “una comunidad para descubrir y compartir historias”, y que es de carácter gratuito. Esta comunidad de *self-publishing* se basa en los mismos principios que KDP, y que contrastan con los de la edición tradicional, pues no hay restricciones para la autoría, ni costo para la lectura. En este sitio, y en sus variantes para dispositivos móviles, es posible encontrar textos de autores desconocidos en su mayoría, muchos de ellos de ficción literaria, con las temáticas establecidas por lo que está de moda. Las variantes fundamentales, en comparación con Kindle KDP, se encuentran en que no hay un costo por la lectura, hay una abundancia de títulos en lenguas diferentes al inglés (el sitio es canadiense), y los autores pueden serializar sus textos, es decir, hacer entregas de sus historias, al estilo de la novela realista del siglo XIX. Una de sus contribuyentes dice “Wattpad abre las puertas y engrandece la vista donde las puertas están cerradas y la vista restringida.” Esa frase, aunque contiene una retórica de marketing, implica la antítesis del sistema editorial y apunta hacia la libertad implícita en el *self-publishing*, al hecho de que la autoría no requiere autoridad ni validación.

Además de esas formas de self-publishing, y como muestra de que es un fenómeno en expansión, apenas en los últimos días del pasado mes de mayo, la librería Casa del libro punto com ha lanzado el servicio «Autopublicación Tagus», que consiste en una oferta similar a la de KDP. Tres diferencias son fundamentales: Tagus está en español, pues la empresa es española; los modelos de licenciamiento de la obra incluyen una modalidad en la que, si la obra no ha sido publicada antes, pasa por un proceso de cuidado editorial, lo que de alguna manera ayudará a cierto grupo de escritores no profesionales; los esquemas de licenciamiento, aunque variados, llevan a la misma conclusión, el porcentaje de ganancia de la plataforma Tagus es de 70%, mientras el autor recibe 30%, exactamente lo contrario que en KDP. Finalmente, hay que señalar que Tagus, al ser parte de una empresa que no cuenta con tecnología propia, usa el formato de archivos Epub, un estándar internacional, basado en tecnología abierta, que requiere un compilador, un programa de un tercero para poder ser interpretado, esto es, los libros de Tagus pueden ser leídos en aplicaciones como Aldiko, Digital Editions y otras plataformas.

Así pues, la tecnología informática está posibilitando un nuevo entorno para la compartición de textos que va más allá del proveído por el sistema editorial, lo que parece mostrarnos que la autogeneración de contenidos *originales* será una tendencia común en el futuro. Aunque por

ahora es demasiado pronto para prever el impacto que estas formas de *self-publishing* tendrán en los editores y autores convencionales, lo cierto es que no parece ser un fenómeno aislado, y que apenas se encuentra en proceso de expansión,¹³⁰ mientras los emporios corporativos como Amazon y Google lo vean como una buena fuente de ingresos, y en el camino a sus resultados financieros, están poniendo en crisis valores que durante siglos fueron el fundamento del sistema editorial y que lo hacían tan importante para todos los otros sistemas. Como editor no puedo dejar de preguntarme cuál será mi función es un mundo que no necesita de mi mediación para la producción de contenidos, sean o no *de calidad*, y donde el autor ya no requiere ser una autoridad ni ser validado por el sistema editorial.

¹³⁰ Incluso en algunos estudios se relacionan los procesos de self-publish con la academia, pues al menos en EUA, la tercera parte de los académicos encuestados han publicado su trabajo por medio de sitios web propios o de sus instituciones. I. Rowlands, D. Nicholas y P. Huntington, «Scholarly communication in the digital environment: what do authors want?», en *Learned Publishing*, p. 267.

Reflexiones finales

Este trabajo parte de la reflexión de que lo editorial es un sistema, donde cada una de sus partes tiene una función y una interacción con el resto. En particular, me interesaba caracterizar a la aparición de la figura del autor y cómo este se convirtió en una autoridad mediante el uso de una construcción clásica, en la relación de *autoritas* y la *potestas*. La relación entre el editor y el autor es también inversa, pues sin autores no habría sistema editorial ni podríamos hablar de una industria. El autor no es sólo el proveedor de la materia prima de la industria, es también quien da un carácter de industria intelectual a lo editorial, y posiciona a los editores dentro de su campo. El editor da y recibe autoridad. El lector ha sido, dentro de esta tradición intelectual, un extraño dentro del sistema editorial (aunque activo en otros sistemas), que recibe los contenidos proveídos desde el sistema y se contenta con aprovecharlos desde afuera.

Frente a ese paradigma de la edición tradicional, la tecnología presenta opciones nuevas para los usuarios, en muchos planos, incluidos el de la libertad de expresión frente al principio de autoridad. Los sistemas de *self-publishing*, incluidos el uso de wikis, blogs y las plataformas de publicaciones digitales como Amazon, permiten hoy que cualquier ciudadano sofisticado comparta sus ideas y las publique como si se tratara de expertos, pero sin la mediación del sistema editorial. La tecnología informática, se encuentra en constante evolución, y al tiempo en que oferta nuevos soportes y dispositivos, también hace posible la creación de nuevas formas para compartir ideas con base en las previas, aunque transformadas en otra clase de objetos. Dentro de la autogestión de contenidos, llama la atención que se haya empoderado al usuario a tal extremo que ya no es necesario que se convierta en un autor (en el sentido tradicional) para publicar, pues «la unidad del texto no está en su origen, sino en su destino».¹³¹ Es ahí donde la oferta de empresas como Amazon y Wattpad adquieren una gran relevancia, pues retan directamente a las antiguas figuras del sistema editorial en su propio terreno: los editores ya no son necesarios para proporcionar autoridad a unos autores que, para poner sus contenidos al alcance de los posibles usuarios, sólo deben ponerlos en línea y en cierta manera *empujarlos* hacia esos lectores.

Los blogs y wikis, sistemas de autogeneración de contenidos, han dado paso a los medios sociales en línea o microblogging, tipo Facebook y Twitter, entre muchos otros. Éstos plantean una nueva realidad, en la que el editor no necesariamente plantea contenidos a los usuarios, en espera de que sean utilizados. Es la plataforma misma, con sus reglas y limitaciones, la que interactúa con el usuario, y modela sus necesidades de contenido a la vez que lo habilita para satisfacerlas. Los

¹³¹ Roland Barthes, *La muerte del autor*, p. 5

medios sociales hacen posible que los usuarios compartan trozos aislados de información en nuevos contextos, por ejemplo frases, imágenes, videos que, comentados por un usuario, pueden llegar a convertirse en obras derivadas que necesariamente tendrán algún tipo de valor.

No por ello el usuario está exento de someterse a un sistema, con sus particularidades, lo que incluye ceder su información o participar en cadenas de publicidad al estilo de los sitios más grandes de medios sociales como Facebook, LinkedIn y Pinterest. De cualquier manera, hay que reconocer que los nuevos fenómenos comunicativos de self-publishing han impulsado a la libertad de expresión; basta con ver que muchas de las noticias más escandalosas de los medios tradicionales en México (diarios, noticiarios en TV y Radio), se basan en autogestionados por el ciudadano común, como la larga cadena de «gentlemen» y «ladies» que han ocupado las redes sociales a través de videos y comentarios, para luego saltar a los medios convencionales. La autogestión implícita en el *self-publishing* parece pues, resumir los cuestionamientos que los usuarios de Internet y la web parecen hacer: ¿por qué pagar por contenidos cuando nos pertenecen a todos?, ¿cuál es el valor real del autor?, ¿qué más puedo hacer con la tecnología?, ¿para qué queremos el derecho de autor? De tal manera que hoy, vemos difuminarse la barrera entre ser autor y lector, sin la mediación de un sistema editorial.

Ese fenómeno de libertad de expresión, que en apariencia hace posible la participación del ciudadano promedio en la vida pública de los países, no habría sido posible sin la existencia de la tecnología informática, pero en espacial, de lo que conocemos como software libre u *open source*. La mayor parte de las tecnologías informáticas actuales se basan en este tipo de tecnologías abiertas para continuar con su progreso. Sin ir más lejos, las computadoras personales no serían como las conocemos si IBM no hubiera abierto su arquitectura, pero sus ramificaciones se extienden a casi cualquier área del conocimiento humano, y también se enfrentan con las formas de administración del conocimiento y la riqueza tradicionales. En nuestro medio, es muy relevante el uso del estándar EPUB para la creación de publicaciones digitales, aunque con sus particularidades. Ante la cuestión de cómo crear contenidos digitales, casi cualquier editor preguntará cómo hace para evitar que sean compartidos por el usuario que los compra originalmente; esto es un tema común en los encuentros editoriales. En ellos se olvida, sin embargo, que cuando se imprime un libro y se vende a un lector, no se le exige que no lo comparta. Ciertamente, la ley prohíbe la reproducción del impreso convencional (a través de la copia fotostática o cualquier otro medio de reproducción) porque viola los intereses de autores y editores, pero a ningún editor se le ocurriría pensar en medios para evitar que el libro pase de un

lector a otro, de una generación a la siguiente, sin por ello incurrir en nuevos costos. Extraño es que se busque hoy crear candados para la compartición, cuando ésta es el fundamento de los nuevos paradigmas de conocimiento, así como la base legal del uso del código abierto en el que se basa EPUB.

Esto se debe, considero, a que el paradigma editorial, que tienen un fundamento totalmente renacentista, basado en la entrega de artículos terminados o en caja, no combina con la estructura de los nuevos sistemas, en los que ya no se entregan objetos físicos, sino que se comercia con datos, información y conocimiento; la nueva *materia de intercambio es intangible*. En ese panorama es natural que se dé la colisión entre diferentes sistemas, ejemplificados casi siempre en demandas:

1. La del Authors Guild y los editores contra Google, cuando ésta última decidió digitalizar, sin permiso expreso de los dueños de los contenidos, los libros de las bibliotecas universitarias, con lo que se dañó el patrimonio de las empresas y los dueños de los derechos. La demanda modificó la iniciativa de Google, que para algunos implicaba la creación de una moderna Biblioteca de Alejandría, y limitó así el acceso del lector.
2. La del gobierno de los Estados Unidos contra Apple, Harper Collins, Hachette, Pearson y Simon & Schuster por establecer lo que el antiguo presidente de Apple denominó como «agency model», un bonito esquema en el que el editor fija el precio, Apple se lleva su treinta por ciento, y el lector siempre paga más de lo que pagaría con otros proveedores. Finalmente las corporaciones editoriales aceptaron un arreglo mediante el cual accedieron a regresar lo que cobraron de más. Apple, por supuesto, no ha aceptado, pues sus tendencias comerciales son muy poco éticas.
3. Las librerías independientes (un negocio en franca extinción), acaban de demandar a Amazon, Random House, Penguin, Hachette, HarperCollins, Simon & Schuster y Macmillan, por el uso de DRM en sus publicaciones digitales, que impide al lector compartir las publicaciones adquiridas incluso entre sus propios dispositivos.¹³² Es decir, si uno compra un libro en Amazon no puede usarlo en Nook, o en cualquier otro lector. Esta demanda no parece querer proteger al lector, sino reducir la porción de mercado de Amazon, calificada como monopolio.

¹³² Andrew Losowsky, «DRM Lawsuit Filed By Independent Bookstores Against Amazon, 'Big Six' Publishers» en *Huffington Post*, [http://www.huffingtonpost.com/2013/02/20/drm-lawsuit-independent-bookstores-amazon_n_2727519.html]

Esas colisiones son provocadas por la crisis del sistema de generación de contenidos tradicional, y parece ser aún más relevante que la tecnología misma. Así pues, el sistema editorial se encuentra en un estado caótico por la presencia de nuevas tendencias económicas y por la ausencia de la capacidad de regulación de instancias externas, como los Estados nacionales, los cuales se ven limitados debido a los procesos de globalización económicos y sociales. Es por ello que han surgido nuevas instancias que, al tiempo que cuestionan los pilares del sistema editorial, como la autoría tradicional y el derecho de autor, también proponen nuevas alternativas para la compartición de contenidos. Ese es el caso de Creative Commons, una iniciativa de cesión de derechos de uso que se basa en acuerdos explícitos entre quien crea el contenido y quien lo usa, que se basa en las leyes del derecho de autor, pero que no respeta el modelo fundamental del sistema editorial: no copiar, no modificar, no compartir. Algunos autores opinan que CC sirve como contrapeso a las políticas de derecho a la copia (copyright) impulsadas por creadores comerciales y los grandes medios corporativos, de manera que retan el control oligopólico de esos medios, originalmente facilitado por las leyes impulsadas por los cabilderos de los medios de masas en todo el mundo, incluidos los editoriales.¹³³

Creative Commons es sólo uno de los esfuerzos para normalizar el estado caótico actual, por lo que el estado de las cosas no necesariamente continuará así. La normalidad de los sistemas (conforme a las leyes de la termodinámica) tienen la tendencia, luego de estos periodos de entropía o desorden, de entrar en periodos de calma, que son posibles gracias a regulaciones y esfuerzo de ordenamiento, como los realizados al crear las leyes relativas al copyright y al derecho de autor, desde el siglo XVII al XVIII. Es muy probable pues, que la aparición de nuevas regulaciones también afecten al mundo del *self-publishing* y a las publicaciones digitales, lo que tal vez normalice la relación entre quienes crean contenidos y quienes los consumen, aunque no necesariamente regresaremos al estado previo al desorden; probablemente habrá nuevas clase de mediadores que no forzosamente se parecerán a ese ícono renacentista que es el editor. Es probable que el nuevo mediador sea más un *vendor* (esa es la expresión usada en Amazon para definir a quien adquiere contenidos), cada vez más orientado a la consecución de resultados económicos.

Así pues, el futuro de la humanidad tiene necesariamente algo parecido a los libros, un objeto virtual o físico que de alguna manera cumplirá con los mismos fines. Ese futuro de los libros

¹³³ Marc Garcelon, «An information commons? Creative Commons and public access to cultural creations» en *New Media & Society*, pp. 1307–1326.

deberá considerar tanto el entorno cambiante como las necesidades y aspiraciones de los usuarios, por lo que el paradigma de entrega de contenidos sostenido hasta ahora parece no ser adecuado ya. Por una parte la participación de los usuarios es un derecho al que difícilmente se renunciará, así que ese probable libro digital deberá integrar la autogestión de contenidos como parte fundamental, pero no sólo en un esquema donde se sustituya al autor-autoridad tradicional, sino donde sea posible que el usuario participe en la integración de piezas de contenido a manera de una especie de escritura colaborativa donde posiblemente una publicación conserve las modificaciones previas y se enriquezca así de la participación grupal a través del tiempo.¹³⁴ Ese tipo de autogestión también deberá sacar provecho de las capacidades de colaboración remota y simultánea posibilitadas por el video y audio de los sistemas de conferencias, por lo que los usuarios seguramente podrán crear contenidos mientras los discuten en tiempo real con otros no ubicados espacialmente en el mismo lugar.

Las posibilidades de contar con un texto digital que integre también capacidades de video y audio, son sólo parte de lo que hoy conocemos como libro digital mejorado (*enhanced ebook*), pero en ciertos ambientes, será necesario integrar capacidades lúdicas que aumenten el interés del usuario en el tema presentado. Los libros de texto, por ejemplo, que han sido objeto de debate debido a sus problemas de efectividad en todos los niveles educativos, probablemente integrarán juegos didácticos que permitan a los alumnos adentrarse en las problemáticas y entender mejor los conceptos. En estos casos, el *self-publish* permitirá a los alumnos complementar tareas y asignaciones en el salón del clase dentro de la publicación digital, en un ambiente donde los resultados serán de mayor calidad. Además, la evaluación se facilitará al estar integrada en las actividades, lo que probablemente elimine el problema de los exámenes tradicionales.

Resta decir que el presente trabajo deja pendientes muchos temas de investigación que pueden ser muy interesantes. Interesante será descubrir cómo evolucionan las formas de contar historias que antes eran literarias, y que hoy en día se pueden construir sin autoridades, en formas más libres, menos academicistas. También será interesante conocer investigaciones relacionadas con los soportes, la piratería, los problemas de privacidad provocados por la entrega de datos de usuarios a los gobiernos por parte de los servicios digitales, las nuevas regulaciones que saldrán del Acta del Nuevo Milenio y las modificaciones en las formas de lectura, sobre todo las formas

¹³⁴ Ya se empieza a definir esta actividad como Autoría Sustentable o Sustained Authorship, en la cual los autores se conectan en redes productivas para crear recursos que les permiten modelar su publicación digital. Tim Laquintano, «Sustained Authorship: Digital Writing, Self-Publishing, and the ebook», en *Written Communication*, pp. 469-493

como usábamos el cerebro y los ojos para leer en papel, y cómo los usamos (y en especial cómo los usan las nuevas generaciones) para leer en pantalla: «El paso de los códices a la pantalla es tan grande como el cambio del rollo al códice. Establece nuevas formas de lectura que todavía no podemos describir completamente, pero que muy seguramente traerán prácticas nuevas y sin precedentes de lectura».¹³⁵ Ese tema es de capital importancia para entender la evolución del libro en su ruta hacia un nuevo tipo de publicación, de características digitales, que no necesariamente se parecerá a lo que hoy conocemos como libro electrónico. En algún punto redescubriremos que la transformación del sistema editorial responde a su interacción con los otros sistemas, así como a los cambios en las personas y sus objetos provocados por los fenómenos sociales y la tecnología, lo cual altera la forma como entendemos al universo.

¹³⁵ Cavallo, G. y Chartier, R., *A History of Reading in the West*. P. 29..

Referencias

- ANDERSON, Eric, *Social Media Marketing: Game Theory and the Emergence of Collaboration*, Berlín, Springer, 2010, 188 pp.
- APTARA, *Revealing the Business of eBooks – The Fourth Annual eBook Survey of Publishers 2009-2012*, 431 pp.
- ARGÜELLES, Juan Domingo, «Leonardo Nierman en el vértigo de la transparencia», en Ibero, México, Revista de la Universidad Iberoamericana, año IV, número 24, febrero-marzo de 2013, pp. 32-37.
- ARTILES, Gustavo, *Un enigma llamado Shakespeare*, México, FCE, 2004, 236 pp.
- BACKMAN, Mark, *Rhetoric and the Rise of Self Consciousness*, Woodbridge, Ox Bow Press, 1991, 182 pp.
- BARLOW, Aaron, *The Rise of the Blogosphere*. Westport, Greenwood Publishing Group, 2007, 200 pp.
- BARTHES, Roland, *El susurro del lenguaje*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, 1987, 433 pp.
- BARUH, Lemi, «Read at your own risk: shrinkage of privacy and interactive media» en *New Media & Society*, 2007, Vol. 9(2):187-211.
- BEARNE, Eve et al., *Reading on Screen Research Report*, The United Kingdom Literacy Association, 32 pp.
- BETANCOURT, Fernando, *Derecho romano clásico*, Sevilla, Universidad de Sevilla, Secretariado de Publicaciones, 2001 657 pp.
- BERTALANFFY, Ludwig Von, *Teoría general de los sistemas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1976, 312 pp.
- BIDE, Mark, «Does copyright have a future?», en *Business Information Review Copyright*, p. 248.
- BOURDIEU, Pierre, «Campo intelectual y proyecto Creador», en M. Barbut et al. *Problemas del estructuralismo*, México, Siglo XXI, 1966, pp. 135-182.
- *Campo de poder, campo intelectual*, Editorial Montessor, Buenos Aires, 2002, 126 pp.
- *Intelectuales, política y poder*, traducción de Alicia Gutiérrez, Buenos Aires, UBA/ Eudeba, 2000, 270 pp.
- BOUCHOUX, Deborah E., *Intellectual Property for Paralegals*, Clifton Park NY, Cengage Learning, 2009, 516 pp.
- BRIGGS, Asa, Burke, Peter, *Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*, Cambridge, Polity Press, 2010, 320 pp.
- BUTLER, Margaret, «Android: Changing the Mobile Landscape», *IEEE Pervasive Computing*, enero-marzo 2011, pp. 4-7.
- BUXTON, Richard, *El imaginario griego*, New York, Cambridge University Press, 1994, 255 pp.
- CAMPBELL, Joseph, *El héroe de las mil caras*, Madrid, Fondo de Cultura Económica de España, 1959, 372 páginas.
- CAVALLO, G. Chartier, R. *A History of Reading in the West*, Paris, Editions du Seuil, 1997, 488 p.
- CASTAÑÓN, Adolfo, *Los Mitos del Editor*, México, Lectorum, 2005, 259 pp.
- FUNDACIÓN VÍA LIBRE, *Monopolios artificiales sobre bienes intangibles*, Fundación para la Difusión del Conocimiento y el Desarrollo Sustentable Vía Libre, Córdoba, 2007, 130 pp.
- CHARTIER, Roger, *Cultura escrita, literatura e historia*, México, Fondo de Cultura Económica, col. Espacios para la lectura, 272 pp.
- *El presente del pasado: escritura de la historia, historia de lo escrito*, México, Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia, 2005, 225 pp.
- *Prácticas de la lectura*, Plural Editores, La Paz, 2012, 241 pp.
- COROMINAS, Joan, *Breve diccionario etimológico*, 3ª edición, Barcelona, Gredos, 2005, 628 pp.

- DE ROSNAY, Joël, *La révolte du pronetariat*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 2006, 260 pp.
- CAIE, Graham Douglas, y Renevey, Denis, *Medieval Texts in Context*, New York, Routledge, 2008, 257 pp.
- FEBVRE, Lucien, Henri-Jean Martin, *La aparición del libro*, México, Librería, 2005, 515 pp.
- FOUCAULT, Michel, «¿Qué es un autor?», en *Litoral nueva serie nº 25/26: La función secretario*, Córdoba, Edelp, Mayo 1998, pp. 35-71.
- GARCELON, Marc, «An information commons? Creative Commons and public access to cultural creations» en *New Media & Society*, Vol 11(8): 1307-1326.
- GASTALDI, Viviana, Gambón, Lidia, *Sofística y Teatro Griego*, Bahía Blanca, Universidad Nacional del Sur, 2006, 223 pp.
- GOLDSCHMIDT, E. P., *Medieval Texts and Their First Appearance in Print*, New York, Biblio and Tannen Booksellers and Publishers, 1943, 143 pp.
- FCE, *Memoria del Congreso Internacional del Mundo del libro*, México, FCE, 2009, 350 pp.
- GRAZIOSI, Barbara, *Inventing Homer: The Early Reception of Epic*, New York, Cambridge University Press, 2002, 291 pp.
- HIPPEL, ERIC von, *Democratizing innovation*, Cambridge, MIT Press, 2005, 204 pp.
- JOHNS, Adrian, *Piracy*, Chicago, The University of Chicago Press, 2009, 626 pp.
- LABARRE, Albert, *Historia del libro*, México, Siglo XXI Editores, 2002, 150 pp.
- LAQUINTANO, Tim, «Sustained Authorship: Digital Writing, Self-Publishing, and the ebook», *Written Communication*, 27(4) 469-493, Sep 14, 2010.
- J.D. LASICA, «Blogs and Journalism Need Each Other», en *Nieman Reports / Fall 2003*, p. 71.
- LONGO, Mariano, Stefano Magnolo, «The Author and Authorship in the Internet Society», *Current Sociology*, p. 834.
- LOONEY, J. Thomas, *"Shakespeare" Identified in Edward De Vere: The Seventeenth Earl of Oxford*, London, Duell, Sloan and Pearce, 1949, 476 pp.
- LEWIS, Sarah, Roy Pea y Joseph Rosen, «Beyond participation to co-creation of meaning: mobile social media in generative learning communities», en *Social Science Information*, p. 533
- LOWENSTEIN, Joseph, *The Author's Due*, Chicago, The University of Chicago Press, 2002, 349 pp.
- LUHMANN, Niklas, *Introducción a la teoría de sistemas*, México, Universidad Iberoamericana, 1995, 427 pp.
- B. MAHADEVAN, «Business Models for Internet based E-Commerce. An Anatomy.», En *California Management Review*, Summer2000, Vol. 42 Issue 4, p. 55.
- MAK, Bonnie, *How the page matters*, Toronto, University of Toronto Press, Scholarly Publishing Division, 2011, 176 pp.
- MARTÍNEZ, Samuel y Solano, Edwing. *Blogs, bloggers, blogósfera. Una revisión multidisciplinaria*, México, Universidad Iberoamericana, Primera edición electrónica, 2000, 242 pp.
- MARTÍNEZ, Jesús A., *Historia de la edición en España, 1836 1936*, Madrid, Marcial Pons Historia, 2001, 531 pp.
- MCKENZIE, Donald Francis, *Bibliography and the sociology of texts*, New York, Cambridge University Press, 1999, 130 pp.
- MCLUHAN, Marshall, *La galaxia Gutenberg: génesis del homo typographicus*, 1998, 419 pp.
- MILTON, John, *Aeropagítica, 3ª ed.*, México, Fondo de Cultura Económica, 2000, 105 pp.
- MORIN, Edgar, *El método, vol. 1*, Barcelona, Cátedra, 2007, 448 pp.
- Nielsen, Jakob, *Design Web Usability*, Indiana, New Riders Publishing, 2000, pp. 16-162.
- PARSONS, Talcott, *El sistema social*, Barcelona, Alianza Editorial, 1999, 371 pp.
- PATTERSON, Lyman Ray, *Copyright in historical perspective*, Vanderbilt University Press, 1968, 264 pp.

- PLATÓN, *Diálogos*, 9ª edición, México, Editorial Porrúa, Num. 13, col. Sepan Cuántos..., 1970, 735 pp.
- RINGMAR, Erik, *A Blogger's Manifesto. Free Speech and Censorship in the Age of the Internet*, Londres, Anthem Press, 2007, 148 pp.
- ROGERS, Everett M., *Diffusion of innovations*, 5ª edición, New York, Free Press, 551 pp.
- ROSE, Mark, *Authors and Owners*, New York, Harvard University Press, 1993, 176 pp.
- ROWLANDS, Ian; Nicholas, Dave; Huntington, Paul, «Scholarly communication in the digital environment: what do authors want?», en *Learned Publishing*, Volumen 17, Número 4, Octubre 2004, pp. 261-273(13).
Universidad de Murcia, *Homenaje al profesor Juan Roca Juan*, Murcia, Universidad de Murcia, 1989, 859 pp.
- SCHIFFRIN, André, *La edición sin editores, Las grandes corporaciones y la cultura*, México, Ediciones ERA, 2001, p. 63.
- SHIN, Dong-Hee, «Understanding e-book users: Uses and gratification expectancy model» en *New Media & Society*, 2011, 13(2) 260-278.
- SIMONE, Raffaele, *La tercera fase: formas de saber que estamos perdiendo*, Madrid, Santillana-Taurus, col. Pensamiento, 2001, 165 pp.
- WOLF, Friedrich August, *Prolegomena ad Homerum, sive, De operum Homericorum*, Volumen 1, Halis Saxonum, 1795, 280 pp.
- WOLL, Thomas, *Editar para ganar: estrategias de administración editorial*, México, Librería, 2003, 357 pp.
- ZABLUDOVSKY, Gina, *Sociología y Política: El Debate Clásico y Contemporáneo*, México, UNAM, 1995, 305 pp.

EN LÍNEA:

- Alexa web. Alexa Top Sites. The top 500 sites on the web.
<http://www.alexa.com/topsites>. [En línea. Consultado el 13 de febrero de 2011].
- Facebook, Sala de prensa, en Facebook,
<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> [En línea: consultado el 10 de febrero de 2011]
- Huff, Richard, Super Bowl ratings: Saints victory over Colts was most-watched program of all time, beating 'MASH', 5 de julio de 2010
<<http://www.nydailynews.com/entertainment/tv/2010/02/08/2010-02>>
- Ronda Hauben, «Chapter 2. The Evolution of USENET: the poor man's arpanet», en *Netizens: On the History and Impact of Usenet and the Internet*. [En línea],
[<http://www.columbia.edu/~rh120/ch106.x02>]
- ACD, De 1777 à nos jours, [En línea][<http://www.sacd.fr/Historique.31.0.html>]
- US Copyright Office, Copyright Act of 1790, [en línea]
www.copyright.gov/history/1790act.pdf,
- SACD, De 1777 à nos jours, [En línea][<http://www.sacd.fr/Historique.31.0.html>]
- OMPI Sitio web oficial. Principales eventos, [En línea]
[<http://www.wipo.int/treaties/es/general/>]
- Premio Planeta 2009 [En línea]
(<http://www.sigojoven.com/grupos/noticias/articulo/premio-planeta-2009>), hasta las acusaciones de plagio. El ganador del premio Nobel, Camilo José Cela, fue acusado de plagiar una novela de María del Carmen Formoso, cedidas nada menos que por su editor, miembro del jurado del concurso
[<http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/europe/article6140391.ece>].

El presunto plagio de Cela irá a juicio [En línea] [17 de octubre de 2010]
[http://www.elpais.com/articulo/sociedad/presunto/plagio/Cela/ira/juicio/elpepusoc/20101017elpepusoc_2/Tes]

Abren juicio contra José Lara, presidente de Planeta, por presunto plagio de Camilo José Cela [En línea] [18 de octubre de 2010]

[<http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20101018/cultura/abren-juicio-contralara-20101018.html>]

Cedillo, Jesús R., El plagio en la literatura: de escándalo en escándalo. [En línea], Argentina, [septiembre 2012]

[http://occidentes.com.ar/noticias/literatura/767/el_plagio_en_la_literatura:_de_escandalo_e_n_escandalo_.htm]

Ilizaliturri, César, Por qué (No) Publicar en “Editorial Académica Española”, [En línea], México, [enero 2013]. [<http://criticacida.wordpress.com/2012/03/04/porque-no-publicar-en-editorial-academica-espanola/>]

The Associated Press, «Borders books to close, along with 10,700 jobs», [en línea][http://www.cbsnews.com/2100-201_162-20080539.html]

PC Magazine Enciclopedia, «Cloud Computing Definition», [En línea], [<http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/57964/cloud-computing>]

Stephen Levy, «The Future of Reading», en *Newsweek Magazine*, [noviembre 17 de 2007] [En línea] <http://www.thedailybeast.com/newsweek/2007/11/17/the-future-of-reading.html>

Lance Wthiney, «Google asks court to ax book-scanning suit from Authors Guild», *CNET*, http://news.cnet.com/8301-13578_3-57548451-38/google-asks-court-to-ax-book-scanning-suit-from-authors-guild/.

Peter Cohan, «Apple Maps' Six Most Epic Fails», en *Forbes*, [En línea] <http://www.forbes.com/sites/petercohan/2012/09/27/apple-maps-six-most-epic-fails/>

Amazon Kindle, «Welcome to Kindle Direct Publishing!», [En línea], [<https://kdp.amazon.com/self-publishing/help>]

Jim Milliot, «Amazon: E-book Sales Soared, Print Crawled», en *Publisher's Weekly*, [En línea], <http://www.publishersweekly.com>.

John D. Sutter, «Self-published e-book author: 'Most of my months are six-figure months'», *CNN*, [En línea], [septiembre 2012], [<http://www.cnn.com/2012/09/07/tech/mobile/kindle-direct-publish>]

Ed Pilkington, «Amanda Hocking, the writer who made millions by self-publishing online», *The Guardian*, [12 de enero de 2012] [En línea] [<http://www.guardian.co.uk/books/2012/jan/12/amanda-hocking-self-publishing>]

Lisa Campbell, «Self-published authors on Kindle bestseller list», en *The Bookseller*, [7 de enero de 2013] [En línea] [<http://www.thebookseller.com/news/self-published-authors-kindle-bestseller-list.html>]

Sociedad Max Planck, ed. 2003. La Declaración de Berlín sobre acceso abierto. *GeoTrópico*, 1 (2), 152-154, versión PDF. [En línea] [http://www.geotropico.org/1_2_Documentos_Berlin.html]

«The Open Source Definition» en The Open Source Initiative [<http://opensource.org/docs/osd>]

International Digital Publishing Forum Website, [<http://idpf.org/epub>]

Thomas Catan, Jeffrey A. Trachtenberg y Chad Bray, «U.S. Alleges E-Book Scheme», en *The Wall Street Journal*, [<http://online.wsj.com/article/SB10001424052702304444604577337573054615152.html>] [En línea] [Abril 11 de 2012]