

Quehacer editorial 15

*Formas y contenidos,
lectura y estadísticas
en el mundo de las maravillas*

Quehacer editorial 15

Director general

Alejandro Zenker

alejandro.zenker@solareditores.com

Consejo Editorial

Alejandro Zenker	Jesús R. Anaya Rosique
Arturo Ahmed Romero	Juan Domingo Argüelles
Camilo Ayala Ochoa	Lourdes Epstein
Carlos Anaya Rosique	Margarita Sologuren [†]
César Augusto Pérez Gamboa	Virginia Krasniansky
Mauricio López Valdés	Sofía de la Mora
Xiluén Zenker	

<i>Cuidado editorial</i>	<i>Formación y tipografía</i>
Elizabeth González	Víctor Daniel Abarca

Las citas de las falsas de este número están tomadas de *Antimanual para lectores y promotores del libro y la lectura. La utopía y el imperativo de leer*, de Juan Domingo Argüelles, publicado en México por editorial Océano en 2008, y corresponden a las páginas 149, 348, 209 y 373.

Quehacer editorial es una publicación que surgió en 2002 y se propuso como un foro abierto de información, reflexión, análisis y debate en torno a la edición en una época de rápidos cambios. Desde entonces se ha publicado de manera totalmente independiente. Así pues, *Quehacer editorial*, la revista que es libro, busca llevar la palabra del autor al lector mediante una reflexión constante sobre las ciencias y artes del libro, así como la opinión del lector a los autores y editores para que la asimilen.

Quehacer editorial es una publicación abierta, de análisis y debate, por lo que las opiniones expresadas en sus páginas no reflejan forzosamente las de sus editores, sino las de los autores, únicos responsables de sus artículos. No respondemos por originales no solicitados, pero invitamos a todos los involucrados en el proceso de producción y en el ciclo del libro a enviarnos sus colaboraciones a la dirección quehacereditorial@edicionesdelermitano.com. La versión electrónica de la serie la encuentran en nuestra página www.quehacereditorial.com.

Visite también la página www.edicionesdelermitano.com para conocer nuestro catálogo.

Publicación realizada en colaboración con el Instituto del Libro y la Lectura, A.C. (ILLAC).

Primera edición, febrero de 2016.

© 2015, Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V.
ISBN: 978-607-8412-33-4

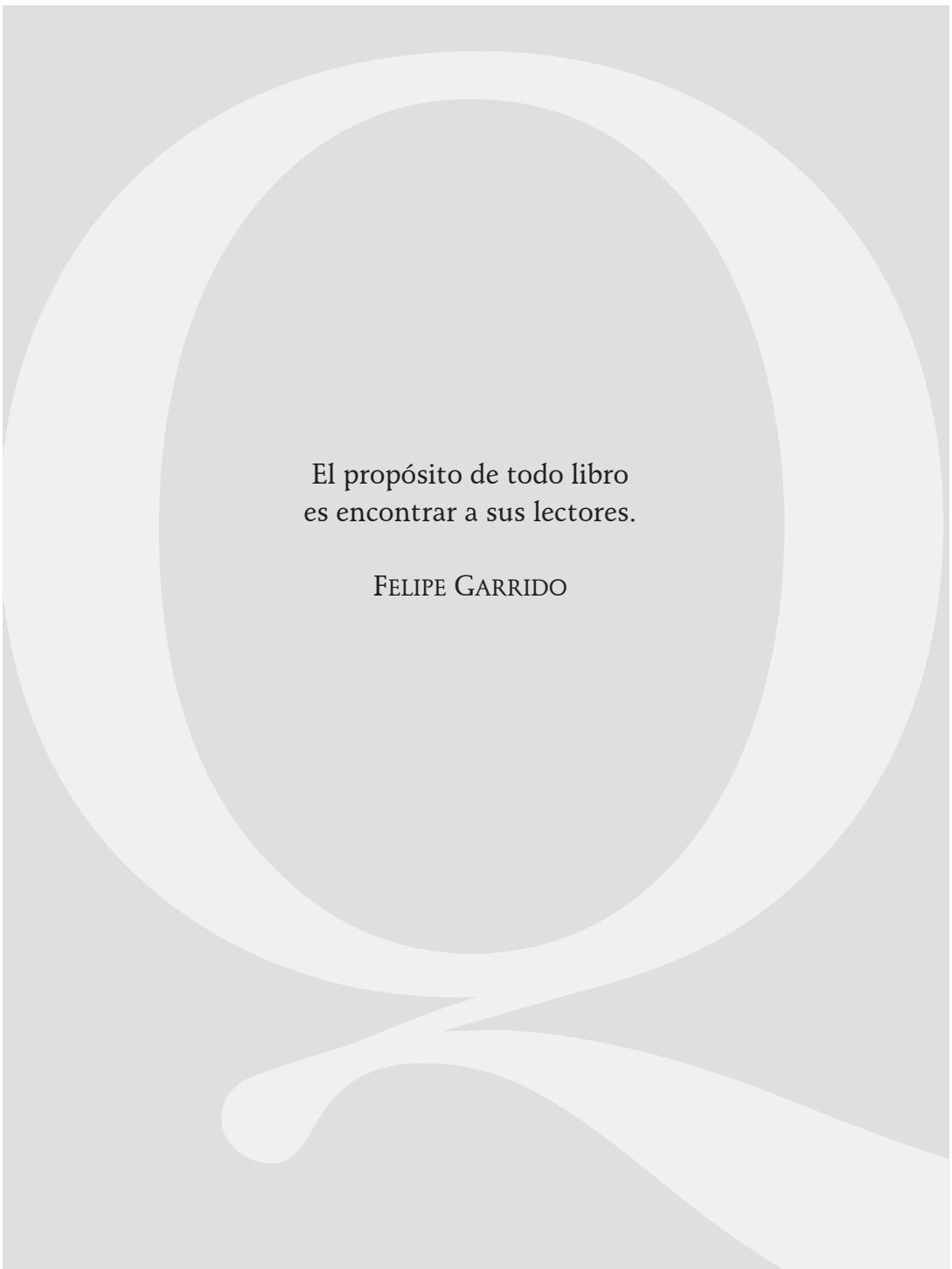
Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V., Calle 2 número 21, San Pedro de los Pinos, 03800 México, D.F.
Teléfono y fax: +52 (55) 5515-1657 con 12 líneas. www.solareditores.com

Hecho en México/Made in Mexico.

Contenido número 15

- 7 La medición cuantitativa y cualitativa
de la lectura en la época de transición,
Alejandro Zenker
- 13 La lectura en México: uso, abuso y manipulación
de las estadísticas,
Juan Domingo Argüelles
- 23 Inconmensurabilidad de la lectura,
Camilo Ayala Ochoa
- 29 Imaginar otros mundos,
Juan Manuel Domínguez
- 43 Reflexiones bucaneras,
Francisco de León
- 57 El *Corsario Negro* y su p2p del infierno,
Manuel Dávila Galindo Olivares
- 71 La postura ética del editor ante
la desintermediación,
José Pulido Mata
- 87 Esquemas y perfiles: la organización editorial
libraria,
Mauricio López Valdés
- 105 Conceptualización de la praxis editorial
en revistas contraculturales,
José Alfredo Cabrera Morales

-
- 119** Sobre la pequeña edición: apuntes,
Jacinto Martínez
- 129** Edición sostenible: agentes de cambio en la toma
de decisiones,
Vianney A. González Luna
- 139** Aprender a ser maestro, enseñar a escribir,
Sandro Cohen
- 145** Del bulbo al tren bala: edición universitaria,
Sofía de la Mora Campos
- 163** Los contenidos académicos abiertos: una
muestra de la diversificación de los contenidos
editoriales digitales,
Jenny Teresita Guerra González
- 169** Alcances de la Ley del Libro para las librerías en
México,
Enrique Richter
- 179** La encuadernación artística contemporánea,
Susana Domínguez Martín
- 185** Pasiones de segunda mano,
Lorenzo Figueroa Cornejo
- 191** Retrospectiva tipográfica y nuevas tecnologías
en el quehacer editorial,
Alejandro Zenker



El propósito de todo libro
es encontrar a sus lectores.

FELIPE GARRIDO

La medición cuantitativa y cualitativa de la lectura en la época de transición¹

Medir todo se ha convertido desde hace mucho tiempo en una manía humana. Desde que fuimos capaces de concebirlo, hemos querido saber de qué tamaño es el universo y de qué está compuesto. No sorprende, por tanto, que queramos comprender también el tamaño de ese otro universo menor que es el de la lectura. Desde un punto de vista comercial, la medición tiene sentido: los editores queremos saber de qué tamaño es el pastel, aunque eso no nos produzca a final de cuentas más que frustración, dado que no podemos comérmolo todo. Pero medir cuantitativamente nos da, en apariencia, una idea del mercado al cual nos dirigimos y de las dificultades para llegar a él. Sabemos que somos más de cien millones de habitantes, para los cuales tenemos menos de 1 500 librerías. Sabemos que, supuestamente, leemos tres libros en promedio, lo que haría de las librerías uno de los negocios más rentables, pues si multiplicamos lo que presuntamente se lee y lo dividiéramos entre las librerías existentes, les aseguro que hoy no habría llegado en taxi o metrobús, sino transportado por mi propio chofer o, de plano, en helicóptero.

La pregunta que plantea Lourdes Epstein en este coloquio es, por tanto, más que pertinente: ¿para qué medir la lectura? ¿Acaso es medible? Ya sabemos que las

Desde un punto de vista comercial, la medición tiene sentido: los editores queremos saber de qué tamaño es el pastel, aunque eso no nos produzca a final de cuentas más que frustración.

¹ Ponencia en el coloquio “Medir la lectura, ¿para qué?”, 5 de marzo de 2015, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Ciudad de México.

Leer y comprender cabalmente 150 libros no es una hazaña menor en esta época. El problema, más que cuantitativo, es en realidad cualitativo.

Si admitimos la categoría de la diversidad y el respeto a la misma como una característica de los derechos humanos, la medición se vuelve aún más compleja, y la pregunta “¿qué medir?”, tremendamente difícil de resolver.

estadísticas del pasado eran falaces y su interpretación, errónea. Nos acostumbramos a la famosa cifra de que los mexicanos leen en promedio casi tres libros al año y nos tiramos al suelo cuando, en realidad, si dicha cifra fuera cierta, no estoy seguro de que fuera tan mala. Si suponemos un promedio de 50 años de vida lectora, al final del trayecto habríamos leído alrededor de 150 libros. Y una persona que ha leído 150 libros, así sea a lo largo de toda su vida —pensando que ésta tuviera entre 72 y 78 años en promedio—, no anda tan mal culturalmente hablando, a menos que... reflexionemos sobre el tipo de lectura que habrá estado haciendo y la calidad de la misma. Es decir, leer y comprender cabalmente 150 libros no es una hazaña menor en esta época. El problema, más que cuantitativo, es en realidad cualitativo. O al menos hay una correlación indisoluble entre la cantidad y la calidad, sin la cual entender el problema no sería posible.

El problema se complica porque, en general, un intento de medición implica asignar un valor a lo que se mide. Y ese valor generalmente tiene implícita una carga ideológica y cultural. “Mucho” o “poco” son conceptos relativos. ¿Qué te hace rico o pobre? ¿Qué te hace inteligente o tonto? ¿Qué te hace culto, o inculto? Conforme ha avanzado la ciencia, y con ella lo que llamamos “civilización”, hemos sido capaces de comprender el valor de la diversidad. Si durante mucho tiempo las ideologías dominantes pretendieron homogeneizarnos a todos, a reducirnos a un solo denominador común —como lo hemos vivido con sus terribles consecuencias en el terreno de la religión fundamentalista o las dictaduras totalitarias, como el nazismo—, hoy se abren enormes espacios en las democracias modernas que permiten, por fin, la diversidad. Pero la diversidad implica un grado creciente de complejidad. Si admitimos la categoría de la diversidad y el respeto a la misma como una característica de los derechos humanos, la medición se vuelve aún más compleja, y la pregunta “¿qué medir?”, tremendamente difícil de resolver. Porque no vemos, no sentimos, no olemos, no escuchamos ni degustamos

igual. En un país tan complicado como México, pululan las cosmovisiones. Y un mismo libro, un mismo poema, una misma imagen, un mismo clima, suscitan sensaciones distintas en cada individuo y en cada grupo distintivo.

Con esto no quiero descalificar los intentos por cuantificar la lectura. Por el contrario. Todo ejercicio cuantitativo me parece importante si está bien llevado a cabo y debidamente segmentado. No obstante, hoy en día se incorporan aspectos inéditos en la historia de la humanidad que hacen que un ejercicio de análisis cualitativo y cuantitativo tenga que responder a paradigmas para algunos de los cuales quizá ni siquiera tenemos realmente herramientas adecuadas de medición. Me refiero al fenómeno conocido como “nativo digital”, es decir, a quien nació expuesto a las nuevas tecnologías de información, las asimiló y, con ello, vivió modificaciones sustanciales en la manera de emplear el cerebro para llevar a cabo las mismas tareas que quienes les antecedieron, es decir, los migrantes digitales. A lo largo de la historia siempre hubo diversidad, así como una irrefrenable tendencia a acabar con ella por parte de quienes ejercían en uno u otro momento el poder, particularmente el de la fuerza. Que jamás se haya podido acabar con la diversidad ni en los más duros y cruentos episodios de la historia pone de manifiesto que la diversidad es nuestro destino. Afortunadamente. No obstante, si ya en un pasado remoto, cuando la diversidad se daba simplemente a partir de entornos económicos, políticos, geográficos y socioculturales varios, hoy, con las redes sociales y la movilidad geográfica de por medio, esa diversidad se ha multiplicado exponencialmente. Hoy todos tienen sus espacios, y lo que otrora parecía estar condenado a desaparecer, hoy resurge con renovados bríos.

Si la diversidad aumenta, si ni las balas de aquellos sanguinarios sátrapas que fueron a asesinar en París a caricaturistas que se mofaban de las patrañas de grupos extremistas —lamentablemente tan extendidos en el mundo— han logrado acallar las voces disonantes en su cosmovisión, si ni mi rotunda oposición ha logrado que mi

Todo ejercicio cuantitativo me parece importante si está bien llevado a cabo y debidamente segmentado.

Que jamás se haya podido acabar con la diversidad ni en los más duros y cruentos episodios de la historia pone de manifiesto que la diversidad es nuestro destino.

En un universo de 194 países en cinco continentes, en los cuales se hablan más de 6 000 lenguas, hay comunidades a las que El Quijote o la Biblia les tienen sin cuidado.

hija deje de tatuarse todo el cuerpo y mi labor fotográfica en el terreno del erotismo no me ha llevado aún a la hoguera, si hoy podemos mentarle la madre a Peña Nieto sin temer desaparecer al salir de este espacio donde uno lo proclama, ¿qué no acontece en el mundo que nos circunda?

Eso, eso precisamente, hace que el mundo de lo diverso, de lo difícilmente medible, prevalezca, crezca y se reproduzca. Y eso nos lleva de nueva cuenta al tema de lo que queremos medir, cuantificar. Y también a cuestionar a quienes inocente o estúpidamente plantean cuáles son los 10, 50 o 100 libros imprescindibles que deberías leer antes de morir. En un universo de más de 130 millones de libros publicados a lo largo de la historia de la humanidad, de 194 países en cinco continentes, 54 en África, 50 en Europa, 48 en Asia, 35 en América y 14 en Oceanía, en los cuales se hablan alrededor de 6 000 lenguas, hablar de 100 libros es realmente... ¿tonto?

Estamos hablando de comunidades a las cuales *El Quijote*, *Cien años de soledad* o la Biblia les tienen absolutamente sin cuidado. Es más, a la mayor parte de la humanidad esas obras no les dice nada. ¿Qué medir, pues? ¿Quien en China no sabe quién es Gabriel García Márquez es un ignorante? ¿O quien en México no sabe quién es Kim Chunsu es un pendejo?

Siendo uno de los escritores más populares entre los jóvenes, probablemente en una encuesta nacional sobre lectura pocos sabrían quién es Alberto Chimal. Y, en términos de nuevos medios, tal vez serían más quienes mencionen a Gabriel Montiel de "Werevertumorro", o Caeli de "CaE-LiKe" como sus referentes vs. Televisa. Porque estos últimos tienen *ratings* superiores a la mayor parte de los programas de la TV abierta o de CNN incluso.

Pero eso es "lectura".

Igual lo que *texteamos*, lo que leemos en Facebook, lo que *tuiteamos*... Medición de lectura es, hoy, analizar antes que nada qué se lee, cómo se lee y para qué se lee. Si partimos de esquemas obsoletos, de acuerdo con lo cual "lectura" es leer libros, y definimos "libros" de acuerdo

con los intereses de una industria editorial en decadencia, estamos pendejos.

Y uso el término antiacadémico “pendejos” a propósito. Si hablara un alumno Tec en mi lugar (y miren que mi hija es recién egresada del Tec, por lo que tengo buena escuela) diría (y cito):

La neta, güey, que nos quieran medir esos pendejos, güey, en función de sus obsesiones, güey, está cabrón, güey. Estos pendejos, güey, no han entendido, ¿eh? güey, que, neta, sí leemos, güey. Y que piensen que no entendemos lo que leemos, güey, me emputa, güey, porque está de la verga, güey, que no sepan estos hijos de puta, güey, que tenemos más vocabulario, güey, que esos hijos de la chingada, güey. Si tenemos un pinche presidente de la verga, güey, qué quieren, güey. ¿Que hablemos como ese hijo de puta corrupto, güey, con su *Gaviota*, güey, que no sabe citar tres pinches putos libros, güey? No, pues están pendejos, güey. Nosotros sí leemos, güey. Y si no nos creen, que lean nuestros chats, güey, que son más extensos, güey, que el puto Quijote que ya me sé de memoria, güey.

Medición de lectura es, hoy, analizar antes que nada qué se lee, cómo se lee y para qué se lee, pero dejando atrás esquemas obsoletos respecto al concepto de “lectura”.

Ése es un corpus que vale la pena analizar desde un punto de vista cualitativo, güey.

Midamos cuantitativamente, güey, pero pongamos el énfasis en el aspecto cualitativo, güey. En la diversidad, güey. Y mandemos a la verga, güey, al puto presidente y su camarilla, güey, que no apoya al libro, la lectura y la cultura, güey. Lo que está de la verga, güey.

Gracias, güey.

Juan Domingo Argüelles

Poeta, ensayista, editor, divulgador y promotor de la lectura

La lectura en México: uso, abuso y manipulación de las estadísticas¹

El 21 de abril de 2014, en vísperas de celebrarse el Día Mundial del Libro y el Derecho de Autor, los periódicos impresos y los medios electrónicos, con alegre oportunidad (¿o con irresponsable oportunismo?), para que amaneciéramos contentos, nos dieron una sorpresa espectacular cuyo milagrito colgaron al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Según el despacho que distribuyó Notimex (la agencia de noticias del gobierno mexicano), “los mexicanos gastan más en libros que en alcohol”. Dicho así, el asunto no era únicamente para alegrarse, sino para hacer fiesta (y emborracharnos del puro gusto), pues la información no podía ser más entusiasta aunque pareciera fantasiosa.

He aquí, textualmente, el despacho noticioso:

De acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional de Lectura 2012, el gasto anual que realizaron los hogares para la compra de libros fue de 8391 millones de pesos, el cual representa 0.19% de su gasto total. En un comunicado, el INEGI destacó que dicha cifra es casi el doble del gasto efectuado en bebidas destiladas y licores que ascendió a 4698 millones de pesos, similar al gasto efectuado por los hogares en línea blanca, como refrigeradores, estufas y lavadoras, que equivale a 8694 millones de pesos.

*Las estadísticas me
producen la misma
impresión que las
minifaldas: muestran
lo atractivo, ocultan lo
vital.*

DORIS BAND

¹ Conferencia inaugural en el primer coloquio “Medir la lectura ¿para qué?”, organizado por el Tecnológico de Monterrey, campus Ciudad de México, 5 de marzo de 2015.

Si la gente miente en las encuestas en relación con los libros que lee, su mentira es mayor cuando de bebidas alcohólicas se trata.

El asombro fue tan mayúsculo que los comentarios en internet no se hicieron esperar. Quien tenga curiosidad, revise las notas que sobre este tema aún están en línea y podrá leer el unánime estupor o la franca carcajada de los internautas. He aquí unos ejemplos: “No creo eso ni en sueños”; “Jajajaja, así o más falso”; “Son estadísticas oficiales, y una cosa es lo que diga el entrevistado y otra la realidad, se quieren hacer los muy cultos y lo único que hacen es que las estadísticas sean difíciles de creer”; “Más bien es una muestra estadística mal tomada”; “Está mal la fuente: la nota dice que según la Encuesta Nacional de Lectura 2012, y esa encuesta no es del INEGI”; “Jajajaja, pobrecitos Bacardí y las cervecerías, ¡a quebrar!”.

Otros ejemplos que ilustran la incredulidad: “Es una vil mentira, no sé a qué nivel social se hace ese estudio”; “Que alguien le regale al INEGI un libro de matemáticas básicas”; “Pues si se trata de *El Libro Vaquero*, sí lo creo”; “¿Es acaso el día de los inocentes o de qué país hablan?”; “Es la noticia más estúpida que he visto”; “Para mí que Peña Nieto giró la orden al ‘autónomo’ instituto para que contaran a quienes leen *El Libro Vaquero*”; “Por lo visto, no hacen diferencia entre libros de texto, literatura y *El Libro Vaquero*”; “Algo debe estar mal con ese estudio”; “Ha de ser porque se fue Calderón, que le tupía fuerte al chupe, y llegó el Peña Nieto, que le tupe mucho a la lectura”.

El caso es que no hubo un solo internauta que creyera que esta información era veraz. Todos la tomaron a vacilada, y el que menos objeciones puso fue quien sospechó algún error en la metodología o en la aplicación del instrumento de medición, pero no faltaron los que temieron que los encuestadores hubieran *cuchareado* las cifras porque, precisamente, a ellos mismos se les habían pasado las cucharadas. Hay que tomar en cuenta, además, que si la gente miente en las encuestas en relación con los libros y casi siempre dice que lee más de lo que en realidad lee, su mentira es mayor, ¡sin duda alguna!, cuando de bebidas alcohólicas se trata, pues siempre dice que bebe menos de lo que en realidad ingiere. ¿Por qué? Porque la lectura tiene

buena fama y el alcoholismo no. El signo más característico del alcohólico es precisamente no aceptar que es alcohólico. En cambio, a todo el mundo le gusta decir y sentir que es culto y leído.

Lo cierto es que la nota tan rimbombante, que algunos periódicos sintetizaron con el encabezado “Mexicanos leen más de lo que beben”, lo único que causó fue carcajadas. No hubo un solo optimista al respecto, lo cual también es grave desde el punto de vista de la percepción social, porque revela que la gente no le cree nada al gobierno, y por lo mismo descrea de lo que pueda parecer un éxito o una meta triunfal, y más cuando se trata de triunfalismo cultural.

Según la información de la agencia Notimex de ese 21 de abril de 2014, “el INEGI destacó que el gasto promedio del hogar para la compra de libros fue de 276 pesos al año y por persona fue de 72 pesos; asimismo, mencionó que 87% de los hogares mexicanos tiene entre 1 y 30 libros; mientras que el promedio anual de libros leídos por persona es de 2.94”. Y añadió: “El INEGI apuntó que los mexicanos dedican tres horas durante la semana a la lectura y lo hacen en similar proporción los hombres (50.9%) y las mujeres (49.1%)”. Lo que no reveló la nota, para efectos de la comparación, fue el promedio de copas bebidas por mexicano (de licores y destilados alcohólicos), pero dado el exultante optimismo, uno supondría que todas las estadísticas y promedios en cuanto a bebidas alcohólicas estarían siempre a la mitad del consumo de libros, puesto que éste equivalía al doble en relación con el consumo de alcohol.

Ningún órgano oficial salió a aclarar o a precisar nada en relación con la tremenda incredulidad ciudadana. Se optó por ignorar la burla generalizada en internet. El poder gubernamental le tiene pavor al poder de internet; por ello han sido tan grandes e insistentes sus hasta ahora inútiles esfuerzos de ponerles un bozal a los internautas. Además, era obvio que se trataba de una información oportunista en vísperas de la celebración mundial del libro y la lectura en la que México nunca se quiere quedar atrás. Todo sea como celebrar, aunque a veces no haya motivo.

Hay tres clases de mentiras: las mentiras, las malditas mentiras y las estadísticas.

ATRIBUIDA A
MARK TWAIN

*Si de dos personas
una se ha comido
un pollo y la otra
no ha comido nada,
el resultado estadístico
es que cada quien
se comió medio pollo.*

En realidad, la magia de las estadísticas hizo de las suyas al confirmar el chiste que dice: “Si de dos personas una se ha comido un pollo y la otra no ha comido nada, el resultado estadístico es que cada quien se comió medio pollo”. Así se procede con la medición de la lectura desde hace años en México y en diversos países de América Latina. Gente que no ha leído ya no digamos un libro sino ni siquiera una página, resulta en su haber con 2.94 libros leídos al año gracias al siguiente ejercicio: a todos los que hayan leído 40 libros o más durante el año se les reconoce la lectura de menos de tres, y los excedentes se reparten entre los diputados, los senadores, los presidentes municipales, los síndicos, los secretarios y subsecretarios de Estado, los asesores, el presidente de la república y una buena cantidad de profesionistas y universitarios que no leen ni la caja del cereal.

*Si un estadístico mete
la cabeza en un horno
a 300 grados, y los
pies en agua helada,
dirá que en promedio se
encuentra bien.*

Esto que suena risible puede ser más bien trágico, según se vea. Otro chiste no menos lapidario sobre estadísticas y mediciones es el que sostiene que si un estadístico mete la cabeza en un horno a 300 grados, y los pies en agua helada, dirá que en promedio se encuentra bien. Apenas el 4 de marzo de 2015 se dio a conocer (en diarios impresos y en internet; *La Jornada* incluso le dedicó su contraportada) el estudio de un equipo británico que realizó pruebas en 15 500 hombres para determinar (el verbo es tajante: despejar la incertidumbre sobre algo) el tamaño “normal” del pene, y concluyó que, en promedio, su dimensión es de 9.16 cm en reposo, y de 13.12 cm si está erecto. En cosa de horas, algunos se despertaron con la sensación de que habían perdido algo, además del optimismo, pues amanecieron con cuatro o cinco centímetros menos de pene, mientras que otros incrementaron al menos su autoestima, puesto que la estadística les regaló, en un abrir y cerrar de ojos, casi medio pene para añadir al otro medio que ya tenían. No conforme con esto, el equipo medidor de penes anunció: “Vamos a utilizar los gráficos para examinar la discrepancia entre lo que un hombre cree que mide su pene y su tamaño real, aunque es posible que estas medidas no satisfagan a

todos”. Si esto concluyen los científicos británicos sobre un asunto tan palpable, y aun alientan dudas (para pedir otros 20 años de presupuesto y seguir con sus mediciones), no debe asombrarnos que haya discrepancias entre la cantidad de libros que una persona cree que lee y lo que realmente lee.

Aun cuando se acepte sin reparos el mágico 2.94 de libros anuales per cápita para los mexicanos, sería bueno preguntarnos, para efectos de una comparación más o menos realista, qué lugar ocupa México entre las naciones en el consumo de alcohol. He las cifras aquí, para helarnos. El 7 de abril de 2013 la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) informó, como resultado de las mismas metodologías con las que se mide la lectura y los penes, que “cada mexicano ingiere anualmente 62 litros de cerveza. Con ello, México ocupa el sexto lugar mundial al respecto, sólo después de la República checa, donde la ingesta per cápita es de 169 litros de cerveza por año; de Alemania, con 131; Inglaterra, con 103; Estados Unidos, con 85, y España, con 66 litros” (*La Jornada*); y el 12 de mayo de 2014, la Organización Mundial de la Salud (OMS) informó en Suiza (¡tenía que ser en Ginebra!) que “México ocupa el décimo lugar en consumo de alcohol en América Latina” (*Excélsior*).

Lo curioso de todo esto es que, en 2009, el entonces secretario de Salud, José Ángel Córdova Villalobos, dijo que “México ocupa el lugar número 11 en la escala mundial en cuanto a consumo de alcohol en mayores de 18 años, y la situación es grave porque 26.6% de la población que bebe ocasionalmente lo hace en grandes cantidades, de 5 a 24 copas” (*La Crónica*). ¿Sería entonces que, de pronto, en menos de un sexenio y por arte de magia, dejamos de ser borrachos y nos volvimos lectores y hasta los que leían ocasionalmente lo hicieron, de súbito, en grandes cantidades, de 5 a 24 libros, por ejemplo?

Por supuesto, algo estaba mal en la comparación estadística que se planteó entre el consumo de alcohol y el consumo de libros: algo que todos intuyeron, pero que muy pocos identificaron. Era esto: la mayor parte de las personas no reparó en que las estadísticas, para realizar la

Como resultado de las mismas metodologías con las que se mide la lectura (2.94 libros al año), cada mexicano ingiere anualmente 62 litros de cerveza.

*Los mexicanos gastan
anualmente, en
promedio, 74.10 pesos
en la compra de libros, y
es el Distrito Federal la
entidad con el promedio
más elevado: 145.19
pesos por persona.*

*Y cuando se habla
de “libros” se incluyen
los de texto y cuanta
cosa se parezca a un
libro (por ejemplo, los de
Yuya, Consuelo Duval
y Yordi Rosado).*

comparación, íse referían *exclusivamente* al gasto efectuado en bebidas destiladas y licores! La nota lo precisa desde un principio, pero lo absurdo es que no se incluyeran la cerveza y otros productos que contienen alcohol como parte de las bebidas alcohólicas. De ahí resulta la sospecha de que el avieso propósito era acomodar los datos de tal forma que se engañara a todos con una media verdad, y ya sabemos que una media verdad puede convertirse en una total mentira.

Las estadísticas, en este caso tan sorprendente, sólo resultaron precisas y confiables cuando alguien se metió a desglosar (o literalmente a deshuesar) los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH 2014) del INEGI. Fue en el diario *Milenio*, en la sección “El País en Números”, el domingo 18 de enero de 2015, donde se publicó la información que le daba sentido a todo.

Bajo el título “Leer cuesta”, Rafael López informó que los mexicanos gastan anualmente, en promedio, 74.10 pesos en la compra de libros, y es el Distrito Federal la entidad con el promedio más elevado: 145.19 pesos por persona, seguido de Querétaro (98.94), San Luis Potosí (94.55), Jalisco (90.27) y Coahuila (88.42); en contraste con Chiapas (28.20), Guanajuato (36.98) y Guerrero (38.46), que son los estados donde menos dinero se destina a ese fin. Por supuesto, esto incluye libros de texto y de todo tipo, pues el promedio deriva de la venta total de libros en México, que al año asciende a 8328.3 millones de pesos. Y cuando se habla de “libros” se incluyen los de texto y cuanta cosa se parezca a un libro (por ejemplo, los de Yuya, Consuelo Duval y Yordi Rosado).

El domingo 1 de febrero de 2015, otra vez *Milenio*, en “El País en Números”, despejó las dudas sobre el comparativo del gasto en los rubros de libros y alcohol (o de cierto tipo de alcohol), y en la nota “Gasto chelero”, Mariana Hernández y Rafael López se concentraron en los datos de la ENIGH 2014 del INEGI para desglosar *exclusivamente* el desembolso per cápita de los mexicanos en cervezas. De ahí resultó que el promedio nacional es de 123 pesos per cápita (equivalente a ocho botellas) *¡únicamente en chelas!*, es

decir, sin incluir licores, mezcales, rones, ginebras, vodkas, güisquis, vinos, tequilas o cualquier otra bebida alcohólica destilada o fermentada que no fuera cerveza, aunque es obvio que los que acostumbran hacer sus “submarinos” no podrían hacerlos si no les agregaran a sus cervezas los respectivos caballitos de tequila o de mezcal.

Según los datos analizados por los reporteros de *Milenio*, Sonora es el estado que más dinero destina al gasto cervecero por persona (295.31 pesos), seguido de Baja California (271.43), Quintana Roo (241.57), Coahuila (227.51), Nayarit (218.03), Sinaloa (217.52), Colima (210.77) y Nuevo León (208.2), en tanto que los estados con menor ingesta cervecera son Chiapas (39.86), Estado de México (49.32), Tlaxcala (51.57), Puebla (52.71) y Zacatecas (56.94).

Siendo así las cosas, no es verdad, por supuesto, que los mexicanos leamos más en comparación con lo que bebemos o que gastemos más en libros que en bebidas alcohólicas, pues en libros de cualquier tipo (lo mismo de texto que de lectura o información) el gasto promedio es de 74 pesos por habitante, en tanto que *únicamente en cervezas* el gasto promedio nacional es de 123 pesos (casi el doble), sin contar tequilas, mezcales, rones, güisquis, vodkas, vinos (tintos, rosados, blancos, espumosos), tonayan y cualquier otra bebida espirituosa que no sea cerveza. Dicho de otro modo, excluyendo la cerveza y otras bebidas con contenido alcohólico (que no sean licores ni destilados), se gastan en México, anualmente, 4698 millones de pesos, según los propios datos del INEGI. Resulta obvio, entonces, que al sumar este gasto al gasto cervecero, el promedio se eleva aún más que el promedio de gasto en lectura, y ya no digamos del promedio en la dimensión del pene.

En conclusión, la nota rimbombante del 21 de abril de 2014 era, por supuesto, falsa porque (con toda intención) escondía un dato importantísimo: se refería, *¡exclusivamente!*, a licores y bebidas alcohólicas destiladas, pero no decía nada de cervezas, cocteles y bebidas embotelladas y enlatadas que contienen alcohol (emulsiones o soluciones alcohólicas) y que son de muy amplio consumo, sobre todo

Según el INEGI, aunque los mexicanos leen poco, gastan el doble en libros que en bebidas alcohólicas.

¿Cómo fomentar mejores hábitos de lectura si cada vez contamos con menos bibliotecas y librerías?

Tres son los rubros donde los hogares mexicanos gastan más: "alimentos, bebidas y tabaco": 34%; "transporte y comunicaciones": 18.5%, y "educación y esparcimiento": 13.8%.

Sonora, que desembolsa 295.31 pesos por persona en cervezas, apenas gasta 49.82 en libros. En cambio en Chiapas ni leen mucho (28.20 en libros por cabeza) ni beben cerveza en demasía (39.86).

entre adolescentes y jóvenes. ¡Ah, qué el INEGI! Nos engañó con la verdad a medias, porque en los principales resultados de la ENIGH 2014, fechada en julio de 2013, en los "grandes rubros de gasto" a las bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y el tabaco los agrupa junto con los alimentos en general, y los libros (y por ende los gastos de lectura) los pone en el concepto general "educación y esparcimiento", como si el esparcimiento (es decir, el recreo) no incluyera también echarse unas *chelas*, beberse unos tequilas o unas copas de vino, fumarse unos puros o unos cigarrillos y tomarse unas gaseosas o unas tazas de café mientras se lee o se hace como que se lee un libro.

Siendo así, hay que bucear en sus estadísticas (como lo hicieron López y Hernández, de *Milenio*) para encontrar la verdad. Los otros grandes rubros de la encuesta ENIGH son "vestido y calzado", "vivienda y combustibles", "artículos y servicios para la casa", "cuidados de la salud", "transporte y comunicaciones", "cuidados personales" y "transferencia de gasto". Y, siguiendo este esquema, tres son los rubros donde los hogares mexicanos gastan más: "alimentos, bebidas y tabaco": 34%; "transporte y comunicaciones": 18.5%, y "educación y esparcimiento": 13.8%; de forma tal que en sólo estos tres rubros (donde se subsumen libros, revistas, agua, jugos, cervezas, licores, bebidas alcohólicas destiladas, cocteles y emulsiones alcohólicas) el gasto en los hogares es mayor a 66 por ciento.

En el desglose de la ENIGH 2014 que llevó a cabo *Milenio*, hay además elementos de juicio que resultan muy significativos. Sonora, que desembolsa 295.31 pesos por persona en cervezas, apenas gasta 49.82 en libros, y Guanajuato, que tiene un gasto ínfimo de 36.98 en libros, es un estado espléndido en la compra de cervezas: 208.25, en promedio, por persona. (¿Será, acaso, que el gasto cervecero, *únicamente el cervecero!*, corresponde a la derrama turística que genera el Festival Internacional Cervantino?) En cuanto a Chiapas, por lo visto allá ni leen mucho ni beben cerveza en demasía: gastan 28.20 en libros (por persona) y 39.86 pesos en *chelas*, por cabeza.

Suponiendo que el alto consumo de cerveza se deba a dos factores principales: calor y turismo, se comprende que Baja California, Baja California Sur, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Sinaloa, Durango, Nayarit, Nuevo León, Aguascalientes, Guanajuato, Colima, San Luis Potosí, Oaxaca, Veracruz, Yucatán y Quintana Roo estén a la cabeza de las entidades cerveceras en México, pero el Estado de México y el Distrito Federal, que juntos suman una población de 25 millones de habitantes de los 120 millones que tiene el país y donde hay también un amplio flujo turístico, apenas tienen un promedio de gasto cervecero de entre 50 y 70 pesos per cápita, y gastos de lectura superiores a la media nacional, con 145.19 (el D.F.) y 85.39 (el Estado de México).

Lo malo de las encuestas y de su producto, las estadísticas, es que suelen probar lo que se desea que prueben. Fue Churchill el que dijo con maravilloso humor: “Sólo me fío de las estadísticas que yo mismo he manipulado”, y Mark Twain quien mordazmente afirmó: “Hay tres clases de mentiras: las mentiras, las malditas mentiras y las estadísticas”. Más tolerante, Edmond de Goncourt pidió a los hacedores de este tipo de instrumentos que admitieran que “la estadística es la primera de las ciencias inexactas”.

La incredulidad de la gente en esta historia absurda del comparativo de gastos entre libros y bebidas alcohólicas fue, precisamente, el resultado de una información sesgada, lo que lleva a desconfiar de lo que parece una verdad matemática. Cuando las estadísticas se manipulan según la conveniencia, la gente sabe que algo anda mal aunque no sepa qué es. Sin ser expertos en estadística, hoy sabemos, a partir de la información completa sobre este caso ejemplarmente lamentable, que es absolutamente falso que los mexicanos gasten más en libros que en bebidas que contienen alcohol. Y podemos concluir, sin demasiado optimismo, que si cada bebedor se leyera un libro por cada botella de alcohol y por cada *six* de cervezas que consume en un año, probablemente podría leer más de tres libros anuales, pero los vicios son de cada quien y nadie tiene obligación de dar explicaciones sobre ellos, en tanto no afecte

Lo malo de las encuestas y de su producto, las estadísticas, es que suelen probar lo que se desea que prueben.

La incredulidad de la gente en esta historia absurda del comparativo de gastos entre libros y bebidas alcohólicas fue, precisamente, el resultado de una información sesgada.

*El único sentido
que tiene levantar
estadísticas es que sean
cercanas a la verdad
y sirvan para diseñar
programas
y mecanismos más
eficaces para promover
y fomentar la lectura.*

a los demás. Lo peor de las estadísticas son sus verdades a medias. A unos les aumentan o les disminuyen el número de libros leídos, a otros les disminuyen o les aumentan el tamaño del pene.

El único sentido que tiene levantar estadísticas es que sean cercanas a la verdad y sirvan para diseñar programas y mecanismos más eficaces para promover y fomentar la lectura. Pero en tanto no sirvan para esto ni se ciñan a la realidad —y lo que es peor: se manipulen para el informe oficial triunfalista—, el gasto y el esfuerzo serán inútiles. ¿A quiénes les importan las estadísticas de lectura? No, por cierto, a los lectores.

Hoy incluso hay encuestas que concluyen que 82.3% de los mexicanos está satisfecho con su vida y que 82% se considera feliz. Lo dice la Encuesta Nacional de Satisfacción Subjetiva con la Vida y la Sociedad (Ensaviso), que asegura, en consecuencia, que sólo 18% se siente infeliz (*La Jornada*, 6 de febrero de 2015). Tal vez algún día se aclare que hubo un error y que la encuesta se levantó en Dinamarca.

Inconmensurabilidad de la lectura

El mito de la Torre de Babel tiene su correspondencia real con una edificación babilónica que fue llamada Etemenanki, “casa de la fundación del cielo y la tierra”, que Herodoto refiere haber visto y cuyos rastros de los cimientos todavía se pueden apreciar. Etemenanki era una pirámide escalonada, un lugar de unión con los dioses. No por nada los zigurats o templos escalonados de Sumeria eran de la misma materia de los primeros libros: arcilla. Los libros eran metáfora y espejo del templo; hablaban de transacciones comerciales, cuentas de cabras... Y si nuestros primeros libros fueron de mayor —lo ha señalado Alberto Mangel—, no debe sorprendernos que los poetas, como tenedores de libros, retuvieran “el deleite de hacer listas y la responsabilidad de llevar registros”. El catálogo de las naves de *La Ilíada* y las genealogías bíblicas son muestra de esto.

Esa atmósfera ancestral está presente en la necesidad de contar lecturas y lectores. Tenemos índices de producción, ventas y encuestas de lectura, pero si leemos el signo de los tiempos y vemos ahora que la lectura no tiene que ver exclusivamente con el libro o la biblioteca, que ese bien cultural intangible que es la lectura no está ligada a un objeto material, será cada vez más difícil la cuantificación. Ésa es la paradoja de la sociedad del conocimiento. El historiador que estudia el siglo XIX tiene varios archivos a su disposición: documentos, periódicos, correspondencia. Aquel que tenga como tema el siglo XXI podrá contar con mayor información, pero será inasequible e inmanejable por-

Tenemos índices de producción, ventas y encuestas de lectura, pero si leemos el signo de los tiempos y vemos ahora que la lectura no tiene que ver exclusivamente con el libro, será cada vez más difícil la cuantificación.

*De la cultura hacker,
cuya ética es quitar
todos los obstáculos
a la creatividad, vino
el movimiento maker
con el lema "si no puedes
abrirlo, no es realmente
tuyo".*

*Debemos pensar más
que en hábitos de lectura
en hábitos de consumo
de medios.*

que estará en archivos electrónicos, blogs, sitios web, correos electrónicos. Si leer ya no consiste sólo en comprender, sino en evaluar, diremos con Daniel Cassany: "Leer en la red es más complicado que en una biblioteca de ladrillo".

Cuando llegó internet, el verbo leer perdió su significado. Se engendraron otras manifestaciones, como ciberlectura, lectura compartida, lectura hipermedia, lectura hipertextual, lectura hipervincular, lectura social o lectura rizomática, lectoautoría e hiperlectura. Sin embargo, también hay una nueva filosofía en todo esto. De la cultura *hacker*, cuya ética es quitar todos los obstáculos a la creatividad, vino el movimiento *maker* con el lema "si no puedes abrirlo, no es realmente tuyo". Esto recuerda a Leibniz burlándose de Descartes cuando decía que su sistema de duda racional era como el de los químicos: tome lo que necesite, haga lo que deba y obtendrá lo que quiera.

Las nuevas generaciones intervienen el texto, hacen suya la narrativa y transforman ideas. Tenemos entonces fenómenos como los *beta-readers* que van desplazando a los correctores de estilo, porque no sólo vigilan la gramática sino que le sacan el mayor jugo posible al autor alfa; las *fanfiction*, que son obras derivadas de historias o personajes; y los prosumidores, los que consumen creando.

Entonces, debemos pensar más que en hábitos de lectura en hábitos de consumo de medios. En promedio, quienes tienen acceso a internet, le dedican 8.9 horas a la semana en el mundo. La población de Taiwán pasa más horas semanales frente a la pantalla con 12.6 horas, seguida de Tailandia con 11.7, España con 11.5, Hungría con 10.9 y China con 10.8. Los mexicanos pasamos un promedio de 6.3 horas. En esos promedios hay pavorosas historias, como la del taiwanés Chen Jung-yu que murió frente a la pantalla en un cibercafé en febrero de 2012 y su cadáver permaneció con los brazos extendidos sobre el teclado hasta que venció su tiempo de 23 horas pagadas; o la del usuario "Pequeño Wang", que en la ciudad china de Nantong se amputó la mano para tratar de curarse su adicción a internet, mismo mal que sufren 420 millo-

nes de personas en el mundo. ¿Cuánto de este tiempo es lectura?

Giovanni Sartori en *Homo videns* distingue entre información y competencia cognoscitiva. Por ejemplo, las personas políticamente informadas “giran entre el 10 y 25% del universo, mientras que los competentes alcanzan niveles de 2 o 3%”. Podemos servirnos de esa diferencia para decir que el hecho de saber leer, incluso de leer, no nos hace lectores. La Encuesta Nacional de Lectura 2012 mostró que sólo 2% de los hogares mexicanos tiene más de 100 libros en casa. Liguemos eso con el hecho de que 0.72% de los habitantes de la Ciudad de México asiste a la Feria Internacional del Libro de Minería. Comoquiera, las personas que leen tienen varios niveles de lectura. Habría que llamar a cuento la metáfora de José Vasconcelos de los libros que se leen estando uno sentado y aquellos que se leen de pie. Los primeros pueden ser muy amenos y entretenidos, los últimos son los que conmueven, transforman. Hay libros que olvidamos y otros que se nos quedan. A eso se refiere el lema de la colección Pequeños Grandes Ensayos de la Universidad Nacional Autónoma de México: “Lee este libro: puede cambiar tu vida”.

Manuel Aguilar, el fundador de Aguilar, en *Una experiencia editorial*, su autobiografía, dividió los libros en dos grupos: de utilidad práctica y de placer. Es decir que hay libros que son herramientas, podemos fabricar con ellos, y otros que son instrumentos, es posible que brinden una experiencia artística. Umberto Eco habla también de dos clases de libros, los que se leen y los que se consultan. Los segundos son los que, para él, deben pasar naturalmente al medio electrónico. Sentencia: “Tendremos una nueva cultura en la que habrá una diferencia entre la producción de textos infinitos y la interpretación de textos precisos y no infinitos”.

Hablar de infinito es evocar a Jorge Luis Borges, que en *Libro de sueños* reproduce el cabalístico Zohar I, 39, atribuido al rabí Shimon bar Yojai, quien vivió entre los siglos I y II, pero más probablemente escrito en el siglo XIII por el sefardí

*José Vasconcelos
hablaba de los libros
que se leen de pie y de
los que se leen sentado.
Los primeros pueden
ser muy amenos y
entretenidos, los últimos
son los que conmueven,
transforman.*

*Hay libros que son
herramientas, podemos
fabricar con ellos, y otros
que son instrumentos, es
posible que brinden una
experiencia artística.*

Cristobal Cobo y John Moravec comentan en El aprendizaje invisible que hay un conocimiento explícito, codificado en libros, y otro que es experimental, difícil o imposible de verbalizar.

Somos, los universitarios, una comunidad de lectura y escritura. Vivimos, hablamos y pensamos en una cultura escrita.

Mosé ben Sem tob de León, o Moisés de León: “Todo en el mundo está dividido en dos partes, de las cuales una es visible y la otra invisible. Aquello visible no es sino el reflejo de lo invisible”. Cristobal Cobo y John Moravec comentan en *El aprendizaje invisible* que hay un conocimiento explícito, codificado en libros, y otro que es experimental, difícil o imposible de verbalizar. Es, dicen los autores, de lo que hablan los docentes al expresar que enseñan más de lo que pueden evaluar, o los alumnos cuando dicen que no todo lo que se aprende es reconocido por la educación formal. Ése, más que el currículum oculto, es el aprendizaje invisible.

En 2014 se publicaron en la UNAM 1 483 títulos de libros en papel y 495 electrónicos. Eso no representa lo que la comunidad universitaria lee, como tampoco lo hace la suma de lo que se estudia en clase y se consulta en biblioteca. Existe una lectura invisible, que es la que adquieren las personas incluso a través de la oralidad. Somos, los universitarios, una comunidad de lectura y escritura. Vivimos, hablamos y pensamos en una cultura escrita. Y es que, siguiendo la idea del estado latente de Ramón Menéndez Pidal, existen ciertas actividades colectivas que viven sin manifestarse, que llevan una vida incógnita, sin rastro alguno, indubitables para el historiador, el gramático o el filólogo; que actúan sin conciencia de lo intemporal e inmemorial. La lectura actual es, pues, inconmensurable. No hay una unidad de medida para ella.

Los matemáticos griegos manejaban números naturales, números enteros y números racionales, que eran fracciones de números enteros. Sin embargo, la escuela pitagórica descubrió los números inconmensurables o irracionales, el *alogon*, es decir, infinitas cifras decimales no periódicas, que trastocó su concepción del cosmos. Cuenta Euclides en *Los elementos* que quien brindó al dominio público la teoría de los irracionales murió en un naufragio y es flagelado a perpetuidad por las olas. También nos dice Jámblico de Calcis, en su *Vida pitagórica*, que aquel que reveló la inconmensurabilidad fue aborrecido, expulsado de la vida comunitaria y, aunque vivo, se le erigió una tumba

como símbolo de que había abandonado la vida. Hubo un “horror al infinito” que podemos esperar, también, cuando se declara que la lectura no es cuantificable. No olvidemos que Georg Cantor, aquel famoso matemático ruso que vivió entre los siglos XIX y XX, descubrió y demostró que existían varios infinitos, que había números transfinitos, y acabó en un manicomio. Pensar en el infinito produce infinito vértigo.

En el clásico de la ciencia ficción *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?*, que Philip K. Dick escribió en 1968, la Tierra de 1992 está semivacía después de la Guerra Mundial Terminal, que fue tan devastadora que nadie sabe qué país la ganó. Muchos huyeron hacia colonias marcianas, donde suelen utilizar para su servicio a andrillos o seres artificiales biológicos parecidos a los seres humanos. Algunos de esos esclavos cibernéticos huyen de su situación y son cazados por especialistas que ganan una enorme bonificación cada vez que capturan o eliminan a un rebelde.

La novela originó la película *Blade Runner* (1982), dirigida por Ridley Scott, y en ella el protagonista, Rick Deckard, un experimentado cazador, vive en la ciudad de San Francisco con su esposa Irán y una oveja eléctrica que pasta en su techo, la que es una copia exacta de su antigua oveja natural *Groucho*, muerta de tétanos. Ellos usan la consola de ánimos Penfield para programar sus sentimientos y actividades. Pueden ordenar “concienzuda actividad profesional”, “depresión culposa” o “reconocimiento satisfactorio de la sabiduría superior del marido en todos los temas”. Es un mundo hastiado en el que lo natural y lo artificial se cruzan de manera imperceptible.

Deckard debe encontrar a unos andrillos con unidades cerebrales Nexus 6 que los hacen soñar y tener miedo a la muerte. Han huido de una colonia y, como son idénticos a los humanos, aplica el test de empatía para ubicarlos, lo que lo enfrenta a problemas éticos, como la distinción entre lo real y lo ficticio, entre lo vivo que muere y lo artificial que permanece. Ése es el mismo problema de la lectura y la lectura invisible.

Hubo un “horror al infinito” que podemos esperar, también, cuando se declara que la lectura no es cuantificable.

Pensar en el infinito produce infinito vértigo.

Los humanos somos más humanos por la lectura, por esa vida interior que nos dan los libros. Que todos tengan acceso a una biblioteca, a una sala de lectura, no es una cuestión secundaria, no es un privilegio de la riqueza y no es un derecho, es sencillamente una labor humanitaria.

Los andrillos son acogidos y protegidos por John Isidore, un oscuro individuo a quien no se le permite emigrar por su baja inteligencia. Hay una parte de la obra en la que la andrillo Pris Stratton le pide a Isidore alguna novela precolonial que pueda leer y aclara que se refiere a las revistas viejas. Isidore le promete ir a la biblioteca para conseguirle algunas. En otra parte le confiesa que es aficionada a la ficción precolonial, a las narraciones de viajes espaciales escritas antes de los viajes espaciales. Me parece que cuando un andrillo parece más humano es buscando la lectura; eso supera cuando votan para tomar decisiones, preguntan si de verdad existen los cazadores de bonificaciones, se dejan llevar por impulsos sensuales, lloran, se sienten solos, cantan ópera o torturan una araña. También opino que los humanos somos más humanos por la lectura, por esa vida interior que nos dan los libros. Que todos tengan acceso a una biblioteca, a una sala de lectura, no es una cuestión secundaria, no es un privilegio de la riqueza y no es un derecho, es sencillamente una labor humanitaria. Que haya quien desperdicie la oportunidad de leer o tenga otros intereses, es un asunto de decisión, pero sólo pueden decidir aquellos que tienen la oportunidad de hacerlo.

¿Qué es la edición? Fernando Esteves en *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI* nos recuerda la definición de Raymond Mortimer: editar es “a un tiempo un arte, un oficio y un negocio”. El editor Jaime Salinas advierte que la ideología de una editorial es el catálogo que va desarrollando. Alberto Mangel aclara que “el editor debe ser una idea platónica del lector; debe personificar la ‘lectoridad’; debe ser un Lector con L mayúscula”.

¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas? Es posible, pero al inclinarse, necesitar y requerir la lectura, está claro que sueñan con lo mismo que los humanos. Borges, en un sueño, nos dice que en el mundo existe lo invisible; y el sueño de los androides es de lecturas invisibles. Quizá nosotros los editores sólo somos lectores contando ovejas eléctricas, empecinados en soñar con lectores para también contarlos. ¿Quién nos lo reprochará?

Imaginar otros mundos (La práctica lectora en la CDIA)

“A la mitad del viaje de nuestra vida me encontré en una selva oscura, por haberme apartado del camino...”, lee en silencio un adolescente en el dormitorio 3. Detengamos la escena y regresemos a unas semanas atrás. Alberto es un adolescente de la Ciudad de México que llegó un día a la Comunidad de Diagnóstico Integral para Adolescentes (CDIA) porque lo acusaron de un delito menor. “Me quitaron mi libertad”, me dijo un día. Y en cierta forma sí, porque estuvo encerrado un tiempo. Al pasar las semanas, fue a la biblioteca y descubrió un libro que le llamó la atención por el título y el contenido: *La divina comedia* de Dante Alighieri; los capítulos: “Infierno”, “Purgatorio” y “Paraíso” hicieron que se lo llevara para leerlo. Meses después, a punto de salir libre, comentó: “Empecé en el Infierno... y salgo en el Paraíso”, y me leyó el final del “Purgatorio”: “Volví [...] dispuesto para subir a las estrellas”. ¿Se refería a los capítulos del libro o a los capítulos de su vida? ¿Qué relación tiene la lectura de libros con nuestras vidas? Las historias, los poemas, lo que leemos, ¿aportan algo para cambiar nuestra visión del mundo?

En octubre de 2008, el gobierno federal transfirió la custodia de los Tutelares para Menores al gobierno del Distrito Federal. Para atender a esos adolescentes se diseñó un Modelo de Atención Especializado para Adolescentes, y desde ese momento se llamaron Comunidades para Adolescentes, ya no tutelares (amén de que ya hay una Ley de Justicia para Adolescentes para el Distrito Federal). La

¿Qué relación tiene la lectura de libros con nuestras vidas? Las historias, los poemas, lo que leemos, ¿aportan algo para cambiar nuestra visión del mundo?

CDIA es una de las seis comunidades que hay en la Ciudad de México para atender a los adolescentes en conflicto con la ley, de entre 14 y 17 años.

En la CDIA, desde que se implementó el programa de actividades, los libros, la lectura y la escritura tienen un lugar importante en la vida cotidiana de los adolescentes privados de su libertad.

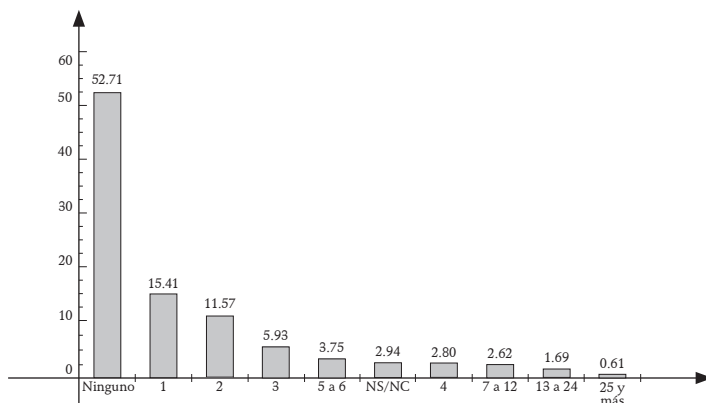
Una de las prácticas permanentes, desde hace ocho años, ha sido el taller de literatura en tres vertientes: lectura en voz alta, creación literaria (ambas con adolescentes) y trabajo con niños y niñas de la visita familiar (los chicos reciben a sus familiares el fin de semana: padres o tutores, hermanos pequeños y, aunque usted no lo crea, sus hijos). Por el momento, nos detendremos en la práctica lectora con los adolescentes en conflicto con la ley, una parte de la experiencia de leer libros.

En la CDIA siempre decimos que en vez de ladrar, maullar, piar, graznar, balar, mugir... nosotros, los humanos, elegimos la palabra. También por eso nos preguntamos cada tanto: ¿vale la pena leer libros?, “¿cómo determina, limita y amplía el lenguaje la forma en que imaginamos el mundo?”¹

El acto de leer y lectura

Según algunas estadísticas, en nuestro país se leen pocos libros per cápita al año. En la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales 2010, de Conaculta, en el rubro de lectura, las respuestas a la pregunta “¿Cuántos libros completos, que no estén relacionados con la escuela o con su profesión, ha leído en los últimos 12 meses?” son sorprendentes: 52.71% de los encuestados no había leído ningún libro. Veamos la gráfica:

¹ Alberto Manguel, “Placeres de la lectura”, *El País*, 31 de agosto de 2002, p. 16.



Fuente: Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales, <http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/#.VeYGLiV_Oko>.

El 52.71 % que dijo no haber leído un libro, aumentaría si la encuesta se hiciera cuando los adolescentes en conflicto con la ley ingresan a la CDIA, pero se revertiría cuando egresan de la comunidad, pues formarían parte de ese 1.69% que leen de 13 a 24 libros al año (depende, claro, del tiempo que lleve su proceso, hay quienes leen más que eso).

Aunque ahí está la estadística, uno se pregunta, en 2014, con los avances tecnológicos, ¿de verdad no leen los adolescentes, los jóvenes? Porque, para dar un ejemplo, si uno viaja en el metro ve a los muchachos muy concentrados leyendo o escribiendo.

En el diario *El Espectador* de Colombia se acaba de publicar una entrevista con Daniel Cassany, donde responde a esa pregunta:

Pienso que leen más que antes. Estudios demuestran que en España los jóvenes tienen más acceso a móviles. El 95% de la población tiene móviles y pueden conectarse a internet. Lo primero que hacen en el día es conectarse a WhatsApp. Entonces pueden leer miles de cosas, aprender sobre la cultura de otros países, cosas que no son legitimadas al momento de ser evaluadas en la escuela, pero que hacen parte del mundo cultural. No estoy de acuerdo con esta idea de que los jóvenes leen menos. Muchos leen mucho

¿De verdad no leen los adolescentes, los jóvenes?

más de lo que leían las generaciones pasadas; que no lean algo que luego se les evaluará, es otro dilema.²

Entonces, en qué quedamos: ¿leen o no leen los jóvenes? En nuestra Comunidad eso no es lo importante, tampoco que en el imaginario social se vea que los adolescentes que pasan por aquí son delincuentes y que no vale la pena hacer algo con ellos. Detengámonos un poco para descubrir que sí son grandes lectores en un sentido (y es a lo que le apostamos al trabajar la lectura y otras actividades), aunque también lo pueden ser en otro (de libros). Todo el programa de actividades, no sólo la lectura de libros, se encamina a que sepan leer lo que les rodea, a mirar con otros ojos. Me explico.

En nuestra comunidad, todo el programa de actividades, no sólo la lectura de libros, se encamina a que sepan leer lo que les rodea, a mirar con otros ojos.

Alejandro Rossi, en “La doma del símbolo”, del *Manual del distraído*,³ nos dice: “Si veo un perro moviendo la cola, infiero su alegría; si me lame la mano, su ternura. Si me encuentro frente a un ataúd, pienso en un muerto. Un señor que camina por el corredor de un hospital vestido con una bata blanca y algún aparato colgándole en el cuello, me sugiere a un médico”.

Desde que nos despertamos, iniciamos la lectura del mundo que nos rodea. Al salir de casa, por ejemplo, para cruzar una calle esperamos que el semáforo esté de cierto color. Todos los actos anteriores tiene que ver con la lectura: somos lectores incluso antes de aprender a leer y escribir letras, y eso ya lo saben los adolescentes de la CDIA, en eso trabajamos.

Todos los días también, en la Comunidad, hay actos de lectura. Verbigracia: el guía técnico del dormitorio (la figura equivalente a la del custodio en los penales para adultos) sabe cuándo hay un problema con un adolescen-

² Steven Navarrete, “Los jóvenes leen más que antes, afirma Daniel Cassany”, *El Espectador*, 1 de septiembre de 2015, <<http://www.elespectador.com/noticias/educacion/los-jovenes-leen-mas-antes-articulo-583270>>.

³ Alejandro Rossi, “La doma del símbolo”, en: *Obras completas*, México, Fondo de Cultura Económica, 2005.

te o entre todos, incluso sin decir palabra; los tutores (el equipo técnico que acompaña a los adolescentes) perciben cuando algún chico necesita algo al ver cómo interactúa y, por último, sabemos que los adolescentes también tienen sus propios códigos, que leen sin mediar palabra. Con este breve recorrido queda claro que todos leemos a cada instante: somos lectores; pero en la CDIA creemos que podemos experimentar la lectura de libros, la lectura de literatura, de ficciones, porque “soñar y contar historias, escribir historias, son artes complementarias que otorgan palabras a nuestro sentido de realidad y pueden servir para aprender a través de los otros, para transmitir la memoria, para educar o como advertencia”.⁴

Lo seguro es que el acto de leer “no se agota en la decodificación pura de la letra escrita o del lenguaje, pues hay un más acá y un más allá: un continuo que se anticipa y se prolonga en la inteligencia del mundo”.⁵ Una buena pregunta, sin seguir las tres categorías, las tres sucesiones de tiempo en la lectura que propone Freire es: ¿qué es el “más acá y el más allá”?

Jóvenes que nunca habían leído un libro han descubierto que “leer es una tarea de la memoria por medio de la cual las ficciones nos permiten disfrutar de experiencias ajenas y lejanas como si fueran nuestras”.⁶

Volvamos a los adolescentes de la CDIA y preguntémonos: ¿por qué leer libros? Como ya se comentó, un alto porcentaje de los adolescentes detenidos no había leído libros, pero sí son usuarios de diferentes redes sociales, por lo tanto leen y escriben, pero ¿cómo y en qué espacios se leen libros en nuestra comunidad? ¿Qué les ha aportado la lectura de libros a los adolescentes?

De los instrumentos que ha inventado el hombre, nos dice Borges, el más extraordinario es el libro, los demás son

*Jóvenes que nunca
habían leído un libro
han descubierto que
“leer es una tarea
de la memoria por
medio de la cual las
ficciones nos permiten
disfrutar de experiencias
ajenas y lejanas como
si fueran nuestras”.*

⁴ Alberto Manguel, *La ciudad de las palabras*, México, Almadía, 2006, p. 25.

⁵ Paulo Freire, “La importancia del acto de leer”, en *La importancia de leer y el acto liberador*, México, Siglo XXI, 2006, p. 94.

⁶ Alberto Manguel, “Placeres de la lectura”, *op. cit.*, p. 25.

extensiones de su cuerpo, pero el libro “es una extensión de la memoria y la imaginación”. Para destacar su importancia podríamos transcribir la cita completa de Borges, o una de Walter Benjamin o anexas, pero prefiero compartir lo que han dicho algunos adolescentes en un ejercicio para la Semana del Libro y la Lectura en la CDIA; son textos que escribieron jóvenes que no habían leído libros o que no tenían un contacto cercano con ellos y descubrieron ese mundo aquí, privados de su libertad en un sentido legal:

Para mí, el libro es como la nave que me sacará del encierro, ya que las palabras se juntan y mi mente se conjuga. Me imagino el momento como si hubiera estado allí. Aprendo cosas nuevas.



Ahora veo lo interesante en la lectura.



Un libro es como una película, pero está escrita y no por eso es aburrida.



*El libro “es una
extensión de la memoria
y la imaginación”.*

Un libro es como una fuente de imaginación, donde puedes leer y al mismo tiempo imaginarte como si tú estuvieras en ese lugar, viviendo lo que estás leyendo.



Un libro es una forma de fugarme de mi realidad y de alguna manera sentirme en otra parte y no encerrado aquí, como si estuviera dentro de la historia, también sirve para matar el tiempo o simplemente para entretenerme un buen rato. Antes yo no leía libros, decía: qué aburrido. Ahora sé que, claro, también depende de qué libro sea, porque si es aburrido para mí, claro que no lo voy a leer; pero si es uno divertido, claro que lo leería y hasta lo volvería a leer muchas veces, y aparte descubrí que me gusta imaginar mucho y fugarme de mi realidad, más en este lugar.



Un libro es como si fuera un amigo que te cuenta cosas y muchas cosas extraordinarias, y es una base de la imaginación y sirve para transportarte a un mundo de palabras, frases, consejos y lugares que nunca habías imaginado.



Leer un libro es como estar soñando, depende de qué libro lea. Es como alimentar mi cabeza de información nueva e interesante, divertida algunas veces.



Un libro no es sólo un montón de hojas; sino un mundo nuevo por descubrir e imaginar.



Un libro es algo que puedes imaginar o pensar, te hace pensar en algo que nunca habías imaginado y es algo para viajar lejos. No hay mejor nave que un libro.

Cierto: no hay mejor nave que un libro. Cierto también que a veces llegan a la comunidad adolescentes que son grandes lectores. Lo satisfactorio, lo sublime —desde el psicoanálisis— es cuando los adolescentes descubren ese otro mundo que era ajeno.

En nuestra Comunidad hay un programa de fomento del hábito de la lectura que llevamos a la práctica todos los días, en el que intervenimos muchas personas y con diversas actividades. Incluso editamos una gaceta mensual: *Diálogos: la vida en Comunidad*, donde los chicos publican sus creaciones y más.

En la CDIA intentamos que los libros, la lectura, nos lleven del acto íntimo y solitario a lo que dice Manguel: “Antes de cerrar el libro o pasar a otra página, quiero leérselo a otros, regalar a un amigo el nuevo placer descubierto, formar un pequeño ruedo de admiradores de ese texto. Dar

**Espacios
de lectura
en la CDIA**

un libro a otro lector es decirle: ‘este fue mi espejo; ojalá sea el tuyo’”.⁷ Alguien ya dijo que leer libros no sirve para nada: sirve —si acaso— para vivir.

Porque leer un cuento, una novela, un poema, es a fin y a principio de cuentas leer la vida; intentamos que los adolescentes habiten, como dice Manguel: “El Cairo de Naguib Mahfouz, las islas de Conrad, el Madrid de Galdós, pero también la luna de Wells y de Verne, los universos soñados por Lovecraft y Ursula K. Le Guin, el País de las Maravillas de Lewis Carroll”.

Cada uno de nuestros adolescentes, en el terreno de libros y lectura, es como un Fonchito, escuchando las palabras del anciano, los dos personajes del libro *El barco de los niños* de Mario Vargas Llosa;⁸ aquel anciano que es como Sherezade, pero al amanecer y mientras llega el autobús de Fonchito. Intentamos, reitero, decirles sin decir aquellas palabras del anciano: “Pero no te aflijas. La vida, y sobre todo los libros, están llenos de historias maravillosas. Las puedes leer y, si están bien contadas, es exactamente lo mismo que si las vivieras”; ¿será por eso que Luis, del dormitorio 2, nos dijo “leo y no me siento preso”?

¿Cómo formamos adolescentes lectores de libros?

No hay recetas, como todos los que se dedican al fomento de la lectura lo saben. Pero tenemos claro que leer con ellos, leer con otros, leer en comunidad es de una u otra forma compartir la vida. Cuando uno les dice a los adolescentes: esta historia que voy a compartir, que voy a leer, es importante para mí, y uno explica parte de las razones, que en literatura tienen que ver con algo que nos hace ver el mundo diferente, ellos lo agradecen y respetan que uno comparta lo que es importante para nosotros en la vida, aunque sus primeras reacciones sean: “¿qué fumaste?”, “no mames”, “a ver de qué la vibras”.

⁷ Alberto Manguel, “Elogio de la lectura”, en *El libro de los elogios*, México, Universidad Veracruzana, 1999.

⁸ Mario Vargas Llosa, *El barco de los niños*, México, Alfaguara, 2015.

En la CDIA proponemos que la persona que lea en voz alta o que quiera compartir un libro, debe haberlo leído y que algo en esa lectura le haya movido emociones, sentimientos, que, al menos por un instante —o por un largo periodo— le ayudaron a ver el mundo de otras maneras.

Como verán, no se trata de decir que lean tal o cual libro sin más cuando hay que elegir un libro para leer en el dormitorio con ellos, o cuando un adolescente te pregunta “¿qué me recomiendas leer?” El compromiso de la lectura es, entonces, ¿qué puedo compartir que me haya dado más vida?, o bien, algo que me haya hecho llorar o reír; en fin, compartir una lectura que, verbigracia, me recuerda que hay otras maneras de habitar en este mundo, que ha movido una parte de mi ser para ver las cosas de manera diferente. ¿Será por eso que en nuestro país casi no se leen libros? Por otra parte, una buena pregunta es: los trabajadores de nuestra comunidad, en la CDIA, ¿leemos libros?

En la CDIA hay, por supuesto, experiencias de lectura individual, en silencio. En el taller de literatura se apuesta por la lectura colectiva, en voz alta, por muchas razones.

Desde que los primeros hombres y mujeres aparecieron en la tierra, el acto de contar historias los acompaña; podemos evocar aquella imagen en la que al calor del fuego nuestros antepasados recreaban su mundo. O viajar en el tiempo para recordar la primera historia escrita de que se tiene memoria, las tablillas del Gilgamesh, grabadas en dialecto acadio del segundo milenio antes de Cristo: la *Epopéya de Gilgamesh*, que es uno de los relatos más apasionantes y antiguos. Es la historia de un hombre y una ciudad. El poema, desde el principio, nos exhorta a participar, a involucrarnos, a sentir y preguntarnos qué pasa con Gilgamesh, por qué actúa así. Repito, desde el inicio el poema nos hace partícipes: “Tu y yo —nos interpelan— debemos entrar en la ciudad de Uruk y buscar en sus cimientos una caja de cobre que contiene las tablillas de lapislázuli en las que está escrita la historia de Gilgamesh”.

Lectura en voz alta

*La lectura en voz alta
tiene que ver con el
corazón, con recordar
(de cordis) lo que pasa
en la vida. Tengamos
presente la importancia
de la oralidad.*

El libro, antes de ser el libro, fue una voz en el interior de una persona, que después se hizo voz para nosotros. Al leer en voz alta en cada dormitorio o en cualquier espacio de la Comunidad, lo que hacemos es compartir inquietudes, todo lo que el libro lleva, por medio de la voz: ahí viajan todas las emociones y cosas insospechadas. A veces, incluso, no importa qué dicen las palabras sino cómo lo dicen, como los envuelven, cómo les cantan, cómo les hacen sentir algo que ni ellos mismos identifican; tampoco importa si “entienden” lo que se lee, pueden dormirse al escuchar una historia, pueden sonreír, emocionarse, pues hay que dejar que la voz, las voces del texto hagan lo que tengan que hacer. La lectura en voz alta tiene que ver con el corazón, con recordar (de *cordis*) lo que pasa en la vida. Tengamos presente la importancia de la oralidad.⁹

Muchas veces han pedido: “¿Por qué no vienes a leer-nos cuentos en la noche para dormir?” ¿Qué es lo que piden en esos casos? Aquel legendario “había una vez” dicho de mil maneras tiene algo que los adolescentes en conflicto con la ley descubren, y lo piden una y otra vez, como esos niños que piden el mismo cuento mil y una veces.

Al leer en voz alta hay un grupo de personas y la voz tiene que ver con la memoria,¹⁰ además de ser un acto comunitario, en comunión, que nos recuerda la historia de cada uno.

*La memoria de los libros
que leemos, la impronta
que llevamos en el alma,
es nuestra y tenemos dos
opciones: compartirla
o no.*

La memoria de los libros que leemos, la impronta que llevamos en el alma, es nuestra y tenemos dos opciones: compartirla o no. La lectura, compartir libros, tiene que ver con lo que algunos llaman pulsión de vida: ¿qué tan vitales somos? La experiencia lectora es personal, es la nuestra, seamos quienes seamos y estemos donde estemos, dice Alberto Manguel,¹¹ pero también lo dijo José, que es-

⁹ Walter Ong, *Oralidad y escritura*, México, Fondo de Cultura Económica, 2000.

¹⁰ Margit Frenk, *Entre la voz y el silencio. La lectura en tiempos de Cervantes*, México, Fondo de Cultura Económica, 2005.

¹¹ Alberto Manguel, *La voz, la oralidad viene de muy atrás*, Bogotá, Norma, 1999.

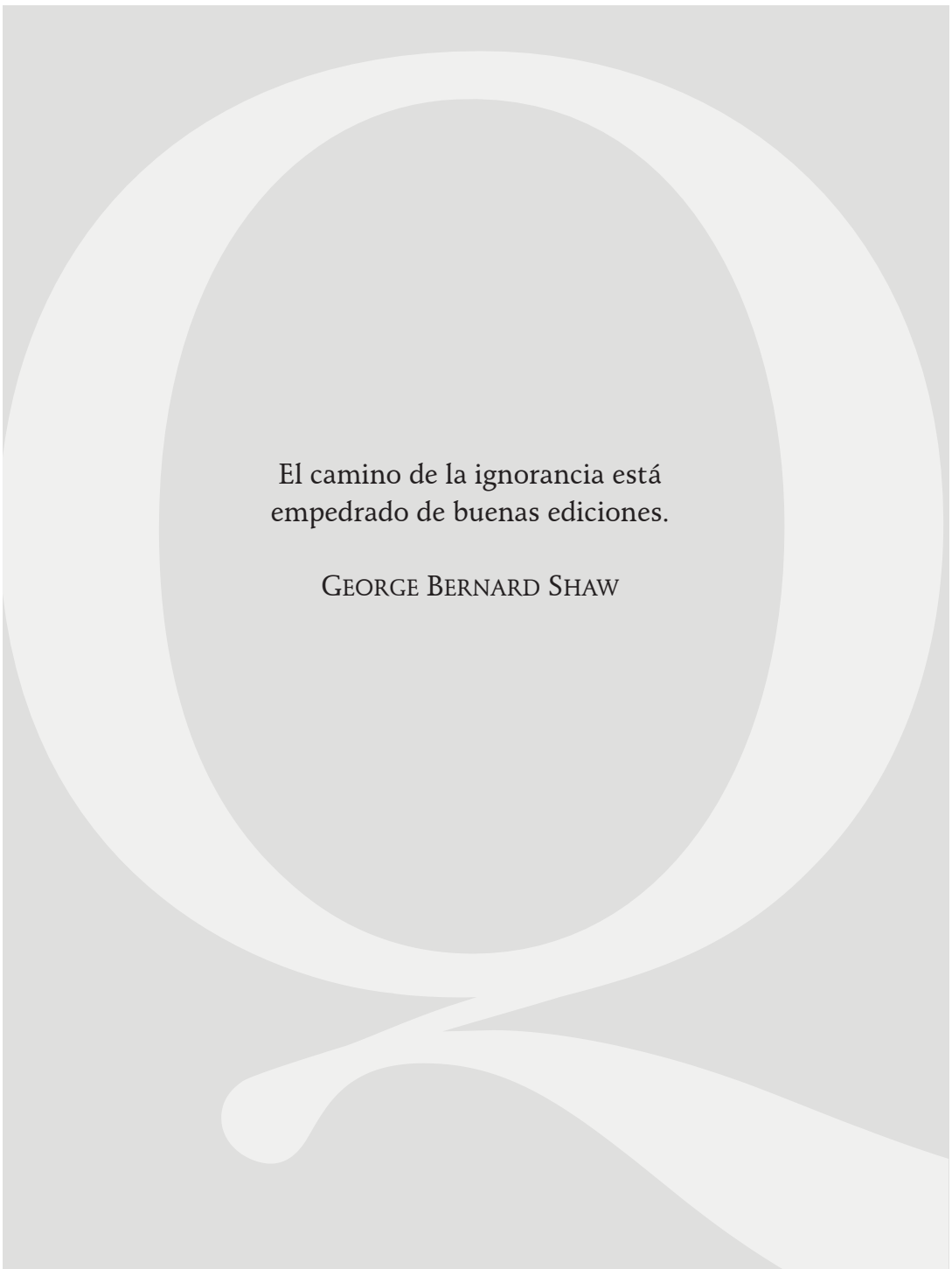
tuvo en la CDIA, en el dormitorio 2, un poco antes de salir libre: “Al leer puedo vivir dentro de lo que leo, ya que en mis ojos veo letras, pero en mi mente no hay límites y a eso le llamo imaginación. Para mí el libro es como la nave que me sacará del encierro, ya que las palabras se juntan y mi mente se conjuga. Me imagino el momento como si hubiera estado allí”.

Esa es nuestra apuesta. Nada más, nada menos. Sin olvidar, claro, que hay un malestar en la juventud. “Nos hallamos —dice el psicoanalista Massimo Recalcati—¹² en la era del ocaso irreversible del padre, pero estamos también en la *era de Telémaco*”. Sí, hay una caída de la figura del padre, de la autoridad, de la Ley del Padre, y eso lo experimentan y lo saben consciente o inconscientemente los adolescentes que llegan a la CDIA. Recalcati da un giro de 180° para trabajar con los jóvenes, contrapone el complejo de Edipo al complejo de Telémaco; el primero “encara la tragedia de la transgresión de la ley, Telémaco encara la invocación de la ley”.

Los adolescentes en conflicto con la ley son, en parte, como Telémaco: buscan, desean “una esperanza, como posibilidad de devolver la ley de la palabra a su propia tierra”; por eso el acto de leer es placentero, esperanzador y aporta otras formas de mirar el mundo, otras formas muy otras; diversas maneras de resolver situaciones problemáticas, como pasó o no pasó en aquel cuento, y por qué no, como Telémaco, en espera del Padre: nuevas formas de imaginar el mundo, su mundo. Y es posible.

Los adolescentes en conflicto con la ley son, en parte, como Telémaco: buscan, desean “una esperanza, como posibilidad de devolver la ley de la palabra a su propia tierra”; por eso el acto de leer es placentero, esperanzador y aporta otras formas de mirar el mundo.

¹² Massimo Recalcati, *El complejo de Telémaco: padres e hijos tras el ocaso del progenitor*, Barcelona, Anagrama, 2014, pp. 12-13.

The background of the page is a light gray square. Overlaid on this are several concentric circles in a slightly darker shade of gray. A stylized, light gray path or road starts from the bottom left and curves upwards and to the right, passing through the lower part of the circles.

El camino de la ignorancia está
empedrado de buenas ediciones.

GEORGE BERNARD SHAW

Reflexiones bucaneras

¿Importará que no exista nunca más la avaricia cuando el régimen presentista es el clima de opresión que hace que vivamos sólo desde la óptica de la competencia globalizada y desde la lógica de las imposiciones de la lógica financiera?

ALBERTO CONSTANTE

Un astrólogo que cura la melancolía con té de pelos de elote puede escribir un libro más exitoso que un genio. El éxito es la estadística de los cretinos.

JUAN VILLORO

Tiempo de ladrones, tiempo de plagiarios, tiempo de fugitivos, de piratas alcoholizados ya no por el ron de las Antillas sino por el flujo imparable de informaciones. Tiempo de leyes frágiles, leyes rotas por la imprecisión y la duda. Tiempo de páginas abandonadas o puestas en enlaces rotos, páginas de letras que el lector electrónico no puede ampliar si es un PDF, tiempo de acumulaciones y de acumuladores de datos, de palabras que saben de todo menos de miradas sobre ellos. Tiempo de puntos de fuga, de mínimos resquicios por los que el libro aún sabe correr libre.

Tiempo de puntos de fuga, de mínimos resquicios por los que el libro aún sabe correr libre.

Esta breve introducción, que pudiera sonar a melodrama, plantea apenas algunos de los puntos que salen a relucir en nuestro tiempo al reflexionar acerca del libro y de aquellos que, de una u otra forma, le conforman el mundo.

*Pertenezco a
la generación que se
halla justo en el punto
de transición entre lo
físico y lo digital.*

*Estoy lejos de la visión
romántica de que hay
mucho de heroico en
las cacerías de libros y
copias, mucho más lejos
me encuentro de creer
que con la tecnología
digital todo es mejor
y más fácil.*

Cada día se leen notas, entradas de blog, artículos y un sinnúmero de textos de cualquier otra clase relacionados directamente con alguno de los puntos arriba mencionados. De hecho, al comenzar a escribir, lo hago rodeado de notas que se refieren a un caso de plagio que involucra a los autores Arturo Pérez Reverte y Verónica Murguía. Al pasar la mirada por el amplio reportaje que escojo para enterarme de los pormenores de la situación, aparecen en pantalla otras muchas opciones, otros muchos textos que abarcan, palabras más, palabras menos, posturas acá, posturas allá, el conflicto. A la par, mantengo abiertos sitios en los que planeo ver cintas que no logré ver cuando estuvieron en cartelera (uno de los dos sitios no luce legal). En mi correo electrónico, finalmente, aparece un enlace que promete que al toque de un clic me llevará a *La literatura y el mal* de Georges Bataille, cuya versión en castellano había buscado infructuosamente desde 1999, pues la editorial que se encargó de su publicación juzgó innecesario (o económicamente inviable) reimprimirlo. Pertenezco a la generación que se halla justo en el punto de transición entre lo físico y lo digital. Mis pesquisas por conseguir la película que deseaba ver o el libro que quería leer me obligaron a aventurarme en lugares por demás variopintos, a ser asiduo visitante de las copadoras en la zona de Copilco y, posteriormente, a convertirme en un mediano aunque eficiente navegante de la red.

Estoy lejos de la visión romántica de que hay mucho de heroico en las cacerías de libros y copias, mucho más lejos me encuentro de creer que con la tecnología digital todo es mejor y más fácil, y mucho menos que sea más abierto. Creo más bien que lo que se hace evidente de todo ello es que nuestra relación con la información (y con la palabra escrita, que aquí le ataño) no deja de contener un alto grado de complejidad que se transforma incesantemente y que lo seguirá haciendo, aunque es innegable que los efectos de dicha relación han sido más fuertes en los últimos 15 años que en los dos siglos precedentes.

Hablar de piratería y de otras consecuencias del uso no autorizado del material registrado por sus autores es

apenas una de las aristas posibles si se pretende reflexionar acerca del tema, pues desde ella surgen cuestiones como el *sampleo*, el plagio, la referencialidad. Sus límites no están claros, mucho menos sus usos. Un DJ que usa fragmentos de música compuesta por artistas famosos puede ser perseguido y sentenciado (por no mencionar que es obligado a retirar el material del mercado correspondiente) y, sin embargo, un autor afamado puede construir obras narrativas referenciando obras de otros autores sin que sea considerada una falta. Un cineclub en tiempos actuales no puede hacer una proyección de cinta alguna que se encuentre protegida por alguna corporación legal, sin importar que no se lucre en ningún modo y aunque los fines de dicha proyección sean culturales y didácticos. En un caso aún más extremo, un músico (y de hecho prácticamente cualquier artista) no conserva los derechos de reproducción, explotación y distribución de su obra y está supeditado a los usos que una disquera les quiera dar a sus composiciones. Hoy en día incluso llegamos a ver campañas comerciales en las que se usan canciones famosas de rock en las que se edulcora su contenido (y por completo opuesto a los afanes del *marketing*) con tal de anunciar un producto que, aunque ciertamente son legales, no necesariamente expresan las intenciones del autor. En fin, lo que se tiene entre manos es una serie de leyes internacionales y locales difusas que generan una atmósfera de incertidumbre y desazón.

Por ejemplo, tal como lo confiesa David Byrne en una entrevista realizada por el sitio Billboard: “No tengo los derechos de mis primeros trabajos y no puedo decir palabra acerca de cómo se otorgan licencias para que sean difundidos y comercializados en plataformas como Youtube, Spotify, Beats, Apple, o cualquier otra. Sea cual sea el rumbo que sigue la música, está fuera de mi control”.¹

Un cineclub en tiempos actuales no puede hacer una proyección de cinta alguna que se encuentre protegida por alguna corporación legal.

No tengo los derechos de mis primeros trabajos y no puedo decir palabra acerca de cómo se otorgan licencias para que sean difundidos.

DAVID BYRNE

¹ Extraída del sitio <<http://www.billboard.com/articles/news/6188051/david-byrne-interview-artists-rights-spotify-touring>>. Última consulta: marzo de 2015. La traducción es mía.

*Muchos son los autores
que obtienen pocas
ganancias por obras que
tienen buenas ventas (y
que no se hallen en
categoría de best-sellers).*

*La ley de derechos de
autor trata de establecer
ciertos límites de respeto
al trabajo del autor y el
del editor, y luego para
con los lectores.*

Se podría pensar (y, de hecho, las grandes compañías se empeñan en hacer pensar) que el mayor problema para un artista, lo que más perjudica sus derechos, son las descargas ilegales, los videos no autorizados, etc., pero poco se dice del muy escaso margen de ganancias que dicho artista obtiene de la explotación masiva que se hace en sitios autorizados legalmente.

El problema no es ajeno al mundo editorial. Muchos son los autores que obtienen pocas ganancias por obras que tienen buenas ventas (y que no se hallen en categoría de *best-sellers*). De hecho, en muchos de estos casos el pago se realiza en una sola exhibición previa a la publicación. El panorama empeora al hablar de autores jóvenes o poco reconocidos, a cuyos libros, por lo general, se les hace una difusión mínima y que terminarán muy probablemente en mesas de saldos (en el mejor de los casos), o bien, abandonados en fantasmales bodegas en espera de ser triturados. Sea cual sea el caso, el autor difícilmente mantiene los derechos sobre su obra hasta que la edición contratada se agote.

Cierto es que la ley de derechos de autor² trata de establecer ciertos límites de respeto al trabajo del autor y el del editor, y luego para con los lectores; sin embargo, dicha regulación no impide a los editores hacer tratos que cada vez son menos y menos respetuosos para con los autores por no encontrarse entre los gustos mayoritarios del mercado de consumo literario. Prácticamente a nadie que pasee la mirada por este texto le será ajena la situación de conocer a autores que, a menudo, aceptan que se publique su obra sin recibir pago alguno por ello, aun cuando, en ocasiones, son ellos quienes absorben los gastos mayores de la edición (sin que eso los coloque en buena posición para su distribución ni para discutir los porcentajes de ganancia).

Todo lo hasta aquí señalado acerca de la piratería lleva la discusión a precisar que se trata de un problema de índole principalmente económico y no cultural. Al entrar

² Se puede consultar en <http://www.indautor.gob.mx/documentos_normas/leyfederal.pdf>.

al sitio de Cempro³ con el propósito de enterarme de sus labores, fui recibido por un video⁴ (el cual lamento no poder reproducir aquí en su totalidad por las limitaciones obvias del medio, pero también me alegro de no poder hacerlo porque no tengo licencia para ello), en el cual, de golpe y sin aviso, se advierte que México ocupa el cuarto lugar mundial en venta de producción pirata de contenidos culturales. Luego se dan cifras aproximadas de las pérdidas monetarias (cerca de un billón de pesos para creadores de contenido), se nos advierte que un mexicano promedio lee menos de tres libros por año, para después informarnos, en un tono cada vez más dramático, que tres de cada 10 libros que se venden en las calles del país son piratas. Luego se nos indica que, durante años, las escuelas del país han fomentado la reprografía ilegal (sacar copias, para decirlo humanamente) y que eso hace un profundo daño. Las frases son ilustradas —y debo confesar que ésa es la mejor parte del video— con la imagen de un grupo de estudiantes perfectamente ataviados en uniformes de colegio particular que sacan copias y, al notar que la cámara se posa sobre ellos, lanzan una mirada siniestra que parece decir: “Soy pirata y me alegro”. Luego viene el momento culminante en que, de manera discreta, se introduce el producto, sí el producto, que el video busca vender: las licencias de reproducción, para de inmediato pasar a dar más cifras de las pérdidas monetarias que la piratería representa, por lo que es el mayor enemigo a vencer, pues no sólo acaba con la industria editorial y los trabajos directos e indirectos que genera, sino con la cultura y la identidad nacional. El video sigue por un minuto más en ese tenor.

Si bien mi paseo por el sitio web continuó por un buen rato, parecía ya innecesario después de ver y escuchar sus fundamentos. Además de lo anterior, sólo destacaré dos

México ocupa el cuarto lugar mundial en venta de producción pirata de contenidos culturales.

Se nos indica que, durante años, las escuelas del país han fomentado la reprografía ilegal y que eso hace un profundo daño.

³ Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor, sociedad de gestión colectiva.

⁴ Véase <<https://www.youtube.com/watch?t=11&v=jrtV1Yl1kH4>>.

detalles: el primero es que, pese a que se afirma tener como gran motor la defensa de los derechos de autor, la cantidad de autores que forman parte de este grupo es considerablemente menor a la de editores. El segundo detalle, lo que enfrentamos aquí, es que, más que una labor altruista, se trata de un negocio: el propósito es vender licencias, hacer sentir al infractor en turno que obtener una licencia lo mantiene dentro del margen de lo legal y que, por tanto, su actuar es bueno socialmente, responsable. Los tipos de licencia son muchos, pero se otorgan de acuerdo con la cantidad de máquinas de fotocopiado con las que cuenta la institución en cuestión (aunque no se limitan a escuelas). Según se establece en el Reglamento de reparto de ingresos por licencias,⁵ se distribuye a partes iguales entre autores y editores socios. Es decir, para que una obra o catálogo editorial se encuentre protegido, debe afiliarse al grupo representante. En términos comerciales, la relación es justa, sin lugar a dudas, pero cabría preguntarse si hay otros modos de enfocar el problema. Y es que, sin importar en qué foros se trate el tema, la afectación económica parece ser el único argumento para combatir la piratería. Ciertamente, se habla de cultura, pero este discurso está recubierto por el cariz económico. Luego de un operativo en que se “aseguraron” varias toneladas de libros piratas, Valeria Sánchez, directora de Cempro afirmó:

*El propósito de vender
licencias es hacer sentir
al infractor que, al
obtener una, se mantiene
dentro del margen legal.*

Hemos hecho análisis de los costos entre los libros originales y los piratas, y la diferencia son 10 pesos, más o menos dos por ciento de diferencia, por lo que creemos que es una costumbre el tema de la adquisición ilegal; también es un tema de falta de cultura para adquirir un libro, porque consideramos que siempre puede ser sustituible por unos zapatos, una bolsa o los tenis de marca. Es un asunto de cultura y de educación.⁶

⁵ Véase <<http://cempro.com.mx/sitio/wp-content/uploads/2014/10/Reglamento-de-reparto.pdf>>.

⁶ En <<http://www.milenio.com/cultura/Decomisan-toneladas->

Sería importante abrir la posibilidad de pensar en la piratería no sólo como el gran monstruo de la industria editorial, sino justamente en la industria cultural como el padre de ese gran monstruo. ¿Qué se puede hacer frente a un sistema que deja claro que las relaciones comerciales son las únicas posibles? ¿Qué hacer frente a una industria que ha limitado el libro a publicaciones de gran éxito comercial, que privilegia las librerías grandes, consorcios que obtienen grandes cantidades de libros para la venta (y que han hecho desaparecer el concepto de librería de barrio), en las que nuevamente se impone la lógica del *best-seller*? ¿No será acaso que la gente cree que el libro se puede sustituir por un par de zapatos, una bolsa o unos tenis de marca justo porque la lógica mercantil es exactamente la misma que se aplica a los libros?

No trato de hacer aquí una defensa tenaz de la ilegalidad, mucho menos de demeritar los esfuerzos actuales por defender los derechos del autor, ni de afirmar el ideal de que la cultura debe ser completamente gratuita, o que dicha gratuidad deriva de que los autores no reciben pago por su trabajo. No, planteo la posibilidad de repensar las relaciones que establecemos con el libro o con cualquier otro modo de ser de la cultura, pues de dichas reflexiones podrían surgir nuevas prácticas en las que la edición de un libro no estuviera sujeta a estudios de mercado, en las que la dignidad del trabajo autoral y editorial sean vistas nuevamente con justeza. En contra de ello, se podrá argumentar que el mundo en que vivimos funciona de un modo y que es imposible, o casi imposible, cambiarlo, que hay que aceptar la realidad tal como es, pero habrá que decir que justo la literatura, el universo de los libros, abre (o debe abrir) nuevas posibilidades para ver el mundo. Vale la pena, antes de continuar, recordar las palabras de Ursula K. Le Guin al recibir el galardón de la National Book Association por su trayectoria:

Sería importante abrir la posibilidad de pensar en la piratería no sólo como el gran monstruo de la industria editorial, sino justamente en la industria cultural como el padre de ese gran monstruo.

libros-pirata-va_0_146385423.html>, publicado el 2 de septiembre de 2013.

*Necesitaremos escritores
que puedan recordar
la libertad —poetas,
visionarios—, realistas
de una realidad más
amplia.*

*Escribir materiales
que se ajusten a
estrategias de venta con
el fin de maximizar los
beneficios corporativos
e incrementar
las ganancias de
publicidad, no es lo
mismo que la autoría y
la edición responsables.*

A los responsables de entregarme este reconocimiento, gracias de todo corazón. A mi familia, mis agentes, mis editores, sepan que el hecho de estar aquí es mérito tan de ellos como mío. Acepto el reconocimiento con la alegría de compartirlo con todos los escritores que han sido excluidos de la literatura por tanto tiempo —mis colegas autores de fantasía y ciencia ficción, los escritores de la imaginación que durante 50 años han visto los bellos reconocimientos ir a las manos de los llamados “realistas”.

Se acercan tiempos difíciles, serán tiempos en los que necesitaremos las voces de escritores que sean capaces de ver alternativas a los modos de vida que llevamos hoy en día, que puedan ver más allá de nuestra sociedad consumida por el miedo y sus tecnologías obsesivas para con ello llegar a otros modos de ser, que sean capaces de imaginar, incluso, otros terrenos para la esperanza. Necesitaremos escritores que puedan recordar la libertad —poetas, visionarios—, realistas de una realidad más amplia.

Justo ahora necesitamos autores que sean capaces de distinguir entre la generación de productos de mercado y la práctica de un arte. Escribir materiales que se ajusten a estrategias de venta con el fin de maximizar los beneficios corporativos e incrementar las ganancias de publicidad, no es lo mismo que la autoría y la edición responsables.

Aún así, he podido ver cómo los departamentos tienen poder sobre el departamento editorial. Veo a mis editoriales, en el absurdo pánico que generan la ignorancia y la avaricia, cobrar por un libro electrónico seis o siete veces más a las bibliotecas públicas de lo que cobran a sus clientes. Hace poco hemos visto a un inversor castigar a un editor por desobediencia y a escritores siendo amenazados por el fanatismo corporativo. Y veo a muchos de nosotros, los productores, los que escribimos los libros, y que hacemos los libros, aceptando que estos mercaderes nos vendan como si fuéramos desodorante y diciéndonos qué escribir y qué publicar.

Los libros no son sólo productos; la obtención de ganancias se encuentra constantemente en conflicto con las

búsquedas del arte. Vivimos en el capitalismo, su poder parece imbatible, pero en algún momento también el derecho divino de los reyes parecía indestructible. Todo poder humano puede ser resistido y transformado por otros seres humanos. Frecuentemente, la resistencia y el cambio se inician en el arte. Y muy frecuentemente se inician en nuestro arte, el arte de las palabras.

He tenido una larga carrera en el mundo de las letras, ha sido muy buena y he tenido grandes compañías en ella. Y aquí, justo al final, no quiero ver la literatura americana ser vendida. Nosotros, los que escribimos y publicamos debemos pedir nuestra justa participación en las prácticas editoriales; pues el nombre de nuestra práctica no es “ganancias”, su nombre es libertad.⁷

Efectivamente, nos encontramos frente a prácticas que parecen imposibles de resistir y superar, mucho menos de transformar, pero todo está perdido si justo quienes nos dedicamos a la generación y distribución de obras culturales no hacemos algo. Así pues, las palabras de Le Guin deberían producirnos al menos un ligero eco perdurable, pues si creemos que su discurso plantea acciones e ideas fuera de toda realidad, significa, tristemente, que hemos renunciado a la posibilidad de comprender la realidad como algo complejo.

Como cinéfilo, he visto imponerse las presiones del mercado, que el cine de Hollywood tiene en cartelera no sólo más de 90% de los espacios de proyección, sino que su permanencia está asegurada sobre otras propuestas fílmicas. Siempre me he confesado defensor del *churro*, pues aunque haya cintas con alto presupuesto, las estrellas de moda, un sinnúmero de efectos especiales y un largo etcétera, no garantizan la pasión, el interés o el compromiso con la historia que se narra o con una propuesta visual; pero

Nos encontramos frente a prácticas que parecen imposibles de resistir y superar, mucho menos de transformar, pero todo está perdido si justo quienes nos dedicamos a la generación y distribución de obras culturales no hacemos algo.

⁷ Publicado en <<http://www.theguardian.com/books/2014/nov/20/ursula-k-le-guin-national-book-awards-speech>>, 20 de noviembre de 2014. La traducción es mía.

*Tener muchas opciones
para escoger en una
sala no es lo mismo
que tener diversidad de
propuestas.*

*Para los trabajos de los
autores de moda que
desfilan durante unos
cuantos años por los
anaqueles hasta que
aparezcan los suplentes,
hay presentaciones
fastuosas en ferias
del libro, giras y otras
formas de exposición.*

también considero que el mundo, cuanto más abierto en apariencia, más se ha cerrado. Tener muchas opciones para escoger en una sala no es lo mismo que tener diversidad de propuestas. Y si bien parecería que esta práctica es exclusiva de los círculos cinematográficos, basta con poner pie en una librería para comprobar que nos rodea en todos los ámbitos. La prioridad está en los autores más vendidos, y no sólo en aquellos cuyos contenidos son poco cuidados, o en los que tienen por objeto completar la nueva trilogía de moda (o sagas más extensas), o que requieren una nota que nos aclare cuan “polémicos” son para que valga la pena acercarse a sus páginas. No, también se encuentran aquellos preferidos por una cultura que se pretende alta, cuyas normas de consumo quedan disfrazadas por una aparente superioridad educativa, pero que, al fin y al cabo, son también tendencias de mercado. Para los trabajos de los autores de moda que desfilan durante unos cuantos años por los anaqueles hasta que aparezcan los suplentes, las nuevas voces de la vanguardia, hay no sólo lugares privilegiados en la estantería, sino presentaciones fastuosas en ferias del libro (que, seamos honestos, se han convertido en pasarelas), giras y otras formas de exposición. Mientras tanto, llama la atención que para los que están fuera de estos circuitos, haya tan poca o nula difusión, y que para autores clásicos saquen cada vez más volúmenes de obra reunida, que más parece una forma de ahorrar que de homenaje, de cumplir con lanzarle por el mero hecho de no dejarlos fuera (y muchas veces por la ventaja que ofrece el que muchos de sus trabajos sean de dominio público). Y ni qué decir de autores que no escriben narrativa: poetas, filósofos, científicos... Se hallan lejos del trato de celebridades (aunque de repente uno que otro dé el salto) y, en el mejor de los casos, terminan en mesas de saldos o en los anaqueles de alguna librería de viejo. No se trata sólo de escritores jóvenes, o locales, o desconocidos por completo, a diario, con apenas una visita, uno descubre que textos de Yukio Mishima, Federico Reyes Heróles, Chuck Palahniuk, André Gide y un larguísimo etcétera, no son

reeditados desde hace años. Y de los precios de los libros, mejor ni hablar.

¿Qué hacer, pues, ante una situación así? ¿Se puede acusar al que saca copias de un texto cuando no hay otra vía para tener el libro o cuando el precio respecto a los ingresos personales resulta excesivo? ¿Se puede, de verdad, pensar que una licencia es una forma de combate efectiva de un problema tan complejo? ¿Se puede limitar un complicado entorno cultural a un asunto de legalidad, sobre todo cuando ésta parece proteger exclusivamente prácticas económicas?

Hace algunos años, en un curso que impartía en la Universidad Autónoma Metropolitana, Tatiana Sorokina relató que en los años del régimen comunista en Rusia, cuando los estudiantes tenían acceso a un libro prohibido por el gobierno, lo copiaban a mano y, después, con toda la discreción que tal acto conlleva, lo compartían con sus compañeros. Hoy en día, sobre todo en nuestro contexto, estas prácticas no son necesarias, pero deberíamos cuestionar qué tanto las perspectivas contemporáneas de una lectura dietética (en la que se recomienda leer 20 minutos diarios), de un manejo de información en el que parece predominar la acumulación sobre la búsqueda de contenidos, y en la que el conocimiento y la razón son suplidos por opiniones, por la defensa encarnizada del yo desde sus encierros modernos, no son también una forma de prohibir libros, de destruirlos de manera discreta, silenciosa.

El problema de la piratería en todos los sentidos es muy serio y afecta muchos aspectos de la vida cotidiana, pero antes de acusar a quienes sacan copias, de dismantlar con grandes operativos el tráfico de libros, habría que preguntarnos cómo hemos llegado a permitir un sistema económico en que dicho tráfico existe. Si se piensa con seriedad, el problema no está sólo en los piratas, sino en los corsarios, en aquellos que roban y saquean con permiso del rey, los que con tal de afianzar un dominio e imponer sus productos eliminan sistemáticamente otras formas de distribución emergentes. Tal vez si, en lugar de criminalizar,

¿Se puede, de verdad, pensar que una licencia es una forma de combate efectiva de un problema tan complejo como la piratería?

El problema de la piratería en todos los sentidos es muy serio y afecta muchos aspectos de la vida cotidiana, pero antes de acusar a quienes sacan copias, habría que preguntarnos cómo hemos llegado a permitir un sistema económico en que dicho tráfico existe.

Tanto Creative Commons como otras asociaciones que apelan al copyleft en lugar del copyright han permitido que los contenidos publicados por un artista circulen de modo que tenga un mayor control de ellos.

se esbozara un acercamiento a muchas (no todas, claro) comunidades, tanto físicas, como virtuales, sería posible ver que lo importante para ellas es generar una noción de comunidad, compartir no sólo un texto, sino desde él, un modo de ser en el mundo.⁸

A partir de ello, podría pensarse que no todo el panorama es oscuro, sino que ciertamente hay propuestas novedosas. Tanto Creative Commons como otras asociaciones que apelan al *copyleft* en lugar del *copyright* han permitido que los contenidos publicados por un artista circulen de modo que tenga un mayor control de ellos. Por otro lado, hay que destacar la cada vez más constante aparición de editoriales independientes que no sólo ofrecen un trato mucho más humano y respetuosamente activo a sus autores, sino que, muy importante, para publicar eligen textos afines a la personalidad del sello. En muchos casos, son estas editoriales las que emprenden el arriesgado acto de publicar contenidos que no se encuentran en el mercado masivo, pero que confían en esos otros modos de lectura que parecen olvidados y los respetan. Y claro, también se encuentran esos admirables casos de países como Croacia, en donde el gobierno está obligado a financiar a las editoriales, lo que permite que se asuma una mayor responsabilidad y libertad en lo que se publica. Estos son apenas pequeños esfuerzos, ni ideales ni perfectos, pero a los que bien vale la pena considerar como posibilidades en aras de ampliar el camino.

Sobre todo, debe imperar una conciencia crítica respecto a nuestras prácticas, nuestro quehacer, pues si tal crítica no surge de quienes nos dedicamos de un modo u otro a las letras, la vía estará del todo cerrada. Alessandro Baricco afirma que lo que debemos enseñar a los jóvenes es que leer no es una obligación, ni aquello que dicen esos

⁸ Al respecto, recomiendo ampliamente el documental *Good copy, bad copy*, que puede verse de manera gratuita en <<http://blip.tv/good-copy-bad-copy/good-copy-bad-copy-full-feature-364089>>, o bien, en la plataforma youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=WEKl5I_Q044>.

fríos programas de fomento a la lectura, sino que leer es ante todo pasión y que eso es lo que se puede compartir. Así pues, retirar el velo cuasi sagrado (e inalcanzable) que parece haber sobre los libros, acercar a sus páginas a quienes se atreven desde la propuesta de lecturas conscientes y críticas, es una manera de volver a ponerlos en relación con el mundo, con aquello que en su muy peculiar forma (hablando de la ficción, por ejemplo) nos pone en contacto con la realidad que habitamos. La tarea es difícil, pues representa exigir más como lectores y no sólo como consumidores; como autores y editores, y no sólo como vendedores.

En contra de ese argumento, de nuevo se podrá decir que pensar en esos términos es idealista, que el mundo funciona de modo distinto; baste decir que el problema es, tal vez, que hemos dejado de pensar en nuevas posibilidades para el mundo, para la realidad. Creemos que la historia está acabada, que ya no queda nada por descubrir. Tal vez dialogar de nuevo con las obras que han dado forma a nuestra cultura —tanto las que se encuentran en un canon como las que se hallan fuera de él, las que han quedado en un aparente olvido, pero que emergen discretas, constantes—, nos dé puntos de fuga, rutas posibles para sacudir al menos la débil, aunque en apariencia invencible, maquinaria que domina la vida cotidiana. Ese diálogo, sin embargo, debe ser más definitorio que definitivo, no puede centrar sus búsquedas en un pasado ideal del que se extraigan momentos que eran mejores que los actuales y que deberían volver, ni tampoco en la lucha contra tecnologías que ya están entre nosotros y que transforman tantos aspectos de nuestras vidas (incluidos los modos de lectura), sino que debe ser capaz de ver que esas transformaciones están llenas de posibilidades. Tal vez ese diálogo nos permita dejar de navegar de nuevo entre piratas y corsarios, para dejarnos hacerlo de nuevo como exploradores.

*Creemos que la historia
está acabada, que
ya no queda nada
por descubrir. Tal vez
dialogar de nuevo con
las obras que han
dado forma a nuestra
cultura nos dé rutas
posibles para sacudir la
maquinaria que domina
la vida cotidiana.*

El Corsario Negro y su p2p del infierno

Creo que lo primero que leí fue a Salgari. Supongamos por un momento que esto sea cierto, que el primer regalo literario que recibí en mi vida vino en un lomo verde que multiplicado abarcaba las obras completas de Emilio Salgari. Supongamos también que Sandokán me pareció tan interesante como una mota de polvo que se cuelga de la ventana; así pues, lo mío, lo mío, realmente fue *El Corsario Negro*. Es extraño no haber encontrado nunca, en mis años de lector y editor, a alguien más que compartiera mi pasión por el Corsario Negro, tanto es así que, durante años, visité librerías de viejo esperando encontrar el resto de las obras que contenían las aventuras de aquel pirata de isla Tortuga y que vendrían de regreso a mi memoria de la mano de la película con Johnny Depp que, honestamente, no me emocionó ni un poco.

El Corsario Negro no es la mejor obra de Salgari, y supongo que habrá más de uno que piense que no existe lo que podría considerarse su mejor obra y que Salgari es un escritor menor que encontró su público entre jóvenes lectores que, al vivir alejados de la alta cultura, podían adentrarse con interés en estas novelas de folletín que eran obvias, simples y, por mucho, olvidables. Pero hete aquí que, después de una travesía de más de veinte años como lector, la huella del Corsario Negro sigue sirviendo de puente a referencias metaculturales que sólo se permiten cuando algo en realidad te permea, te cubre y te asimila. Por mi parte, me da igual lo que opinen de Salgari o de si el Corsario Negro

El Corsario Negro no es la mejor obra de Salgari, y supongo que habrá más de uno que piense que no existe lo que podría considerarse su mejor obra.

*Había cosas que me
intrigaban de aquella
vida, vamos, que aún
me intrigan. ¿Qué
hacían los piratas
con aquellos botines
infinitos? ¿En qué
gastaban los doblones
de oro que llenaban las
bodegas de aquellos
barcos españoles?*

*Quiero creer que en el
siglo XIV también existía
una proclama mensual
que advertía de los
peligros de la piratería.*

es una de sus peores novelas, a mí me gustaba pensar en piratas que acumulaban riquezas en cuevas azotadas por las olas del mar Caribe y que después se enfrentaban a la posibilidad de redimirse ante la complejidad que el bien presentaba frente a la simpleza del mal.

Había cosas que me intrigaban de aquella vida, vamos, que aún me intrigan. ¿Qué hacían los piratas con aquellos botines infinitos? ¿En qué gastaban los doblones de oro que llenaban las bodegas de aquellos barcos españoles? ¿Qué placer oculto encontraban en continuar acumulando riquezas que se pudrirían en las cuevas hasta que algún explorador las encontrara? ¿Cuál era el precio de una botella de ron en Tortuga?, ¿era económica por la producción o cara por la inflación? Pero la duda más grande que tengo es: ¿quién cuantificaba aquellos botines para los reyes de España? Es decir, ¿quién determinaba el valor de cada doblón, joya, instrumento metálico, ropaje o especias que aquellos piratas robaban? ¿Se usaba el valor de producción? ¿El valor de venta? ¿Una media del valor promedio? ¿Cuál sería el punto de comparación entre un doblón de oro y un vaso de ron en un bar de Tortuga? Ahora que lo escribo, creo que la economía me jodió la fantasía.

Es difícil concebir esta figura, este personaje que nunca apareció en las novelas de piratas, este señorcito que detrás del rey llevaba la cuenta infinita de todo aquello que era sustraído de las arcas, que los piratas se robaban mensual o anualmente y que debió de implicar, con toda probabilidad, una revaloración completa de la economía de la época. Quiero decir que, en algún momento, el valor del doblón de oro tuvo que verse afectado por un mercado negro de divisas que salía de las manos de estos piratas. Y, siguiendo esa línea de pensamiento, quiero creer que la producción de oro en las colonias se veía perturbada directamente por aquella merma financiera que provenía de la necesidad de transportar bienes y valores por mar. En pocas palabras, quiero creer que en el siglo XIV también existía una proclama mensual que advertía de los peligros de la piratería. Aunque, por otro lado, si esos valores se

quedaban en las cuevas, ocultos, sin que nadie los usara jamás, entonces las pérdidas financieras que representaban provenían de la valoración que de estos se hacía en el fantástico mundo financiero, pero en la realidad, simplemente no tenían repercusión alguna en la economía de los reinos. Lo verdaderamente peligroso del dinero es el contrapeso que genera financieramente en la economía. Si ese valor simplemente desaparece, entonces no existe tal cosa como una implicación directa en la economía. Llevándolo a su mínima (y por supuesto simplista) consecuencia posible: la piratería no existiría.

El problema vino cuando los piratas se convirtieron en mercenarios. Una cosa es robar por gusto y otra muy distinta hacerlo por encargo de alguien más. Actualmente sabemos que Raleigh fue un mercenario que vendía sus servicios como pirata para beneficiar intrínsecamente al reino que mejor le pagara, mediante el recurso de sustraer bienes e inyectarlos a otras economías para fortalecer o disminuir el peso específico que la riqueza tenía en la industria militar de la época. Casi todos los piratas de que tenemos noticia jugaron ese juego, se transformaron en mercenarios que defendían intereses ocultos pero no encontraban placer alguno en acumular riquezas. En otras palabras: fueron los primeros especuladores financieros de la historia. Vamos, que Raleigh siguió el camino más claro: primero pirata, después mercenario, mudó a soldado y acabó como terrateniente en el país que, a final de cuentas, mejor pagó sus servicios. Sir Walter Raleigh pasó a los libros de historia como patriota. Si hubiera una historia de Tortuga, probablemente sería recordado como aniquilador de piratas. No hay nada más efectivo para acabar con una profesión que vincularla a los intereses económicos y sociales de una nación en guerra.

Cuando por fin logré encontrar *Los últimos filibusteros* (final de la saga Piratas de las Antillas), lo hice en una red p2p. Habían pasado más de diez años desde que leí *El Corsario Negro* y, honestamente, lo descargué. Creo que también fue el primer libro que leí completamente en una pantalla

El problema vino cuando los piratas se convirtieron en mercenarios. Una cosa es robar por gusto y otra muy distinta hacerlo por encargo de alguien más.

No hay nada más efectivo para acabar con una profesión que vincularla a los intereses económicos y sociales de una nación en guerra.

*No recuerdo haberme
sentido mal por
bajarme el libro, mucho
menos por los cientos
de canciones (seamos
francos, en una red de
56 kbps no se podía
hacer mucho más) que
también descargué.*

*Sean Parker (ahora
sólo una referencia
metacultural a
Facebook) y Shawn
Fanning hicieron la
primera pregunta del
siglo XXI: ¿hasta dónde
se permite compartir en
la red?*

de computadora. Durante días me sentaba un rato con una Coca-Cola y leía hasta que el cansancio agotaba mis ojos y tenía que descansar. ¿Hubiera leído *Los últimos filibusteros* de no haberlo encontrado así? Probablemente no. Pasé años buscando ese libro, llegué hasta donde mis posibilidades de niño y la paciencia de mis padres lo permitieron, pero algún editor en algún lugar había decidido que publicar el final del ciclo en México no era financieramente viable y me quedé sin saber lo que le había ocurrido a Emilio di Roccanegra y su progenie. No recuerdo haberme sentido mal por bajarme el libro, mucho menos por los cientos de canciones (seamos francos, en una red de 56 kbps no se podía hacer mucho más) que también descargué. Era 1999 y Napster había llegado para decirnos que el siguiente paso en la red ya no era comunicarse, sino compartir. Si algo me queda claro es que todos los que hoy están involucrados con la piratería y los derechos de autor jamás supieron lo que en realidad era Napster, algunos ni siquiera descubrieron el placer de bajar la última canción de Fools Garden porque el disco simplemente no había llegado a México. Pienso en Fools Garden quizá porque hace unos días, en el tránsito, recordé *Lemon Tree* y la compré para escucharla de inmediato en las dos horas que pasé tratando de llegar a casa. Siendo lógicos, si no hubiera bajado aquella canción en 1999, no hubiera gastado un dólar en comprarla en 2014. Tampoco hubiera pagado 80 dólares por ver a Fools Garden en vivo ni les hubiera hablado a mis amigos de la maravillosa experiencia de escuchar esa canción mientras manejaba. *Lemon Tree* hubiera sido un vacío existencial para mí, se habría quedado en una cueva pudriéndose sin que yo jamás la descubriera. Sin embargo, lo que hice, para algunos hoy en día, se llama piratería (¡muere, maldito Wan Guld!).

Sean Parker (ahora sólo una referencia metacultural a Facebook) y Shawn Fanning hicieron la primera pregunta del siglo XXI: ¿hasta dónde se permite compartir en la red? La red no es otra cosa que una traslación tecnológica de nuestra propia sociedad, simple y llanamente; en la red existe lo mismo que en nuestra realidad, sólo que traducido

a un lenguaje distinto. Por eso la red es la herramienta, la extensión ideal de nuestras vidas, por eso la adoptamos con tal velocidad y nos resulta imposible concebir nuestro futuro sin ella. Nuestra vida, la social al menos, se compone de nuestra habilidad para compartir ideas, historias, gustos y necesidades. Toda composición del tejido social proviene de esta necesidad de compartir. Aun los actos más egoístas y misántropos provienen del rechazo de esta concepción. La red, en sus inicios, estaba diseñada para compartir; en un principio, información; en otra fase, experiencias, y actualmente, nuestras propias vidas. Es una memoria pública, una renuncia a la intimidad al entender que ésta es el principio del aislamiento. Esto último quizá es una mala idea, pero al fin y al cabo las malas ideas también deben compartirse. Por lo tanto, si entendemos que el siglo XXI es el siglo de la red, la pregunta planteada por Sean y Shawn es primordial, es la piedra angular de toda discusión ética y filosófica que nos agobiara durante los próximos 100 años. Si comparto una canción como elemento de mi propia experiencia de vida, ¿le compete a la legalidad? En realidad, la pregunta en sí no importa, porque mientras exista una canción, un yo y un alguien con quien tengo contacto, siempre encontraré la manera de compartir algo con esa persona.

La piratería es el temor hecho temor. Hoy en día, más de una docena de organizaciones se dedican a perseguir y contrarrestar los efectos de la piratería de contenidos en el mundo. Han fracasado porque tenían que fracasar, pero lejos de asumir que la estrategia está equivocada, dichos organismos han llegado a la conclusión más estúpida de todas: si no podemos controlar lo que ocurre en la red, debemos cambiarla. Equivale a proponer secar el mar para acabar con los piratas. Si los piratas no tienen dónde navegar, la piratería desaparecerá. Nadie que entienda la red sería capaz de plantear algo tan primigeniamente bárbaro (por no decir tonto). La neutralidad de la red no debe discutirse y ni siquiera considerarse, porque si bien aceptamos que la red es reflejo de nuestra sociedad, estaríamos entrando en el momento histórico en que comience a trabajar a la inversa:

*La red, en sus inicios,
estaba diseñada
para compartir;
en un principio,
información; en otra
fase, experiencias, y
actualmente, nuestras
propias vidas.*

*La piratería es el temor
hecho temor. Hoy en
día, más de una docena
de organizaciones se
dedican a perseguir y
contrarrestar los efectos
de la piratería de
contenidos en el mundo.*

*Lo más peligroso es que
los pasos que se han
dado contra la piratería
terminarán convirtiendo
los contenidos en
algo tan inaccesible
y engorroso que serán
el camino a su propia
muerte.*

si permitimos que la neutralidad en la red sea destruida, no tendremos manera de defendernos cuando la neutralidad en nuestras vidas sea el siguiente objetivo de esta línea de pensamiento, cuando lo lleven más lejos y se asuma que si no hay personas libres, no habrá piratas, y entonces nadie bajará la nueva canción de Fools Garden porque la piratería acabará tarde o temprano con los contenidos. Lo más peligroso es que los pasos que se han dado contra la piratería terminarán convirtiendo los contenidos en algo tan inaccesible y engorroso que serán el camino a su propia muerte. ¿Soy el único paranoico aquí?

La piratería proviene de un deseo, no de un delito; la incapacidad para satisfacer dicho deseo es lo que fortalece la piratería. Es extraño, pero la ineptitud de las diferentes industrias para satisfacer la necesidad de los consumidores casi siempre termina en la creación de nuevos delitos para tipificar el comportamiento de los consumidores que buscan sus productos. La piratería no nació en una habitación oscura donde tres calvos con gatos en sus regazos decidieron atacar a las pobres corporaciones que administran los contenidos. La piratería nació el día en que un tipo quiso compartir algo con otro tipo que no podía o no quería comprarlo, cuando decidimos compartir con otros nuestra propiedad. Quizá por esta razón una de las aproximaciones más agresivas contra la piratería ha sido terminar con el concepto de propiedad de contenido para dar lugar al licenciamiento de contenido. Es decir, puedes tenerlo y usarlo (limitadamente), pero en ninguna circunstancia puedes compartirlo. ¿Por qué este repentino interés en detener el flujo de contenidos? El préstamo de contenido es una de las actividades más viejas de la humanidad, ¿por qué ir ahora contra él? Imaginemos por un momento al pequeño hombrecito detrás del rey, aquel que cuantificaba las pérdidas que ocasionaban los piratas al robar barcos en el Atlántico; imaginemos que ese hombrecito tiene que resolver el problema: si la nación A genera valor gracias a B, y ese B sirve para mantener a todo C, ¿de dónde carajo sacaremos para pagar los gastos de C, si X nos robó? Ahora

*La piratería nació el
día en que un tipo quiso
compartir algo con otro
tipo que no podía o
no quería comprarlo,
cuando decidimos
compartir con otros
nuestra propiedad.*

pensemos que no hablamos de un reino de personas, sino de un reino de contenidos y que los contenidos tienen un valor intrínseco que lentamente va disminuyendo sus ingresos porque la base de consumidores disminuye. Es decir, la canción de A no se compra más porque hay otras 1 200 canciones disponibles y A ya no es relevante para los que están atorados en el tráfico y necesitan algo con que distraerse.

Lo que quiero decir es que, claramente, el aumento de opciones para los consumidores disminuye lentamente los beneficios de quienes solían ocupar tres o cuatro nichos y ahora se ven constreñidos a uno. La lógica dicta que lo que se tendría que hacer es bajar las expectativas, reducir los costos y buscar maneras más efectivas de ofertar para seguir siendo competitivos. Por supuesto, todo esto es muy complicado, por lo que lo mejor es, simplemente, evitar que dos chicos se pasen una canción, así —piensan—, en lugar de vender una vez la canción, se venderá dos veces. Mejor aún, vayamos a todos los lugares públicos donde la gente tiene contacto con el contenido y cobremos a los responsables de estos espacios por poner nuestra música para que llegue a un mercado mayor. Reduzcamos la exhibición y obliguemos a más consumidores a invertir en un producto que no necesariamente conocen o con el cual no han tenido tiempo de establecer una relación intelectual o emocional. En una palabra: “brillante”. Hagamos que todos los que no consumen especias paguen por ellas para compensar las que se prestan de casa en casa. Wan Guld estaría orgulloso de ustedes, muchachos.

Ser pirata tenía un costo, es decir, tenías un barco que debía ser más rápido que otros barcos, una tripulación que tenía que estar más comprometida que otras tripulaciones, un estilo de vida que requería más compromiso que otros estilos de vida, vamos, mantener un barco pirata era mucho más caro que mantener un barco español. Siguiendo la lógica actual, en lo que debieron pensar los reinos europeos fue en secar los mares para obligar a los piratas a convertirse en mercaderes legales que vieran reducido su bene-

La lógica dicta que lo que se tendría que hacer es bajar las expectativas, reducir los costos y buscar maneras más efectivas de ofertar para seguir siendo competitivos.

Siguiendo la lógica actual, en lo que debieron pensar los reinos europeos fue en secar los mares para obligar a los piratas a convertirse en mercaderes legales.

*A quienes sí compran
música, se les
obstaculiza que puedan
escucharla, portarla y
compartirla, sin que esto
afecte de ninguna forma
al que está decidido a no
pagar por ella.*

*Estamos frente a una
solución que genera
un problema mucho
más grave que el que
intentaba arreglar en
primera instancia.*

ficio en pos de mantenerse dentro de un estilo de vida convencional. Simple ¿no? Lo que no veo es cómo se puede convencer a un hombre cuya única meta en la vida era acumular riquezas que nunca usaría, para que pagara por ellas. La piratería es como un fenómeno natural, puedes prever sus consecuencias, pero en términos pragmáticos no existe.

El que baja canciones compulsivamente para acumularlas en su disco duro, jamás comprará las mismas canciones para acumularlas en su disco duro. El que baja la última de Fools Garden para tenerla a mano un día a las ocho de la noche mientras maneja a casa no va a comprar esa canción nunca. ¿Por qué? Porque no cree que el valor asignado a dicha canción sea justo. A quienes sí compran música, se les obstaculiza que puedan escucharla, portarla y compartirla, sin que esto afecte de ninguna forma al que está decidido a no pagar por ella, con lo que se invita a aquellos consumidores a buscar una alternativa más sencilla, tan simple como descargarla gratis. Los sistemas antipiratería son la mejor publicidad que la piratería podría recibir. Es como si fuera una máquina que limpiara basura para transformarla en desechos tóxicos. Sería imparable, arrasaría con toda la basura a su paso, pero sin poner atención en el desastre que va dejando atrás. Estamos frente a una solución que genera un problema mucho más grave que el que intentaba arreglar en primera instancia. Los piratas son perseguidos y atacados constantemente, pero esas persecuciones y ataques tienen otras víctimas que, al verse arrastrados a esta situación, terminan recurriendo a la piratería. Tendríamos que preguntarnos: ¿estamos solucionando o generando el problema?

Steve Jobs era listo (hoy en día no se puede escribir un libro sobre actualidad tecnológica sin hacer esta afirmación en algún momento), y era listo porque entendía que tarde o temprano el crecimiento de la piratería abriría una ventana de oportunidad para recuperar a una masa de consumidores fieles que quería una experiencia más sencilla. Apple no atacó los programas p2p, los estudió, los contempló, los solapó y, llegado el momento, los mejoró. iTunes es el

mejor Napster en la historia de la red. Es tan bueno, que suprimió lo único que le daba valor a Napster y aún así siguió funcionando. iTunes vende tan bien lo que Napster regalaba, que le permite hacer una cantidad ingente de dinero. Muchos acusan a Steve Jobs de no haber inventado nada. Tomó el Walkman para crear el iPod, la PC para crear la Mac y las notebooks para crear las Macbooks. Es posible que la gran innovación de Jobs haya sido descubrir que inventar algo era una pérdida de tiempo cuando había tanto que, simplemente, necesitaba mejorarse. Podría parecer que no, pero es muy complejo entender que la velocidad con la que la tecnología asaltaba la vida diaria dejaba un hueco enorme para ofrecer calidad y servicio que transformarían las necesidades recién creadas en un lujo que, a la larga, establecería el estándar con que se mediría todo. Apple nunca fue nuevo, Apple siempre fue mejor.

Bajar música era más fácil que comprarla. Comprar un disco, quemarlo y distribuirlo mediante redes p2p era más simple que tratar de adquirirlo en línea, y esto de ninguna forma se le puede reprochar al consumidor. Buena parte de la labor de las distintas industrias del entretenimiento ha sido reiterar que la generación y administración de contenido es un tema de tal complejidad que se requiere de concentración, pensamiento y aplicación que sólo los grandes complejos administrativos industriales pueden manejar. En pocas palabras: para disfrutar del entretenimiento, éste debe ser producido por una industria burocrática y empolvada que genera dividendos financieros para un montón de gente que no tiene nada que ver con la creación de contenido. La piratería no es un ataque frontal a la creación de contenido, sino a la industria del entretenimiento, y al socavar sus cimientos, es posible que buena parte del contenido que se genera actualmente desaparezca. Lo que realmente habría que considerar es si esto es algo tan malo.

El contenido se ha convertido en la piedra angular del entretenimiento; sin embargo, no es lo que genera la mayor parte de los recursos y, por ende, tampoco es el que recibe la mayor parte de los beneficios. Hoy en día se acepta y se

La gran innovación de Jobs fue descubrir que inventar algo era una pérdida de tiempo cuando había tanto que, simplemente, necesitaba mejorarse.

Nos quieren convencer de que para disfrutar del entretenimiento, éste debe ser producido por una industria burocrática y empolvada que genera dividendos financieros para un montón de gente que no tiene nada que ver con la creación de contenido.

*Se acepta y se reconoce
que el escritor de un libro
sólo obtenga 10% de las
ganancias del libro en la
primera edición.*

*La defensa de los
administradores de
contenido es que crear
productos de calidad
para el consumidor
requiere de inversiones
a corto, mediano y largo
plazo.*

*La piratería no
fue creada por los
generadores de
contenido, sino por los
administradores, que
complicaron tanto la
cadena de distribución.*

reconoce que un cine no percibe sus ingresos más significativos en la taquilla ni los músicos de los discos, y que las asociaciones de protección, administración, distribución y reencauzamiento de los contenidos se llevan un porcentaje por labores que siempre desagradan a los creadores y que normalmente se relacionan con la extinción mucho más que con la generación de contenido. El problema es que es aceptado y reconocido. Se acepta y se reconoce que el escritor de un libro sólo obtenga 10% de las ganancias del libro en la primera edición, y que cuando pase a edición de bolsillo y disminuya su precio en 15-20%, sus ingresos sean los primeros afectados cuando el porcentaje que obtengan por cada libro sea menor a 7%. La defensa de los administradores de contenido es que crear productos de calidad para el consumidor requiere de inversiones a corto, mediano y largo plazo que se deben cargar al costo del producto de entretenimiento. Los creadores de contenido casi siempre se preguntan a dónde va a parar el 90% del ingreso generado por la venta de su creación. Al pirata, sin embargo, le importa un comino el 10, 20 o 90%; él simplemente quiere el producto de la mejor forma posible.

Lo anterior nos lleva a concluir que si algo es mejor gratis, no hay ninguna lógica en pagar por él. La piratería no fue creada por los generadores de contenido, sino por los administradores, que complicaron tanto la cadena de distribución que pusieron a un montón de gente a pensar en si su sistema de venta del entretenimiento era el mejor. Napster fue una red p2p que, en su momento, fue el mayor avance en la historia de la distribución de contenidos y entretenimiento. Los únicos que no entendieron este avance y se opusieron a él, con lujo de violencia, fueron los administradores de contenidos, que vieron cómo su juego de sombras recibía un golpe de luz contundente que ponía en evidencia que la industria había establecido protocolos burocráticos que encarecían el producto final sin beneficiar a los creadores. La lógica de un pirata que razona es la siguiente: si de todos modos el creador recibe una bicoca, al que menos afecto es al creador. Falso, sí. ¿Ignorante? No.

La piratería tendría que ser vista como un segmento de competencia comercial. ¿Qué beneficios y avances trae consigo este método de distribución? ¿Cuáles son sus fortalezas y qué debilidades equilibran? Si se considera como competencia comercial, se obliga a los distribuidores de contenido a generar inversiones que salvaguarden los beneficios de los creadores a los que representan, si es que de verdad los representan, o simplemente los intercambiarán tratando de generar mayores márgenes de ingresos. El gran problema de la guerra contra la piratería es que muchos de los creadores no están tan convencidos de que sea una guerra que se deba librar. Toda innovación trae consigo indignación y molestia, sobre todo para aquellos que se ven desplazados o sustituidos. Actualmente, con la caída de Napster, LimeWire, The Pirate Bay, MegaUpload y cientos de servicios que permitían compartir archivos y contenidos en la red, algunos se apresuran a cantar victoria. Lejos de eso, se observa que lentamente la verdadera piratería, gente que gana a partir de la venta de copias ilegales de contenido, va ganando terreno, y que los usuarios que generaban redes de interés mutuo alrededor del contenido van desapareciendo. Queda claro que los usuarios no están cambiando de compartir contenido a comprarlo; al contrario, cada día son más los que, ante la imposibilidad de compartirlo, deciden buscar otro tipo de entretenimiento más ad hoc con su percepción de contenido y que normalmente encuentran un hogar en redes donde los que antes consumían, hoy generan y regalan, ante la mirada enojada de los administradores, contenido para todo aquel que lo busque.

México es un país donde cualquier banda puede llenar tres o cuatro conciertos sin ningún problema. En los últimos años no eres un grupo importante si no vienes a México a dar conciertos. Lo mismo ocurre con Brasil y Argentina, donde el consumo de entretenimiento no está al nivel de países más desarrollados, en los que estas bandas no pueden meter ni diez mil personas a una sala de conciertos. Nadie quiere decirlo, pero 60% del contenido de estas bandas no fue vendido, fue compartido, y al organizar

El gran problema de la guerra contra la piratería es que muchos de los creadores no están tan convencidos de que sea una guerra que se deba librar.

Los usuarios no están cambiando de compartir contenido a comprarlo; al contrario, cada día son más los que, ante la imposibilidad de compartirlo, deciden buscar otro tipo de entretenimiento.

*El consumidor, encuentra
que comprar contenido
o descargarlo viene
acompañado de enredos
que lo único que
provocan es hartazgo
general e invitan a
alejarse del contenido,
del que lo vende, del que
lo pone a disposición.*

*La piratería es la
competencia desleal de
una industria desleal.*

conciertos en directo, se benefician de las redes de interés donde chicos de 14 y 15 años, que bajaron el disco, están dispuestos a pagar 40 o 50 dólares por verlos. ¿Dónde se genera el beneficio? Simple: en el punto de encuentro, que ya no está en las tiendas donde se vende el entretenimiento, sino en las comunidades, en las redes sociales, donde usuarios y consumidores entrelazan su vida con el contenido que han elegido para dibujar el paisaje donde se ejecuta el gran acto: leer, escuchar, ver, entender, sentir, apropiarse.

Nadie puede negar la complejidad detrás de las redes de piratería, pero hay que comparar la piratería (beneficiarte financieramente de la distribución de un contenido sobre el que no tienes derecho legal alguno) con las redes donde se comparte contenido. Sin esta diferencia, cualquier análisis de la situación es un panfleto incendiario, y como tal, el único gesto que genera es el rechazo visceral al análisis mismo. La conversación se polariza y cada parte sustenta sus principios desde lo peor de su discurso. En este vaivén el más afectado sigue siendo el consumidor, que cada día encuentra que comprar contenido o descargarlo viene acompañado de enredos que lo único que provocan es hartazgo general e invitan a alejarse del contenido, del que lo vende, del que lo pone a disposición, o de cualquier cosa que huela a algo parecido. En general, la lucha contra la piratería es contraproducente porque el único afectado es quien sostiene al creador de contenido.

La lucha contra la piratería representa intereses que no tienen nada que ver con el contenido: el de las marcas que patrocinan a los creadores, el de los administradores para mantener un concepto de exclusividad, el de los que venden el contenido a los consumidores y, principalmente, el de quienes definen su costo y precio de venta. La piratería es la competencia desleal de una industria desleal. En los tiempos del Corsario Negro, un pirata podía robar a otro pirata. De hecho, se asumía que si era capaz de hacerlo, se debía más a la incapacidad del primero para defender lo robado que a la habilidad del segundo para realizar el robo. No era considerado algo legal, en la medida en que

los piratas no vivían bajo ese manto protector, pero sí era justo, y como se puede apreciar, la justicia y la ley no siempre son lo mismo.

Aclaro que no soy un apologista de la piratería, creo que es una aberración que nunca habría surgido en un mercado comprometido desde un principio con la innovación y el consumidor. Pero, como dije, la piratería para mí no existe. Cualquier esfuerzo por acabar con el *Bogeyman* es un desperdicio de dinero, talento y oportunidad. La realidad es que la piratería es un síntoma que se está convirtiendo en la enfermedad. Siempre es más fácil ocultar unos cuantos resfriados que reconocer una epidemia mundial, por lo tanto, mientras aquellos que detectan el síntoma sean los portadores de la enfermedad, seguiremos persiguiendo fantasmas inalcanzables que se convertirán, a la larga, en una vorágine de frustración y desesperación. Eso tampoco está tan mal. Lo que en realidad es un problema es que esa vorágine probablemente se lleve consigo a los creadores de contenido y nos deje en un universo de naves piratas sobre un mar de arena. Y si alguien está esperando que dentro de esas naves secas se encuentre el cadáver de los piratas, está muy equivocado. Ellos, siempre a la vanguardia de la innovación, hará tiempo que se habrán marchado a reformar alguna otra industria empeñada en crecer en términos de complejidad tecnológica y financiera, y que todos los días se aleja de aquel niño que esperaba un doblón de oro para su cumpleaños.

Lo que en realidad es un problema es que esa vorágine probablemente se lleve consigo a los creadores de contenido y nos deje en un universo de naves piratas sobre un mar de arena.

La postura ética del editor ante la desintermediación

mediar:

1. Llegar a la mitad de algo.
2. Interceder o rogar por alguien.
3. Interponerse entre dos o más que riñen o contienden, procurando reconciliarlos y unirlos en amistad.

RAE

Hace poco más de una década, algunos editores comenzaron a notar que algo andaba mal en el negocio. Se hablaba entonces de una crisis en el mercado de la edición, producto del avance tecnológico;¹ de que la norma editorial yacía indefensa ante los “lectores profanos”, ajenos a la tradición;² de defender el canon a capa y espada ante la vulgar autoedición;³ y se usaba el término *desintermediación* para nombrar a ese fenómeno que atentaba contra nuestro trabajo...⁴

Fase de alarma

¹ Gerardo Kloss Fernández del Castillo, *Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 2009, p. 93.

² Jorge de Buen, “La decadencia de las normas”, *Donde Dice...*, núm. 6, 2007, pp. 8-9.

³ Silvia Senz Bueno, “Esencia y vigencia del canon editorial en la edición de textos”, *Español Actual*, núm. 88, 2007, pp. 43-62.

⁴ Manuel Gil y Francisco Javier Jiménez, *El nuevo paradigma del sector del libro*, Madrid, Trama, 2009, pp. 28-29; Michael Bhaskar, *La máquina de contenido. Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la*

En la llamada era de la información, sigue siendo pertinente que un editor medie entre un autor y un lector.

Desintermediación externa e interna

Hoy, en pleno 2015, pareciera que esta reacción temprana ante la crisis de la desintermediación se hubiera mitigado. Ahora, más que las voces de alarma se escuchan sosegadas peticiones de guardar la calma: el editor no desaparecerá de la noche a la mañana; aún hay tiempo de adaptarnos; las ventas del libro digital representan 0.2% de la facturación total de libros vendidos en el sector privado en 2013...⁵ Y entonces todos vuelven a su lugar; aunque no sin esa vaga idea de peligro que pervive en todo simulacro.

Sin embargo, pareciera que ya se gesta en los editores una actitud prospectiva, en la que se ha vuelto necesario actuar pensando en el futuro. Así pues, adaptarse al paradigma productivo actual y anticiparse a lo que está por venir implica una valoración autocrítica de la labor editorial, para lo cual es necesario cuestionar los arraigados condicionamientos desde los que opera un editor. Habría que preguntarnos por qué, en la llamada era de la información, sigue siendo pertinente que un editor medie entre un autor y un lector y, si nos atenemos a la definición que dice que *mediar* significa *conciliar*, ¿qué tan enemistados están autores y lectores como para requerir un intervector?

Si bien el campo de la economía tiene una definición más precisa para el concepto, ante la incipiente teoría editorial la *desintermediación* se entiende como la tendencia del consumidor a prescindir de intermediarios para hacerse de un producto. Dentro de las empresas editoriales, el fenómeno de la desintermediación se traduce en la necesidad de reducir o simplificar su propia cadena de valor, por lo que aquel

red digital, Ricardo Martín Rubio Ruiz (trad.), México, Fondo de Cultura Económica, 2014, p. XXI.

⁵ Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, *Actividad editorial del sector privado en México. Principales indicadores México 2013*, México, Caniem, 2014, p. 30.

trabajo que en apariencia no produce valor económico tiende a elidirse, o bien se endilgan varias funciones a un solo trabajador con tal de pagar una sola función.⁶ Es posible distinguir, pues, una desintermediación externa que proviene del acercamiento de los polos del lector y el autor, en la que es el editor quien queda fuera, y otra interna, en la que es el intermediario mismo, en su empresa y sobre sus propias prácticas, quien se “automutila”.

Por ejemplo, en lo que respecta a la desintermediación interna, aplican un criterio de *reducción* aquellas editoriales que recortan personal de corrección argumentando que el corrector de Word hace ya el trabajo —y que lo hace bien— o que los textos que publican están “entendibles” o “bien escritos” sin necesidad de una lectura cuidadosa. Por su parte, esas otras empresas que demandan en sus perfiles de puesto que el corrector sepa, además de corregir, diseñar, traducir, reportear, redactar, vender... y que acepte ganar 6 000 pesos al mes, están apelando a un criterio de *simplificación*. Algunas de estas empresas se valen del hermetismo de la tradición editorial y blanden un argumento de ignorancia o de suficiencia para relegar el valor simbólico de la corrección de textos a los periodos de prosperidad, sin tomar en cuenta que es sobre ese mismo valor simbólico que se erige su valor económico.

Otra forma en que se aplica la desintermediación interna es cuando las editoriales suprimen el eslabón de la librería y venden directamente sus productos a sus clientes en busca de obtener una mayor ganancia. No se percatan (o simplemente no les importa hacerlo) de que con dicha práctica atentan contra el canal tradicional para la comercialización del libro y que provocan una crisis en el negocio de las librerías. Este proceder por parte de los editores no está regulado y no es tomado en cuenta por la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro vigente en México, a pesar de las consultas que el Consejo Nacional de Fomento para la Lectura y el Libro ha hecho a los integrantes del

Aplican un criterio de reducción aquellas editoriales que recortan personal de corrección argumentando que el corrector de Word hace ya el trabajo.

Otras empresas demandan en sus perfiles de puesto que el corrector sepa, además de corregir, diseñar, traducir, reportear, redactar, vender... y que acepte ganar 6 000 pesos al mes.

⁶ Manuel Gil y F. Javier Jiménez, *op. cit.*, pp. 28-29.

*¿Es acaso pertinente
la presencia de un
editor entre autores
y lectores en la era
de la información?*

*La desintermediación
es un conjunto de
prácticas de transgresión
"disciplinaria" —poco
ética— en un contexto
de crisis socioeconómica
y de revolución
tecnológica.*

sector del libro, entre los que se halla la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.⁷

Por otra parte, en la desintermediación externa, autores y lectores ignoran la tradición editorial y usan el medio virtual para establecer el lazo que los comunica. En esta relación *inmediata* parece innecesario o secundario el valor simbólico que aporta el trabajo editorial —entiéndase diseño, corrección, traducción, promoción—, y el negocio entre ambos polos, cuando lo hay, suele ser directo. Porque en la era de la información los cables están tendidos, y autores y lectores caminan sobre los hilos de una trama con muy pocas fronteras. ¿Es acaso pertinente la presencia de un editor entre ellos?

La misma inmediatez en la relación autor-lector hace que los parámetros de la tradición, que supuestamente buscan apuntalar la recepción del libro en tanto medio de comunicación, se vuelvan prescindibles. Lo que priva es el contenido en sí mismo, y el interés que hay en él por parte del lector es capaz de burlar trabas gramaticales, de legibilidad, de lecturabilidad, estética o ergonomía.

Si de atrever una definición más precisa se trata, podría decir que la desintermediación es un conjunto de prácticas de transgresión "disciplinaria" —poco ética— en un contexto de crisis socioeconómica y de revolución tecnológica. Lo que está en juego en esta reconfiguración —que más que círculo parece un caleidoscopio vicioso en el que todos eliden el trabajo de todos— es, desde luego, el valor cultural y económico del libro como lo hemos conocido en los últimos siglos, y, por ende, está en juego también la postura ética del editor como gestor de contenidos y bienes culturales. Tenemos enfrente un paradigma productivo complejo, en constante transformación, en el que las

⁷ Al 6 de marzo del presente año, el Consejo sigue sin avalar las propuestas para reformar la ley, por lo que iniciativas que atañen a las librerías, a la regulación del libro digital y del precio único no han procedido. "Cámara vota Ley del Libro; deja fuera asuntos clave", *El Universal*, en <www.eluniversal.com.mx/cultura/2015/impreso/camara-vota-ley-del-libro-deja-fuera-asuntos-clave-76307.html>.

pautas son volátiles y los manuales, con su pretensión de sistematizar el caos, no sirven de mucho.

Ante ello hay dos caminos: uno es adaptarse a los cambios, lo que implica hacerse a las dinámicas del cliente y de cada proyecto en particular, aunque ello implique ceder terreno y descreer estratégicamente de la tradición editorial; otro, resistir y aferrarse a los modelos tradicionales en busca de perpetuar el valor cultural del libro ante un lector al que parece importarle poco dónde y cómo adquirió su ejemplar, si éste tiene viudas, huérfanas o callejones, si está bien o mal impreso e incluso si está impreso o no.

En su artículo para *Quehacer editorial*, núm. 8, Alejandro Zenker se asume como testigo del cambio de paradigma de las últimas décadas en las casas editoras:

De pronto cambiaron las cosas. Habíamos sufrido crisis financieras y no había dinero. Las instituciones, tanto editoriales como particularmente de educación superior, despidieron a parte del personal y no había trabajo. Un día llegué al Fondo de Cultura y quien me recibió me dijo: “Aquí está este libro. Te doy tres meses para producirlo y no te puedo pagar *cuidado editorial*” [...] ¿Tres meses? ¿Para un libro para el que normalmente contábamos con un año?⁸

El anterior es un ejemplo de cuando la mezcla entre crisis económica y avance tecnológico empuja a la desintermediación. Una casa editora tradicional que se deshace poco a poco y sin un juicio crítico de por medio de su capital simbólico se halla en una involuntaria y discreta revolución contra sí misma; es probable que a ese ritmo el “intermediario desintermediador” se convierta en un local de fotocopiado e impresión.

Local de fotocopiado o editorial artesanal

Una casa editora tradicional que se deshace poco a poco y sin un juicio crítico de su capital simbólico se halla en una involuntaria y discreta revolución contra sí misma.

⁸ Alejandro Zenker, “Día del corrector: de cómo se puede vivir sin correctores, pero por qué siguen siendo imprescindibles”, *Quehacer Editorial*, núm. 8, 2010, p. 25.

*¿Acaso defender el
canon editorial no es sólo
encerrar la edición en su
frágil torre de marfil?*

Con ello en mente, se robustece la postura conservadora que Silvia Senz sostenía en su artículo de 2007, “Esencia y vigencia del canon editorial”,⁹ en el que justificaba la pertinencia del código tipográfico apelando a criterios estéticos, fisiológicos, cognitivos y productivos. Pero ¿acaso defender el *canon editorial*, aquel que está resguardado celosamente en libros y manuales de estilo y que permanece alejado de los profanos que se autoeditan y autopublican, no es sólo encerrar la edición en su frágil torre de marfil? Aferrarse a una tradición cuyos parámetros estéticos y funcionales corresponden cada vez menos a las determinantes económicas y culturales que privan en la actualidad no representa más que una estrategia de apropiación —quizá un tanto *retro* y fetichista— que deviene libro objeto o edición artesanal.

He aquí los dos extremos: el local de fotocopiado e impresión, que atiende las demandas de sus clientes sin siquiera preguntar de qué se trata el juego de hojas que se va a reproducir, y la editorial artesanal, que se empeña en la producción de un objeto estético, artístico, casi siempre con un costo que por lo regular un lector promedio no está dispuesto a pagar. Si bien la inclinación hacia un extremo u otro depende de los objetivos particulares y del respaldo económico de cada empresa, ¿hacia qué lado debe hacerse una editorial que pretenda subsistir publicando libros en el paradigma productivo actual?

*La supervivencia
de las editoriales ante
las tendencias
actuales del mercado
requiere de nuevas
formas de apropiación
del capital simbólico.*

La supervivencia de las editoriales ante las tendencias actuales del mercado requiere de nuevas formas de apropiación del capital simbólico más que de la sujeción a viejos condicionamientos que pierden su noble investidura incluso ante nosotros mismos cuando de reducir costos se trata. Es necesaria, pues, una estrategia de subversión, un *reemplazo de estrategias*, como aconseja Jesús Anaya Rosique:

La disyuntiva del editor del futuro (aunque al hablar de futuro, en realidad hablamos de un tiempo que ya nos al-

⁹ Silvia Senz Bueno, *op. cit.*, p. 44.

canzó) es cambiar o perecer, y por lo tanto adaptarse al cambio para sobrevivir. El sentido más profundo de las mutaciones en curso es un remplazo de estrategias, “de la orientación al producto y a los procesos”, a la “orientación hacia el mercado”.¹⁰

¿Hasta qué punto deberíamos instrumentar estrategias de subversión en contra de nuestro trabajo sin dejar que desaparezca? Si de lo que se trata es de subsistir, parece sensato proceder con cautela; ser autocríticos y sopesar los valores y los objetivos de la empresa editorial; ser flexibles ante cada proyecto; estar dispuestos a ceder estratégicamente en el terreno de la anquilosada tradición para ganar terreno sin faltar a la ética ni menospreciar la comunicación con el lector.

¿Hasta qué punto deberíamos instrumentar estrategias de subversión en contra de nuestro trabajo sin dejar que desaparezca?

La desintermediación externa proviene a menudo de los autores, principalmente de los considerados *amateurs* que, cansados de ir de editorial en editorial con su manuscrito, optan finalmente por “autopublicarse”, en ocasiones no sin un dejo de rencor hacia las casas editoriales “de prestigio”. Entonces pasan de largo unas cuantas minucias del proceso editorial y van directo a una imprenta o buscan alguna otra vía para cumplir su sueño de publicar.

Amazon o la estrategia del intermediario con disfraz

Un modelo de negocio que se vale de ese sueño es el que se ve en notas-comerciales que circulan por internet, que apelan al ansia de publicación y buscan encaminar a los nuevos autores a comercializar sus obras por medios aparentemente más libres. El siguiente ejemplo lo encontré en el portal Yahoo! México-Mujer (por mera curiosidad, nótese cómo la autora del artículo, consciente del perfil de sus lectoras, compara el proceso de escritura de un libro con la gestación de un bebé, tras lo cual se sobrentiende que las

¹⁰ Jesús R. Anaya Rosique, “En busca de la formación profesional de editores y libreros en un mundo en transición”, *Quehacer Editorial*, núm. 12, p. 96.

editoriales “tradicionales” son como hospitales negligentes que cierran sus puertas al milagro de la vida, en tanto que Amazon es...):

Amazon, como editorial, aprovecha el enclaustramiento de las editoriales tradicionales para apoderarse de un capital simbólico.

Pasaste por el maravilloso proceso de ver cómo tu libro se gestaba durante meses (o tal vez años), crecía poco a poco y, por fin, nacía. Sin embargo, ahora no sabes qué hacer con él. Quizá deberías considerar autopublicarlo en Amazon.

Es muy fácil

Ésa es tal vez la principal ventaja. Pocos escritores sacan provecho de este valioso recurso, porque no conocen lo sencillo que es utilizarlo. Resignas, sí, la campaña de mercadotecnia que tendría tu libro si lo publicaras por medio de un sello editorial reconocido, pero puedes publicitarlo tú a través de otros canales. [...] Amazon domina el mercado de los libros electrónicos, así que considera adaptar el tuyo a esta plataforma. ¿Cómo? El sitio brinda una plataforma de publicación directa de Kindle.¹¹

Es un intermediario que se disfraza de desintermediario para atraer al cliente, porque si bien se vale del término autopublicación, no deja de mediar ni de apropiarse simbólicamente de la obra.

Sin caer en el escándalo y el conservadurismo, los intermediarios aún anclados en la tradición deberíamos ver en este ejemplo un intento válido para dar continuidad a la intermediación del editor en el nuevo modelo económico. Amazon, como editorial, aprovecha el enclaustramiento de las editoriales tradicionales para apoderarse de un capital simbólico que poco tiene que ver con la labor de gestión y selección de contenidos del editor clásico. Es un intermediario que se disfraza de desintermediario para atraer al cliente, porque si bien se vale del término *autopublicación*, no deja de mediar ni de apropiarse simbólicamente de la obra.

¹¹ Yahoo México-Mujer, “¿Escribiste un libro? Publícalo en Amazon”, <<http://litinn.com/2014/01/15/escribiste-un-libro-publicalo-en-amazon/>>.

Es así como Amazon, a través de una plataforma llamada CreateSpace,¹² no deja fuera los procesos editoriales fundamentales, porque tramita el ISBN de manera gratuita y sin que el escritor tenga que registrarse en la institución de derechos de autor de su país, de modo que trasciende las fronteras nacionales, incluso legales, y actúa de manera global. También sustituye al diseñador editorial por una serie de plantillas que dan a los originales el aspecto de libro: el autor-cliente se convierte en su propio diseñador. Tampoco deja de lado la importancia de la corrección de estilo, por más difuso y misterioso que parezca su procedimiento. Sigo con el mismo artículo:

Sustituye al diseñador editorial por una serie de plantillas que dan a los originales el aspecto de libro: el autor-cliente se convierte en su propio diseñador.

El proceso te guiará hasta una instancia en la que debes registrar el nombre del libro, la descripción y los créditos; elegir el tamaño y el color del papel, y finalmente cargar los archivos: uno con las páginas interiores y otro con la portada. Luego, decidirás el número ISBN de tu obra. CreateSpace los asigna gratuitamente.

[...]

La plataforma que emplea Amazon, CreateSpace, ofrece plantillas que puedes descargar gratuitamente para “adaptar” tu libro al formato que te guste. Cuando hayas terminado, lo exportas como PDF.

[...]

Antes de aprobar la impresión del libro, CreateSpace lo revisará a fondo y te enviará un correo electrónico con los comentarios para que tengas la oportunidad de corregir. Conviene que luego te imprimas una copia y que se la des a leer a más de una persona, para que te ayuden a tener otra perspectiva.¹³

El prosumidor es un término que Don Tapscott utiliza para hablar del consumidor activo, que colabora en la creación, el diseño y producción de su producto.

Estamos ante un ejemplo de modelo de negocio editorial que apunta hacia el mercado del *prosumidor*, término

¹² Éste es el enlace: <www.createspace.com>.

¹³ Yahoo México-Mujer, *op. cit.*

que Don Tapscott utiliza para hablar del consumidor activo, que colabora en la creación, el diseño y producción de su producto.¹⁴ De esta forma, Amazon ha adoptado el consejo que Gil y Jiménez proponían en 2008 para el mercado editorial: “Si los editores pretendemos mantenernos en el mercado las próximas décadas deberemos encontrar la manera de incorporar esa colaboración y ese conocimiento de los prosumidores a nuestras empresas y proyectos, y conseguir liderarlos”.¹⁵

La ética del editor y su relación con el lector

El libro como medio de comunicación, en tanto se vale de lenguaje verbal y de imágenes para transmitir un mensaje, tiene la cualidad de “componer puestas en escena discursivas de fenómenos correspondientes a los acontecimientos de actualidad, así como también relacionados con el imaginario ficcional”.¹⁶ Desde la adopción de la imprenta en Occidente, la construcción o el apuntalamiento de las estructuras cognitivas, es decir, de la cultura de una sociedad, recayó en la decisión de los editores. Transformaciones políticas, religiosas, éticas y estéticas han estado basadas y han sido incluso exportadas de un país a otro a través de la letra y la página. Muestra de ello, cercana a nosotros, es la ola de movimientos independentistas que se levantó en América gracias en parte a las ediciones de la obra de los ilustrados franceses en el siglo XIX.

*Transformaciones
políticas, religiosas,
éticas y estéticas han
estado basadas y
han sido incluso
exportadas de un país
a otro a través de la
letra y la página.*

Los medios como el libro contribuyen, pues, “a la organización de sistemas de valores y de creencias que tienden a instaurarse como normas de las comunidades (nacionales, locales, regionales, etcétera)”.¹⁷ Pero ¿qué sucede ahora que la cualidad extensiva y transformadora del libro aparentemente ha sido sobrepasada por otras formas inmediatas de comunicación como internet? ¿Cuál es el

¹⁴ Gil y Jiménez, *op. cit.*, p. 22.

¹⁵ *Ibid.*, p. 23.

¹⁶ Guy Lochard y Henri Boyer, *La comunicación mediática*, Margarita Mizraji (trad.), Barcelona, Gedisa, 2004, p. 18.

¹⁷ *Ibid.*, p. 19.

papel de los editores ahora que cualquiera puede convertirse en editor al decidir qué publicar en la red?

Habría que tomar en cuenta que dentro del inabarcable cúmulo de información que se halla abierto en internet, sigue desde luego habiendo contenidos que no están al alcance de los lectores. Pienso que el compromiso de los editores sigue presente en su capacidad de “buscar, seleccionar, copiar y vender los textos, apostando elegir los más apropiados y colocarlos en los lugares, momentos, formatos y precios más adecuados para satisfacer la posible demanda por parte de un público”;¹⁸ es sólo que ahora esta actividad se ha complicado, por lo que resta ser más finos y precisos al momento de tomar decisiones editoriales. Esto forma parte de la adaptación al nuevo paradigma productivo.

Además, no hay que perder de vista que es sobre todo en el difícil contexto sociopolítico por el que atraviesa la sociedad mexicana cuando el editor debería valorar aun más el poder simbólico y la capacidad transformadora que tiene la lectura. El lector debe entenderse no sólo como consumidor, sino como agente decodificador y codificador que puede contribuir e incidir en su entorno a través de su catálogo.

Pero si bien el editor actual tiene la responsabilidad de indagar en los resquicios de la gran trama de información que es la red para encontrar aquellos contenidos textuales, gráficos y, por qué no, auditivos, que no están al alcance del público, tiene además el reto de encontrar el soporte ideal para esos contenidos y, lo que es aún más incierto, hallar la manera de capitalizar su labor para que ésta perviva y pueda construir estructuras que repercutan en su realidad. Ahora le corresponde también incorporar a lectores activos, a los prosumidores, en el mismo proceso editorial: el lector está vivo, respira, y no sólo espera la llegada de un producto culminado.

El editor debería valorar aun más el poder simbólico y la capacidad transformadora que tiene la lectura.

Si bien el editor actual tiene la responsabilidad de indagar en los resquicios de la gran trama de información, tiene además el reto de encontrar el soporte ideal para esos contenidos.

¹⁸ Gerardo Kloss Fernández del Castillo, *Historia, diseño y edición*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2013, p. 137.

Una editorial recurrió a una figura pública de internet, con miles de seguidores, para hacer un libro, pero en un aparente menosprecio por el lector, editó un contenido engañoso que no satisfizo la demanda del nicho.

Un contraejemplo de proceder ético y de búsqueda de calidad en los contenidos puede hallarse en el portal de videos You Tube. Hace poco di con un video en el que un grupo de niñas y adolescentes le increpan a una reconocida editorial la falta de ética y la publicidad engañosa en uno de sus títulos afuera de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. Sucede que, como es común en estos días, la editorial recurrió a una figura pública de internet, con miles de seguidores, para hacer un libro, quizá suponiendo un público cautivo. A simple vista se veía como algo sencillo; el problema se dio cuando en un aparente menosprecio por el lector, la editorial incurrió en la edición de un contenido engañoso que no satisfizo la demanda del nicho:

¿Qué es esto? [pregunta la adolescente ante la cámara de un celular] Miren las páginas, miren las fotos, esto es una pinche revista, esto no es un libro. ¿Quieren un libro? Méntanse a la FIL, váyanse a ver algo de Mario Benedetti, algo de Amado Nervo, algo que de verdad sea un libro. Esta mierda no es un libro, es una revista nada más. Y no es por ofender a nadie, pero la verdad muchas personas compraron esto sólo para ver a Yuya, no para leerlo. Porque esto dice que son “secretos que jamás se han dicho”, pero la mayoría está dicho. La mayoría está en sus tutoriales y en sus videos.¹⁹

¿Niñas y adolescentes de entre 10 y 15 años convertidas en críticas editoriales y abriendo sus ejemplares para exhibir sus fallas? ¿En dónde está la Profeco?

Aunque puede resultar una escena simpática, esta falta de respeto al lector habla de una demanda no escuchada y de una ruta fácil en la decisión editorial que resultó públicamente evidenciada, habla de una gestión de contenidos hecha ex profeso para vender y, más que nada, de la necesidad de una postura ética y respetuosa hacia el lector al momento de editar.

La falta de respeto al lector habla de una demanda no escuchada y de una ruta fácil en la decisión editorial que resultó públicamente evidenciada.

¹⁹ El video puede verse en el siguiente enlace: <www.youtube.com/watch?v=M68jqD7GKiY>.

Al principio de este ensayo hablé de una primera reacción que se dio en el campo editorial hace más o menos una década ante la incertidumbre que despertó la crisis de la desintermediación. Luego traté de explicar las maneras en que opera dicha desintermediación y sus dos manifestaciones: la interna y la externa; también ejemplifiqué cómo afecta a los distintos eslabones de la cadena del libro al aplicar criterios de reducción o simplificación. Expuse también que este fenómeno, además de ser producto del choque entre una situación socioeconómica contraproducente y una tecnología que avanza de prisa, implica una actitud poco ética por parte del editor, que no tiene reparos en romper su propia cadena de valor sin un sentido crítico de por medio, acorralado ante un paradigma productivo que lo rebasa.

Luego me pregunté cuál debería ser la función del editor actual ante la desintermediación. Hablé de los dos extremos hacia los que puede inclinarse, poco más o poco menos, un negocio editorial: el local de fotocopiado e impresión y la edición artesanal, así como de la necesidad de buscar un punto medio y de tener una actitud que guarde respeto por la cadena de valor y por el lector, sin dejar de lado los objetivos de cada empresa. Analicé también, a partir de una nota comercial, el modelo de “autopublicación” que usa Amazon.

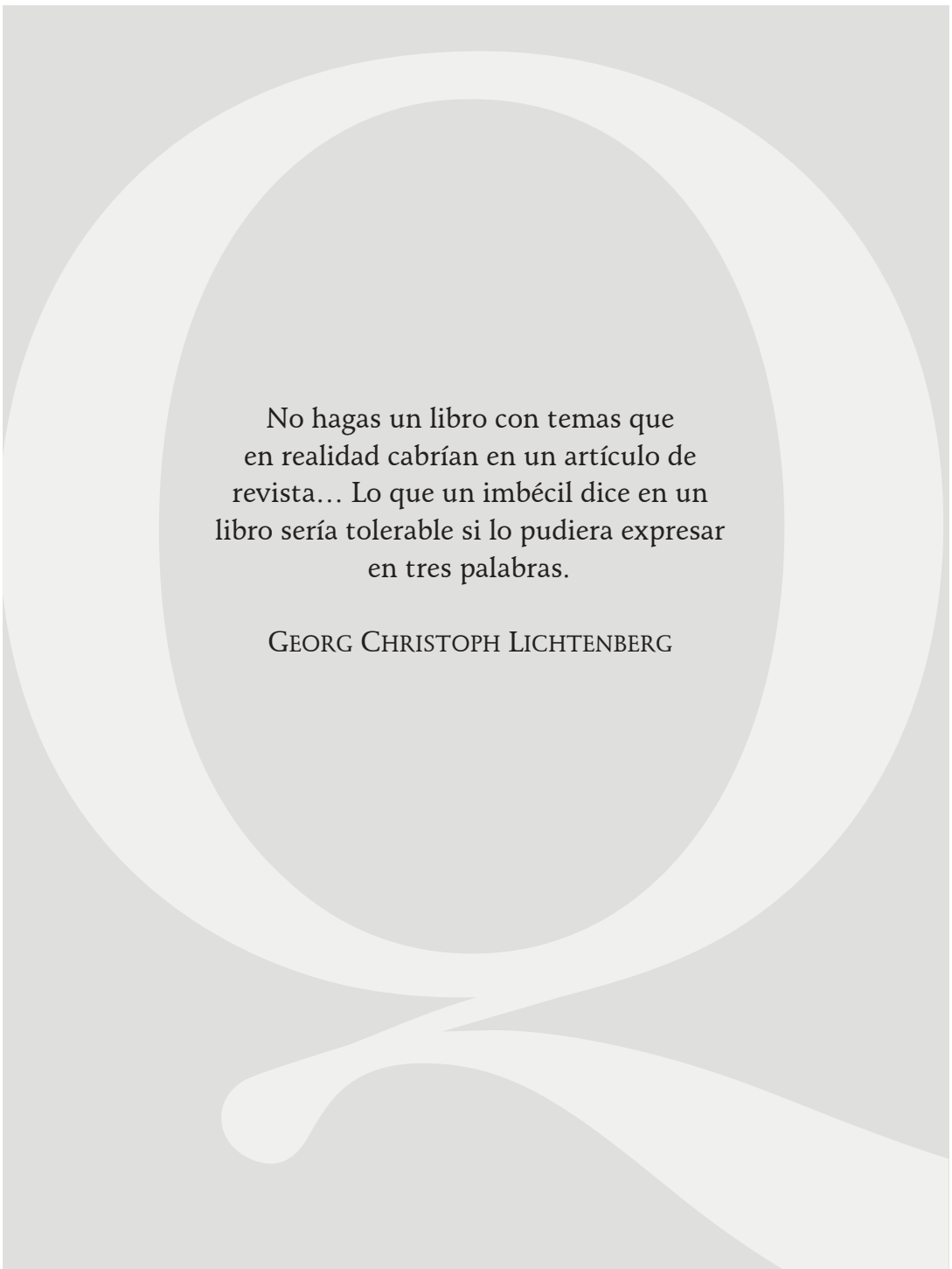
Acto seguido, exploré las cualidades del libro como medio de comunicación para construirle una base al argumento de que el editor tiene una responsabilidad ética con los lectores. Dije que las publicaciones, en tanto medio de comunicación, tienen el poder de transformar a la gente y que, en una sociedad en la que los cables están tendidos, es responsabilidad del editor ser más receptivo de las demandas de sus lectores, y que debe sumergirse en el mar de contenidos y hallar aquel material valioso y necesario que permanece oculto, apelando siempre a la calidad. Ahora, además de lo dicho, el editor tiene el reto de hallar el soporte ideal para su contenido y, sobre todo, de hacer rentable su proyecto a través de los nuevos modelos de negocio y ante consumidores activos.

Recuento

¿Cómo afecta la desintermediación a los distintos eslabones de la cadena del libro al aplicar criterios de reducción o simplificación?

El editor tiene el reto de hallar el soporte ideal para su contenido y, sobre todo, de hacer rentable su proyecto a través de los nuevos modelos de negocio y ante consumidores activos.

Todo lo anterior apunta hacia estos tres conceptos: autocrítica, ética y adaptación, actitudes que deberían sumarse a los desempeños del editor de hoy.

The background of the page is a light gray square. In the center, there are two concentric circles. The inner circle is a medium gray, and the outer circle is a lighter gray. Below the circles, there is a stylized, white, abstract figure that resembles a person with arms outstretched, possibly a dancer or a person in a dynamic pose. The figure is composed of smooth, flowing lines.

No hagas un libro con temas que
en realidad cabrían en un artículo de
revista... Lo que un imbécil dice en un
libro sería tolerable si lo pudiera expresar
en tres palabras.

GEORG CHRISTOPH LICHTENBERG

Esquemas y perfiles: la organización editorial libraria

Si consideramos, con Martínez de Sousa, que el objeto que llamamos *libro* consiste en “un soporte más o menos permanente, multiplicable, que en una o varias partes iguales (‘hojas’) contiene el texto de un documento, una obra o una parte de ella”,¹ entonces podemos datar el inicio de la producción de libros en el milenio III antes de Cristo en el suroeste asiático, en Asiria y Babilonia, donde se elaboraron libros con tablillas de arcilla, las cuales, una vez efectuada la escritura, eran horneadas para fijar lo escrito, y luego se unían varias de un mismo texto, con alambre o con tiras de cuero. En los templos asirios y babilonios había talleres de escritura destinados a la confección de esos libros tabellarios.² Posteriormente, en el milenio II antes de nuestra era, se produjeron en Grecia, y esta forma primigenia del libro fue adoptada por los romanos, sólo que ellos emplearon madera en vez de arcilla. Lo denominaron *codex*, vocablo que proviene de *caudex*, “tronco”, y lo realizaban ahuecando un rectángulo interior en cada placa, el cual rellenaban con cera y sobre ésta efectuaban la escritura, teniendo la posibilidad de borrar y corregir; si se deseaba que la escritura fuera más perdurable, entonces ocupaban yeso en vez de cera.

Podemos datar el inicio de la producción de libros en el milenio III antes de Cristo en el suroeste asiático, en Asiria y Babilonia, donde se elaboraron libros con tablillas de arcilla.

¹ José Martínez de Souza, *Pequeña historia del libro*, 2a. ed., Barcelona, Labor, 1992, p. 41.

² *Ibid.*, p. 43; cf. Hipólito Escolar Sobrino, *Manual de historia del libro*, Madrid, Gredos, 2000, pp. 19-20.

La segunda forma del libro se desarrolló en el Egipto helénico y de ahí se extendió a otras ciudades griegas y latinas de la Antigüedad.

La dinastía de los emperadores Ptolomeos dio una gran importancia a los libros y el conocimiento, de modo que crearon el Museion, un templo dedicado a las musas.

En el Occidente europeo, la segunda forma del libro se desarrolló en el Egipto helénico y de ahí se extendió a otras ciudades griegas y latinas de la Antigüedad. Se confeccionaba con papiro, una planta que abundaba en el delta del Nilo y se cultivaba también en las orillas de los ríos de otras zonas, como Siria, Palestina y Sicilia. De dicha planta se utilizaba el tallo, del cual cortaban tiras que acomodaban paralelamente y superpuestas por los bordes, y encima ponían otra capa de tiras perpendiculares. Estas primitivas “hojas” se encolaban y se ponían a secar al sol; después se pulían y se iban uniendo para formar una tira horizontal cuya longitud era de entre seis y diez metros, en tanto que la altura podía ser de entre 15 y 17 centímetros. Después, en la cara interior, con plomo se trazaban secciones —equivalentes a páginas— que constituían los espacios para la escritura, marcando también las líneas (*stijoi*, en griego) que servirían de guía para esta última; a tales cajas para la escritura, se les llamaba en griego *kóllema*, palabra que pasó al latín y dio origen a *columna* en español.³

El rollo o volumen tenía, en sus extremos verticales, una varilla denominada *ómfalos* en griego, y *umbilicus* en latín, vocablos que significan “ombligo”. A una de estas varillas se le anudaba una pequeña lámina donde se indicaba el nombre del autor y el título de la obra, información que también se consignaba al final del rollo y que es el origen del colofón; de hecho, la palabra colofón proviene —vía el latín— del griego *jolofón*, que significa “término” o “fin”.

Uno de los lugares donde más se producían libros en rollo fue el Egipto helénico, en Alejandría, que tenía también dos de las más importantes bibliotecas de la época. En dicha ciudad, la dinastía de los emperadores Ptolomeos dio una gran importancia a los libros y el conocimiento, de modo que crearon el Museion, un templo dedicado a las musas, y, posteriormente, el Serapeion, otro templo dedicado a la divinidad local Serapis. En ambos templos había,

³ Cf. J. Martínez de Sousa, *op. cit.*, pp. 33-34; H. Escolar Sobrino, *op. cit.*, pp. 74-77.

respectivamente, una biblioteca, y en el Museion se había establecido un taller de producción de libros, mismos que preparaban los eruditos que ahí laboraban y que, además de debatir filológicamente, hacían sus propias ediciones de las obras anteriores consideradas fundamentales para la cultura y el conocimiento, como los dos poemas homéricos y diversos textos filosóficos.⁴

Tiempo después, hacia el siglo I después de Cristo, en el imperio romano comenzó a imponerse otra forma del libro que se había retomado de las antiguas tablillas de madera y que se designó con la misma palabra: *codex*, aunque ya no se hacía con madera sino de pergamino, piel de ganado joven, principalmente de ternera. Al libro tabelario se le llamaba *codex* pero también *liber quadratus* (“libro cuadrado”) para distinguirlo formalmente del rollo o volumen; sin embargo, para la nueva forma y soporte del libro prevaleció el vocablo *codex*, el cual se confeccionaba con lienzos de piel curtida y preparada según el procedimiento que, al parecer, se desarrolló en una ciudad al noroeste de Asia Menor, Pérgamo, que fue colonia griega y se ubica en la actual Turquía.

En el mundo latino, la producción de *codici* o códices se efectuaba en talleres acondicionados para ello. El primer paso era el cálculo de pieles curtidas que requeriría cada ejemplar, que constaría de varios cuadernillos doblados en forma de biombo y unidos con tiras de cuero. Después seguía la preparación de los cuadernillos de pergamino, la división y doblez en “hojas” de la tira de piel y el marcaje, con minio o plomo, de las cajas de escritura, misma que podía realizarse mediante dos procedimientos, a saber, el dictado o la copia directa. En el primer caso, una persona ubicada en una tarima central de la habitación leía en voz alta, y varios escribas iban plasmando lo dictado; en el segundo caso, eran copistas quienes iban reproduciendo el manuscrito que tenían en un atril frente a ellos. Cuando los escribas o copistas concluían su labor, pasaban, en el

Al libro tabelario se le llamaba codex pero también liber quadratus (“libro cuadrado”) para distinguirlo formalmente del rollo o volumen.

Una persona ubicada en una tarima central de la habitación leía en voz alta, y varios escribas iban plasmando lo dictado.

⁴ Cf. H. Escolar Sobrino, *La biblioteca de Alejandría*, 1a. reimp., Madrid, Gredos, 2001, *passim*.

Una vez que dicho revisor leía y corregía los errores de los escribas o copistas, asentaba su nombre y aprobación al final del libro.

mejor de los casos, a un revisor, cuya función databa de los tiempos del libro en rollo y que en griego se denominaba *diorthotés* (“corrector”) o *anagnostes* (“lector”), vocablo, este último, que se mantuvo con igual sentido en el mundo latino. Una vez que dicho revisor leía y corregía los errores de los escribas o copistas, asentaba su nombre y aprobación al final del libro.

Cuando ya estaban escritos y corregidos todos los cuadernillos de que constaba la obra, se le entregaban al encuadernador o *ligator*, quien los unía con tiras de cuero y ponía las tapas de madera al principio y al final del códice, y entonces ya se daba por concluido el ejemplar, listo para la venta o para enviar al comprador que lo había encargado. Este mismo procedimiento se mantuvo durante toda la Edad Media en Occidente con la entronización del catolicismo, salvo que en los *scriptoria* de los monasterios en que se producían libros desapareció la figura del revisor o corrector, pues eran los copistas y escribas quienes tomaban decisiones ante posibles errores del manuscrito-modelo o, en casos delicados, consultaban a una de las autoridades del monasterio, quien les indicaba qué debían escribir o cómo enmendar tales casos.

Los talleres tipográficos contaban con un maestro impresor, que usualmente era el dueño del taller, en el que había una o dos prensas.

A finales de la Edad Media, con la creación en 1440 de la imprenta europea de tipos móviles, se introdujo un cambio sustancial en la producción de libros y, paulatinamente, en la estima social de sus protagonistas. Aunque en las primeras décadas de los talleres tipográficos europeos se mantuvo el aprecio y prestigio social de sus colaboradores, para entonces ya eran considerados como obreros, si bien obreros peculiares por sus conocimientos y calificación profesional, ya que además de los aspectos propiamente técnicos, debían conocer bien la gramática y ortografía del latín y, al menos, tener nociones del griego antiguo y del hebreo.

A partir del siglo XVI y hasta finales del XIX, los talleres tipográficos contaban con un maestro impresor, que usualmente era el dueño del taller, en el que había una o dos prensas. Él dirigía y supervisaba el trabajo de los em-

pleados; sabía latín y podía leer el griego antiguo y conocía un poco el hebreo. Con frecuencia, desempeñaba la función de corrector, aunque en los talleres más afamados había otra persona dedicada a tal labor, un intelectual o profesor universitario, incluso un escritor, que revisaba y corregía los textos originales y las primeras pruebas tipográficas. Por lo general, el maestro impresor o tipógrafo realizaba la impresión de hojas sueltas, calendarios, anuncios, cuadernos para notas estudiantiles y, a veces, por solicitud de un librero, la impresión de un libro pequeño y con mucha demanda, en una edición poco cuidada. No obstante, si realizaba un buen trabajo y poseía buena tipografía en cantidad y calidad, podía efectuar regularmente libros para los editores, y no era infrecuente que él mismo, asociado con un librero, llegara a publicar obras con suficiente demanda, las cuales también vendía directamente, pues la mayoría de los maestros impresores tenía librería, ubicada junto al taller o muy cerca de él.

Al maestro impresor se le pagaba por hoja impresa, por lo que se esforzaba en reducir el costo de impresión, exigiendo a los obreros un mayor rendimiento en cada jornada laboral. Además de dirigir el taller y la librería, el maestro impresor se ocupaba en mantener relaciones con quienes le encargaban el trabajo, pues debía buscar obras que imprimir para que su obraje no estuviera inactivo.

A finales del siglo XVI, los miembros del taller pasaron de ser individuos respetados por su saber, a obreros como cualquier otro, obligados a realizar, en un tiempo determinado y a cambio de un salario, un trabajo específico. Cada prensa requería de cuatro o cinco obreros, además del corrector. Los obreros eran uno o dos cajistas, también llamados “componedores” en español, más dos prensistas y un aprendiz, que se encargaba de transmitir recados y efectuar trabajos pequeños y sencillos. El aprendiz ingresaba al taller entre los 12 y los 20 años; debía saber leer y escribir, y en los reglamentos se estipulaba que debía conocer bien el latín y poder leer fluidamente el griego antiguo. Sin embargo, tales conocimientos no eran indispensables

El maestro impresor o tipógrafo realizaba la impresión de hojas sueltas, calendarios, anuncios, cuadernos para notas estudiantiles.

Los obreros eran uno o dos cajistas, también llamados “componedores” en español, más dos prensistas y un aprendiz.

El aprendiz, por su parte, quedaba obligado obedecer al maestro, a no abandonar su domicilio ni contraer matrimonio, y a servirle con lealtad y diligencia.

En general, el aprendiz era mal visto por los oficiales porque los maestros, deseosos de tener mano de obra casi gratuita, tendían a multiplicar el número de aprendices, en detrimento de la cantidad de oficiales empleados.

para el prensista, por lo que con frecuencia se admitían aprendices sólo alfabetizados o casi analfabetos.⁵

Las condiciones del aprendizaje se estipulaban en un contrato firmado ante notario, y en dicho contrato se indicaba que el tiempo de aprendizaje era de dos a cinco años. El maestro impresor o el dueño del taller se comprometía a enseñarle el oficio, a alojarlo, alimentarlo y vestirlo, además de darle algo de dinero para sus gastos. El aprendiz, por su parte, quedaba obligado obedecer al maestro, a no abandonar su domicilio ni contraer matrimonio, y a servirle con lealtad y diligencia. Las condiciones reales del aprendiz, sin embargo, distaban mucho de las indicadas formalmente, pues por lo común se alojaba en un cuartucho junto al taller o en el propio taller, fungía como sirviente de los oficiales, debía servir la comida y, en invierno, encender el fuego, además de realizar la limpieza del taller al amanecer, antes de que llegaran los demás trabajadores.⁶

En las actividades del obraje, desempeñaba las tareas más fáciles, pero también las más desagradables, como preparar la tinta, humedecer las hojas antes de la impresión y accionar la prensa, labor que no era complicada pero sí cansada; si se le preparaba para cajista, debía dedicar la parte final de su capacitación a la composición, junto a un oficial, el cual rara vez le enseñaba, por lo que su aprendizaje era sólo a partir de la observación. Aunado a lo anterior, realizaba encargos fuera del taller, como llevar y traer recados y entregar paquetes con pruebas, y, al anochecer, cuando los oficiales se habían retirado, tenía que ordenar todos los materiales y el taller antes de descansar. En general, el aprendiz era mal visto por los oficiales porque los maestros, deseosos de tener mano de obra casi gratuita, tendían a multiplicar el número de aprendices, en detrimento de la cantidad de oficiales empleados.⁷

⁵ Cf. Lucien Febvre y Henri-Jean Martin, *La aparición del libro*, México, Librería/Ediciones del Castor, 2000, pp. 171-180.

⁶ *Ibid.*, p. 172.

⁷ *Idem.*

Al concluir su capacitación, el aprendiz recibía el título de *oficial*, y, con frecuencia, estos nuevos oficiales viajaban por distintas ciudades ofreciendo sus servicios. Durante sus viajes, aprendían las costumbres de otros talleres, perfeccionaban su técnica y establecían relaciones que podían servirles si llegaban a ser maestros impresores. Para lograrlo, era frecuente que se casaran con una hija de su patrón, pues ello les aseguraba la futura regencia o dirección del taller.

Respecto de los oficiales, había dos clases: de *esmero* y a *destajo*. A los oficiales de *esmero* se les pagaba mensualmente; ellos acomodaban el material y realizaban los trabajos delicados, además de auxiliar al maestro impresor o al regente del taller. De los oficiales a *destajo*, había dos categorías, los *cajistas* y los *prensistas*. Los *cajistas* formaban las líneas, se encargaban de la composición de líneas y del ajuste de las cajas, además de preparar las *formas*, esto es, la organización de varias páginas tipográficas para su impresión en pliegos. Los *prensistas*, por su parte, se encargaban de colocar el papel sobre la *forma* y accionar la prensa, y a ellos sólo se les exigía diligencia, gusto por el trabajo y fuerza física, pues el continuo accionar de la palanca impresora era un trabajo cansado que requería buena condición física.⁸ A ello se debe que, en los talleres franceses, se denominara “*osos*” a los *prensistas*, y “*oseznos*” a los aprendices de prensa, a diferencia de los *cajistas*, a los que denominaban “*monos*”.⁹

Otro colaborador del taller tipográfico era el corrector, a quien no se consideraba obrero, pues era más valorado por ser un estudiante universitario o una persona culta, incluso un escritor. Buena parte de los intelectuales de la época se desempeñaron como correctores en los talleres tipográficos o como editores textuales. De hecho, varios de esos intelectuales que inicialmente colaboraron como correctores, después asociados con algún empresario capita-

A los oficiales de esmero se les pagaba mensualmente; ellos acomodaban el material y realizaban los trabajos delicados.

Los prensistas, por su parte, se encargaban de colocar el papel sobre la forma y accionar la prensa, y a ellos sólo se les exigía diligencia.

⁸ *Ibid.*, pp. 173-175.

⁹ Cf. Robert Darnton, *Edición y subversión. Literatura clandestina en el Antiguo Régimen*, México, Turner/FCE, 2003, p. 182.

*Los libreros-editores
elegían las obras que
deseaban editar y
vender, y se mantenían
activos y presentes en
los círculos intelectuales
para establecer buenas
relaciones.*

*Por lo común, el
empresario editorial
poseía su propia librería
y se abocaba a los
aspectos administrativos
y comerciales.*

lista, crearon sus propias editoriales para publicar aquellas obras que ellos consideraban importantes para la cultura y la construcción de un conocimiento más abarcador, de aspiración universal en el tiempo y el espacio.

Además de los talleres tipográficos dirigidos por un maestro impresor o un regente, en la producción de libros había otras dos figuras protagónicas: el librero y el editor, que en esa época eran primordialmente una sola, es decir, libreros-editores, los cuales contrataban a los talleres tipográficos para que confeccionaran las publicaciones que ellos habían elegido y se encargarían de vender. Esos libreros-editores elegían las obras que deseaban editar y vender, y se mantenían activos y presentes en los círculos intelectuales para establecer buenas relaciones con los posibles autores y conservar a los ya “contratados”, pero también debían abocarse a los aspectos comerciales y financieros, y, más aún, a los propiamente logísticos y técnicos, como adquirir el papel y los demás insumos que requería la edición de un libro.

Además de las dos figuras antedichas, el maestro impresor y el librero-editor, había otra, la del editor-empresario, que era un capitalista que invertía en la producción de libros como negocio. Generalmente, el editor-empresario o empresario editorial no poseía un taller tipográfico, por lo que contrataba los servicios de un maestro impresor. Seleccionaba los textos con un criterio comercial y cultural, igual que el librero-editor. Si era dueño de un taller, se apoyaba, para la producción, en un regente, quien desempeñaba las funciones del maestro impresor en términos de producción y administración del obraje tipográfico. Por lo común, el empresario editorial poseía su propia librería y se abocaba a los aspectos administrativos y comerciales, así como a las relaciones públicas; era un negociante de escala media o grande.

Fue en la última década del siglo XVIII cuando comenzaron a separarse las funciones y labores del librero y del editor,¹⁰ aunque esto no conllevó mayores cambios que

¹⁰ Cf. Siegfried Unseld, *Goethe y sus editores*, trad. de Rosa Pilar Blanco, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2000, p. 517, n. 3.

el acotar las actividades correspondientes que desde antaño se realizaban en uno y otro ámbitos. Sin embargo, a finales del siglo XIX, con la creación del linotipo y el monotipo, los cambios tecnológicos repercutieron en los procesos, las funciones y las finanzas, exigiendo una mayor especialización en cada uno de los procesos que implica transformar una obra específica en un libro determinado y ponerlo al alcance de su lector potencial. Ocurrió, entonces, un primer deslinde muy claro de funciones entre el trabajo propiamente editorial, el de impresión y encuadernación, y el de librería. Hasta los años setenta de la pasada centuria, lo común era que cada una de esas tres actividades estuviera a cargo de empresas que encabezaba, respectivamente, un experimentado editor, impresor o librero; mas los avances en la tecnología y la investigación en disciplinas humanísticas —cuyos saberes han aportado elementos al trabajo editorial— hicieron necesaria una mayor especialización y, por ende, una distinta estructura organizativa.

Por ello, en la actualidad son escasos los editores que concentran en sí mismos todas las decisiones de cada uno de los procesos y lo hacen atinadamente; lo común, en cambio, es que se alleguen de profesionales ad hoc para efectuarlos, ya sea como colaboradores externos o como empleados de la propia editorial. En uno u otro caso, las labores por realizar son en principio iguales, aunque hay variantes según la magnitud, la organización y la política de la empresa, además, claro, del tipo de libro de que se trate.

Hay, sin embargo, tres grandes fases que son definitivas del quehacer editorial: 1) obtener obras apropiadas a la línea de la casa editora y a su perfil de lector, 2) transformarlas en libros y 3) comercializarlos. En función de ellas, se establecen áreas, departamentos o gerencias que tienen a su cargo ciertos procesos, parte de los cuales realizan directamente con su plantilla laboral, en tanto que otros se encomiendan a colaboradores externos, sean profesionales independientes o empresas que brindan tales servicios. Por lo general, en las editoriales de la iniciativa privada dichas áreas son las siguientes:

Con la creación del linotipo y el monotipo, los cambios tecnológicos repercutieron en los procesos, las funciones y las finanzas, exigiendo una mayor especialización.

Son escasos los editores que concentran en sí mismos todas las decisiones de cada uno de los procesos y lo hacen atinadamente.

- 1) Editorial.
- 2) Producción.
- 3) Mercadotecnia.
- 4) Ventas.
- 5) Distribución.
- 6) Administración.

La dirección editorial define las características del tipo de libros por publicar que conformarán el fondo de la casa.

En la primera de dichas áreas, llamada comúnmente *dirección editorial*, se define con precisión las características del tipo de libros por publicar, esto es, aquellos que inicialmente se ha decidido que han de conformar la línea y el fondo de la casa editora, por ejemplo, sólo narrativa y ensayo literario, o bien, obras de consulta, monografías académicas, libros de mesa, de texto o de autoayuda. Usualmente establece colecciones e incluso sellos editoriales que agrupan un mismo tipo de obras en cuanto al género textual, las cuales comparten, asimismo, las características físicas (formato, diseño general, clase de papel, impresión y encuadernación), el rango de precio y, en suma, el perfil de lector.

Cuando la casa editora publica tanto obras literarias como no literarias, cuenta al menos, respectivamente, con dos gerencias o departamentos, una de *obras de ficción* y otra de *obras de no ficción*, aunque puede haber unas más de nomenclatura menos genérica, por ejemplo, de *libros de texto* o de *libros infantiles y juveniles*. No obstante, si la editorial publica obras de una amplia gama temática dirigidas a estudiantes y estudiosos de diversas disciplinas, lo usual es que haya gerencias por colección o área de conocimiento (historia, filosofía, economía, etcétera).

Si la editorial publica obras de una amplia gama temática dirigidas a estudiantes y estudiosos de diversas disciplinas, lo usual es que haya gerencias por colección o área de conocimiento.

Otra labor que desempeña la dirección editorial —o literaria, como también se denomina— consiste en obtener o generar obras que, de acuerdo con la línea editorial y las expectativas culturales y económicas de la empresa, ameriten ser publicadas. Para hacerse de obras, busca a los autores adecuados para escribirlas, o bien, cuando ya existen en otras lenguas, compra los derechos de traducción o, también, si ha identificado una carencia cultural

con posibilidades comerciales, lleva a cabo una “obra de editor”, para la cual establece el concepto general y el perfil de lector, define el contenido, elige a los colaboradores idóneos y estipula todas las características físicas, textuales, iconográficas y económicas del proyecto. Una vía más para obtener obras radica en la recepción de propuestas de publicación que hacen llegar a la editorial los propios autores o un agente literario, aunque este último es casi inexistente en Hispanoamérica.

Una vez preseleccionada una obra, la dirección editorial realiza un estudio de viabilidad financiera y, de ser favorable, la evalúa con mayor detenimiento, atendiendo al valor del contenido y al estado textual y discursivo en que se encuentra, esto es, si tiene o no deficiencias en la articulación estructural, en la redacción o en el manejo del lenguaje, o si éste es apropiado para el lector al que se dirige. Si es aprobada, se determina si es menester efectuar cambios o adecuaciones en el texto, o si sólo requiere de preparación del original y corrección de estilo, o bien, si es necesario elaborar elementos gráficos, ilustraciones o fotografías, y a partir de ello elaborar un presupuesto tentativo; si éste es aprobado, se procede a tramitar la cesión de derechos y firmar el respectivo contrato.

Generalmente, la dirección editorial incluye los departamentos de derechos y de corrección, aunque este último puede pertenecer al área siguiente. *Grosso modo*, las tareas primordiales de la dirección editorial se resumen en los cinco puntos que ha establecido Jesús Anaya, a saber: “1) descubrir autores, temas y fórmulas editoriales; 2) asegurar profesionalmente los procesos de edición; 3) construir y promover el fondo editorial; 4) organizar la difusión y distribución; 5) dar resultados financieros positivos”.¹¹

El área siguiente, la de *producción*, se encarga del diseño y la composición (a veces también de la corrección), así co-

Una vía más para obtener obras radica en la recepción de propuestas de publicación que hacen llegar a la editorial los propios autores o un agente literario, aunque este último es casi inexistente en Hispanoamérica.

La dirección editorial incluye los departamentos de derechos y de corrección, aunque este último puede pertenecer al área de producción.

¹¹ Jesús Anaya Rosique, comunicación oral en una de sus conferencias en el diplomado Los Procesos en la Edición de Libros, organizado por la Caniem y la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. México, 2002.

El área de mercadotecnia (o marketing) establece las estrategias de promoción acordes con el perfil de lector, no sólo respecto de obras específicas, sino también en cuanto a colecciones.

Las responsabilidades del área de distribución consisten en recibir los tirajes entregados por la imprenta, cuidar de su adecuado almacenaje y del control de inventarios, entregar pedidos y efectuar la facturación y la cobranza.

mo de los trabajos de pre prensa, impresión y encuadernación. Le compete, asimismo, vigilar que en tales procesos se cumpla el calendario y el presupuesto estipulados en la planeación.

Por su parte, el área de *mercadotecnia* (o *marketing*) establece las estrategias de promoción acordes con el perfil de lector, no sólo respecto de obras específicas, sino también en cuanto a colecciones o sellos de la casa editora, conformando asimismo la identidad editorial de la empresa. Son dos grandes aspectos los que rigen su labor: generar una campaña de difusión que ponga en contacto determinados libros con sus lectores idóneos y, a partir de ello, incrementar las ventas. A esto se debe que, en ocasiones, dicha área se halle agrupada con la de *ventas*, que es la encargada de llevar a cabo la promoción y comercialización de cada nuevo título y del fondo editorial.

El área siguiente es la de *distribución*, cuyas responsabilidades consisten en recibir los tirajes entregados por la imprenta, cuidar de su adecuado almacenaje y del control de inventarios, entregar pedidos y efectuar la facturación y la cobranza. Por último, se encuentra la de *administración*, abocada a todas las actividades financieras y de contabilidad, así como a aquellas de índole fiscal y operativa (cómputo, personal, adquisiciones de insumos).

Quienes encabezan cada una de tales áreas, direcciones o gerencias, participan en la toma de decisiones cruciales para la empresa, pues con ello se busca integrar, de manera equilibrada, sus perspectivas individuales en el programa editorial y en la planeación, para lo cual es indispensable que todos ellos conozcan con suficiencia los procesos editoriales, amén de ser expertos en el área a su cargo.

Aunque en principio esta organización es la más común en las casas editoras de la iniciativa privada,¹² no

¹² Cf. Gordon Graham, “¿Qué hacen los editores?: del autor al lector”, en *Libros de México*, México, Caniem, octubre-diciembre, 1992, núm. 29, pp. 11-24; Datus C. Smith Jr., *Guía para la publicación de libros*,

ocurre así en las editoriales universitarias, cuya conformación y objetivos presentan diferencias, sobre todo en las de Hispanoamérica. En primer lugar, la finalidad primordial de estas últimas es “satisfacer las necesidades académicas que conlleva su función sustantiva, así como subsanar, en los ámbitos que le competen, los vacíos culturales propiciados por la carencia de obras importantes para la cultura nacional y de escaso interés comercial, por lo que resultan ‘inviabiles’ para el sector privado”.¹³

En la mayoría de los casos, las editoriales universitarias de nuestra región idiomática constituyen una secretaría o departamento de la propia institución educativa, por lo cual comparten con ésta un presupuesto global, una administración única y una parte considerable de infraestructura. Además, la selección de las obras por publicar la efectúa un comité de académicos, de modo que, en tal aspecto, la perspectiva editorial es muy restringida o incluso nula. A partir de tales condiciones, las editoriales universitarias han desarrollado una estructura organizativa que, por lo común, consiste en cinco áreas, las cuales asimilan más funciones que en las casas editoras de la iniciativa privada. Dichas áreas son:

- 1) *Coordinación académico-administrativa y producción*, dedicada a ordenar y presentar las propuestas de publicación al comité editorial, así como a dar seguimiento a los respectivos dictámenes, elaborar el programa anual, gestionar los trámites administrativos y jurídicos, supervisar la producción y coordinar todos los procesos.
- 2) *Redacción editorial*, que se encarga del calibrado del original (cálculo para estimar el número de páginas formadas que tendrá la obra), preparación del original

La finalidad primordial de las editoriales universitarias es satisfacer las necesidades académicas que conlleva su función sustantiva, así como subsanar los vacíos culturales.

Las editoriales universitarias han desarrollado una estructura organizativa que, por lo común, consiste en cinco áreas, las cuales asimilan más funciones que en las casas editoras de la iniciativa privada.

trad. de Danny Clint y J. David Rodríguez Álvarez, Guadalajara, Jalisco, Universidad de Guadalajara/Asedies, 1991 (Soliloquio), 288 pp.

¹³ Mauricio López Valdés, *Guía de estilo editorial para obras académicas*, México, UNAM-CRIM/Ediciones del Ermitaño, 2009, pp. 17-18.

de autor, corrección de estilo y de pruebas y cierre de edición, además de redactar el comentario de forros y los textos promocionales, todo lo cual —salvo lo primero y lo último— se denomina como “cuidado de la edición”.

- 3) *Diseño y formación*, abocada justamente a tales labores, tanto de forros e interiores del libro como de los impresos promocionales.
- 4) *Difusión y comercialización*, cuya encomienda es promover los libros, levantar pedidos y gestionar y supervisar la entrega, la facturación y el cobro de los mismos.
- 5) *Almacén*, que tiene la función de recibir los tirajes enviados por la imprenta, surtir los pedidos y llevar el inventario.

Cada editorial universitaria se halla conformada a partir de sus condiciones reales de infraestructura, presupuesto y organigrama.

Aunque este modelo es acaso el más completo que se ha desarrollado, es obvio que cada editorial universitaria se halla conformada a partir de sus condiciones reales de infraestructura, presupuesto y organigrama. Sin embargo, las funciones y procedimientos referidos son los que exige la edición en general y la académica en particular, tal como ocurre entre las diversas casas editoras de la iniciativa privada, que van desde los grandes consorcios internacionales hasta las pequeñas empresas que operan con personal y presupuesto reducido.

Hay editoriales que están conformadas por una sola persona, quien realiza buena parte de los trabajos y procesos de la edición, y sólo para algunos de ellos contrata los servicios de empresas o de profesionales.

Entre estas últimas hay, incluso, algunas que funcionan con escasos recursos económicos y cuyos propietarios perciben su ingreso fundamental de otra actividad o empleo, que con frecuencia se inscribe también en el ámbito editorial. Existen, asimismo, las que están conformadas por una sola persona, quien realiza buena parte de los trabajos y procesos de la edición, y sólo para algunos de ellos contrata los servicios de empresas o de profesionales que laboran por su cuenta (*free lance*).

A una parte de este tipo de editoriales suele llamárseles “independientes”, pese a que, en realidad, no pocas de ellas son muy dependientes de institutos de cultura u

organismos gubernamentales con los que coeditan o de los que reciben apoyos de coinversión o subsidios destinados a apoyar la cultura. Esto no es cuestionable, de ningún modo, cuando se trata de proyectos cuya valía está fuera de cualquier duda, pues justamente es ésa la función de tales alianzas: enriquecer la oferta cultural de las comunidades lectoras.

Conviene, sin embargo, esclarecer el sentido de tal denominación, para lo cual retomo lo que al respecto manifestó en 2002 Alfredo Landman, entonces editor de Gedisa:

Hablar de la edición independiente es partir de la idea de que hay otra edición que es dependiente. El sobreentendido está dado. Una editorial independiente es aquella que no pertenece a un grupo empresarial, que no depende financieramente de empresas, instituciones o de partidos políticos. Su origen y su finalidad es el proyecto editorial en sí. La editorial independiente se autodefine y se autorregula por sí misma, y su dependencia solamente es la de su posicionamiento frente al mercado. Ahí está su vida, sus posibilidades de supervivencia o de expansión.¹⁴

Una editorial independiente es aquella que no pertenece a un grupo empresarial, que no depende financieramente de empresas, instituciones o de partidos políticos.

En cambio, las llamadas “editoriales alternativas” suelen ser, más bien, proyectos editoriales impulsados por pequeños grupos —o por una persona— cuya inversión primordial es su propio trabajo, pagando sólo por los servicios de imprenta, contabilidad y, a veces, diseño. Por lo general, su catálogo está dirigido a un reducido grupo de

Las “editoriales alternativas” suelen ser proyectos editoriales impulsados por pequeños grupos cuya inversión primordial es su propio trabajo.

¹⁴ Alfredo Landman, “Edición como espacio público”, en *Archipiélago. Cuadernos de Crítica de la Cultura*, Barcelona, junio-julio, 2002, p. 41. En el mismo sentido se han expresado el estadounidense André Schiffrin, editor de New Press y con amplia trayectoria en Pantheon Books, y el catalán Jorge Herralde, editor de Anagrama (Cf. A. Schiffrin, *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura*, trad. de Eduardo Gonzalo, México, Era, 2000; A. Schiffrin, *El control de la palabra*, trad. de Claudia Canales, México, Era, 2006; J. Herralde, *Opiniones mohicanas*, pról. de Sergio Pitó, Barcelona, El Acantilado, 2001, pp. 285-300).

*En las ediciones de autor
éste hace imprimir
sus propias obras;
se trata realmente
de meras instancias de
publicación, carentes del
genuino ser y quehacer
de la edición.*

“compradores individualizados por afinidad”,¹⁵ o bien, a estudiantes universitarios que requieren de alguno de esos títulos para un curso específico. Debido a la naturaleza de las obras y a las modestas condiciones económicas, se ven relegadas de los ámbitos regulares y más notorios de la fase comercial del circuito del libro, en los que llegan a tener una presencia discreta y ventas mínimas, por lo cual buscan otras vías alternas, que no requieran de un capital del que no disponen, esto es, la venta directa al lector. A tal estrategia también recurren las pequeñas editoriales conformadas por jóvenes escritores, quienes, negándose a hacer la fila generacional, buscan crear espacios de publicación, debiendo asumir que dicha forma es su única posibilidad de venta, si bien la mayoría de las veces lo que buscan es difundir sus creaciones, no emprender un negocio cultural.

Una situación distinta se presenta en las ediciones de autor, en que éste hace imprimir sus propias obras, así como en algunos sellos editoriales cuyos títulos son sufragados por los autores, casos, ambos, en que se trata realmente de meras instancias de publicación, carentes del genuino ser y quehacer de la edición.

Algo común, sin embargo, a estos últimos cuatro tipos de empresas editoriales no sólo es la venta directa al lector como vía principal —si no la única— de comercialización; comparten también, y de modo determinante, una *perspectiva de autor*, enfocada sobre todo en el valor de la obra y en la calidad física del libro, sin tener en cuenta los demás aspectos que le permitirían llegar al mayor número posible de sus lectores idóneos y, a partir de ello, alcanzar la autonomía, la cabal autosuficiencia financiera, tal como han operado, durante siglos, las editoriales (*sic*, sin adjetivos).

En el extremo opuesto se hallan las casas editoras que pertenecen a los grandes consorcios económicos, donde cada vez más prevalece la *perspectiva del inversionista*, afa-

¹⁵ Francisco del Carril, “La producción editorial”, en Leandro de Sagastizábal y Fernando Esteves Fros (comps.), *El mundo de la edición de libros*, Buenos Aires, Paidós, 2002, p. 170.

nada en aumentar, continua e insaciablemente, los márgenes de utilidad, fenómeno éste que se ha incrementado de manera notable en las últimas décadas, lo cual —como señala Jason Epstein— “ha provocado muchas dificultades, pues la industria del libro no es un negocio convencional”.¹⁶

Aunque uno y otro enfoques son por completo opuestos, coinciden en priorizar una parte del trabajo editorial, esto es, carecen de la *visión del editor*, la cual, en principio, obliga a cuestionarse la pertinencia y finalidad de publicar determinada obra y la manera más adecuada de llevarlo a cabo, a identificar quiénes son sus posibles lectores y cómo llegar a ellos, atendiendo, a la vez, la situación financiera y administrativa de la empresa o proyecto editorial, y en función de todo esto definir estrategias y tomar decisiones. Tal perspectiva sólo es posible si se entiende a cabalidad la naturaleza misma de la actividad editorial, a la que atinadamente describió, en 1955, el editor británico C. P. Scott:

Toda empresa editorial presenta dos facetas. Es un negocio [...] y tiene que prosperar en el sentido material si ha de sobrevivir. Pero es mucho más que un negocio: refleja e influye en la vida de toda una comunidad; puede afectar incluso a más amplios destinos. En cierto modo, es un instrumento de gobierno. Actúa sobre la mente y la conciencia de los hombres. [...] Por consiguiente, posee una existencia moral tanto como material, y su carácter e influencia están determinados, en lo fundamental, por el equilibrio entre estas dos fuerzas. Puede hacer del provecho o del poder su objetivo primordial, o puede verse a sí misma cumpliendo una función más elevada y exigente.¹⁷

Toda empresa editorial presenta dos facetas. Es un negocio y tiene que prosperar en el sentido material si ha de sobrevivir. Pero es mucho más que un negocio: refleja e influye en la vida de toda una comunidad.

De ahí que la visión del editor procure entender y atender —de manera integral y armónica— los intereses

¹⁶ Jason Epstein, *La industria del libro. Pasado, presente y futuro de la edición*, trad. de Jaime Zulaika, Barcelona, Anagrama, 2002, pp. 19-20.

¹⁷ C. P. Scott, *apud* Stanley Unwin, *La verdad acerca de un editor. Autobiografía*, trad. y nota prelim. de Juan García-Puente, Madrid, Aguilar, 1961, p. 360.

intelectuales y económicos que concurren en el circuito del libro, ese conjunto de personas, procesos, labores y objetivos que animan el quehacer editorial, los que le dan sentido, autonomía y pervivencia como empresa protagonista de la cultura.

Conceptualización de la praxis editorial en revistas contraculturales

El presente ensayo es parte de una amplia investigación adjunta a la edición de la revista contracultural *La Malsana*, publicación realizada dentro del programa de la Maestría en Producción Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Dicha investigación pretende reflexionar, si no es que definir, la práctica contracultural en la vocación editorial, así como declarar la sustentabilidad teórico-práctica de las revistas contraculturales.

Profundizar en la praxis contracultural supone una perspectiva desde el interior de una organización formativa, por lo tanto, la valoración de su práctica en los procesos de edición equivale a poner en crisis un conjunto de puntos comunes entre lo interno y lo externo para llevarla a la tensión límite. En la praxis de la conversación se procura transfigurar los límites no sólo en los contenidos, sino también en las formas y estructuras discursivas. De aquí que la complejidad de la contracultura se sustente como un procedimiento mixto para intercambiar los términos de la oposición o anularlos según sus necesidades. La teoría sustancial de cada revista proviene de una búsqueda agotadora con miras a dilucidar la pugna argumentativa en sus contextos, es decir, los tratamientos en dichas publicaciones varían en función de los grupos que las producen y sus lectores.

La primera parte de este ensayo corresponde a la conceptualización de la línea editorial como característica *abstracta* que define perfectamente una revista, pero que a su

La complejidad de la contracultura se sustenta como un procedimiento mixto para intercambiar los términos de la oposición o anularlos según sus necesidades.

vez incide en la bifurcación de procesos editoriales. Las siguientes dos secciones intentan comprender la apropiación contracultural de la praxis editorial hasta llegar al caso específico de las revistas. Atañe al objetivo de éste, entonces, ser un testimonio para el desarrollo de futuras investigaciones alrededor del interés editorial en la contracultura, pero sobre todo, argumentar sobre sus procesos heterodoxos.

**El
reconocimiento
de la línea
editorial de
una revista
contracultural**

Las revistas culturales son publicaciones artísticas definidas por el diseño y contenido editorial que divulgan. Desde la perspectiva de quienes las producen, son la extensión de la cosmovisión de un grupo que retoma diversos tópicos para darles un tratamiento particular. Resulta fácil comprender que el papel principal de estas publicaciones sea crear espacios reflexivos cuya originalidad se condiciona por las particularidades de su producción y el aprovechamiento de herramientas visuales y lingüísticas.

La línea editorial de una revista cultural engloba un cúmulo de decisiones, formas, técnicas y razones editoriales. Incluye las intenciones y la vocación de su agregado intelectual, pero aunque cada revista traduce una filosofía de identidad, el designio de su existencia se vincula al fin único de la cultura editorial: la conversación entre los lectores y, en este caso, la revista como producto editorial.

En *Los demasiados libros*, Gabriel Zaid afirma que la cultura es conversación, animación e inspiración; motivos por los cuales la promoción de un libro no puede reducirse sólo a ventas, tirajes, títulos, gastos y cualquier referente cuantificable: “lo importante es la animación creadora que se puede observar, aunque no medir; que nos puede orientar para saber si vamos bien, aunque no hay recetas para desarrollarlas” (p. 34). A decir de Zaid, la cultura es un modo de vida que se manifiesta y se reproduce en vivo por medio de un conjunto de obras, utensilios, códigos y repertorios, por lo tanto, los libros reproducen esa cosecha y es el editor quien domina el arte de organizar la conversación al crear una constelación atractiva para el lector. Lo anterior

se traduce perfectamente en las revistas culturales, ya que son entes editoriales con la característica de la periodicidad. Hacer hincapié en comprender la línea editorial de una publicación es distinguir que su reproducción cultural es incesante y, a su vez, permite reconocerla como medio de acción viable para la divulgación de su praxis.

La analogía cultura-conversación revela en su relación un cultivo retórico del que se cosechan otros discursos que hacen fructificar la línea editorial. La conversación requiere argumentación, proposición de juicios y la impugnación de opiniones ajenas. Se puede decir, entonces, que la conceptualización de la línea editorial requiere de una defensa de la empresa. Aunada a la enunciación antedicha, se integra una confrontación continua de argumentos que fundamentan la unidad de sentido de la revista cultural: cada publicación maneja su verdad, pero a ninguna le es posible convergir hacia el beneplácito universal. Trasladar el ideal interpretativo y el poder creativo a la línea editorial resulta pertinente para el caso de las revistas culturales, pues se contempla la producción del proyecto, pero sobre todo de su interpretación a cargo del lector, quien da sentido a la producción de acuerdo con lo que busca.

En la práctica editorial de las revistas culturales va implícita la renovación de su compromiso como medios protagónicos en la promoción de autores y, por consiguiente, en la formación de lectores capaces de analizar su contexto. Es, entonces, menester del editor, junto con sus colaboradores, definir con qué línea editorial se identificará la publicación, pues aquélla concede la correlación afín entre estilísticas de variados autores, quienes se unen a la experiencia del lector.

Parece ineludible que la praxis de las revistas advierta sobre la legitimidad del conocimiento del grupo que las produce y que, con base en la línea editorial de su empresa, defienda su vocación como intelectuales. Sin embargo, la alteración del contexto en que se produce una revista influye en la representación de su entorno, impidiendo así descifrar por completo los procesos editoriales de las revis-

La conversación requiere argumentación, proposición de juicios y la impugnación de opiniones ajenas.

Trasladar el ideal interpretativo y el poder creativo a la línea editorial resulta pertinente para el caso de las revistas culturales, pues se contempla la producción del proyecto.

La alteración del contexto en que se produce una revista influye en la representación de su entorno, impidiendo así descifrar por completo los procesos editoriales.

*Las revistas se
transmutan conforme
a las necesidades
editoriales de cada
número.*

Traslado y apropiación contracultural en la praxis editorial

tas culturales como una tesis universal. Las revistas se transmutan conforme a las necesidades editoriales de cada número, lo cual las sustenta como obras con pocos rasgos formales que las describan completamente, pero compaginados junto con un concepto descriptivo “abstracto”: la línea editorial.

Puede ser que definir la línea editorial de una revista no se trate de una descripción objetiva. Asumo que no es menester de la lógica detallar qué alienta la ideología de una publicación cultural; no obstante, el editor tiene la encomienda de darle razón, pues lleva la batuta en el proceso de la empresa. Conduce así a la pertinencia temática de la edición e ideología de la publicación.

Conformar la línea editorial engloba un cúmulo de decisiones, formas, técnicas y razones editoriales. Incluye las intenciones y la vocación de su agregado intelectual, y aunque cada revista traduce una filosofía de identidad, el designio de su existencia se vincula al fin único de la cultura editorial: la conversación entre los lectores y, en este caso, la revista como producto editorial.

Para fundar una publicación contracultural, en primer lugar, es necesario dejar de definir la contracultura como un momento histórico determinado por los más avanzados gustos juveniles de una época (como ejemplo, basta recordar la tan nostálgica década de los sesenta y el movimiento *hippie*, incluso el libertino exceso de los *beatniks*), a riesgo de definirla como moda. Sin embargo, la contracultura es una constante desde hace mucho tiempo y su antiquísimo origen se vincula al desarrollo de poderes fácticos que se apropian de estilísticas dogmáticas para argumentar sus propias temáticas, producto de la permanente renovación del lenguaje, así como de la alternativa crítica de un grupo —o editor— frente a su propia norma, tradición y desenvolvimiento social.

Acentuar la praxis contracultural en la edición de una revista se correlaciona con la emancipación de una van-

guardia simbólica cuya práctica se legitima por su línea editorial. Es decir, la hazaña contracultural, más allá de sólo reafirmarse como némesis del campo institucional o subversión del canon, exige que su experiencia trascienda el objetivo común de ser sólo vehículo para la transgresión de los espacios consolidados por grupos heterodoxos. De ahí que la descentralización que proclaman las revistas contraculturales reconozca sus propias necesidades, de modo que su mencionada emancipación se desenvuelve en mercados autónomos que, aunque no masivos, satisfacen las necesidades de lectores que fundamentan su conversación de acuerdo con intereses y reglas propios.

Discernir la contracultura dentro de la práctica editorial implica identificar un conjunto de acciones emergentes que producen un objeto cultural que conlleva el reconocimiento de figuras —estéticas, estilísticas, retóricas, etc.— para generar, o incluso significar, fenómenos de comunicación que, a su vez, son resultado de procesos sociales y mentales. Hasta este punto del párrafo, parece que la edición contracultural no difiere en nada de la producción de cualquier otro producto del género editorial; sin embargo, es forzoso puntualizar que la diferencia en su elaboración se basa en conceptualizarla como un objeto de estructura subyacente que enuncia la excentricidad de la praxis editorial y, por lo tanto, dicha praxis remite a un sistema homologado que impone su práctica como discurso del orden, la estabilidad y la categorización —incluso sanción—, basado en un juicio de valor según su dogma.

Conceptualizar la praxis editorial de una revista cultural conlleva entenderla como un sistema equilibrado, pues implica imponer patrones normativos para balancear el diseño con su contenido. No obstante, las necesidades contemporáneas del lector que intenta huir del nuevo mundo tecnológico, inclinado a la masificación de proyectos, sugieren que se reconozca que no todos los fenómenos comunicativos siguen un orden, ya que si estos pueden concretarse en sistemas referenciales —o normativos— complejos, que admiten dinámicas variadas, en

Discernir la contracultura dentro de la práctica editorial implica identificar un conjunto de acciones emergentes que producen un objeto cultural que conlleva el reconocimiento de figuras.

La praxis de las revistas culturales pertenece a una extensa organización de sistemas y subsistemas en los cuales se distribuye el saber.

Calabrese menciona que este espacio organizado intuye una topología provista de un confín que se traduce en un conjunto de puntos que pertenecen, al mismo tiempo, al espacio interno y al externo de una organización.

contraposición también pueden manifestarse en variables de forma, significado y contenidos. A su vez, exigen que dicha praxis —en estos productos periódicos— trascienda más allá de asegurar la pluralidad de autores que defienden su dominio gremial.

Para comprender lo anterior, es necesario explicar algunos términos. Me basaré en la teoría del semiólogo Omar Calabrese, de su libro *La era neobarroca*, para hacerlo. En primer lugar, es importante percibir que la praxis de las revistas culturales pertenece a una extensa organización de sistemas y subsistemas en los cuales se distribuye el saber, es decir, debemos representar la conversación —concepto que Zaid afirma es cultura— no sólo como acumulación del mismo saber, sino como una idea espacial que se articula en regiones locales, lo que permite su distribución en diferentes sectores y, por lo tanto, se interpreta la cultura-conversación como una organización espacial. Calabrese menciona que este espacio organizado intuye una topología provista de un confín que se traduce en un conjunto de puntos que pertenecen, al mismo tiempo, al espacio interno y al externo de una organización (p. 64). Habrá que entender el confín no como una barrera impenetrable, ya que articula y gradúa las relaciones entre lo interno y lo externo: apertura y cierre. Pero, aún así, la idea de un confín denota un perímetro que delimita procesos complejos para la comprensión o definición de un sistema.

Tomando en cuenta los términos antedichos, es posible introducir que la praxis contracultural es también un sistema, una *nueva cultura*¹ que surge del interior de la organización formativa, pero, contrario a la idea de constituir una norma centralizada o inamovible, la experiencia de la contracultura se *acentra*, es decir, el centro de su acción

¹ Menciona Luis Antonio Villena, en *Heterodoxias y contracultura*, que la contracultura debe entenderse como una *nueva cultura*, término que considera adecuado, pues incluye el afán libertario de la heterodoxia, “de novedad, de individualismo (frente a lo normativo y gregario) y de cultura *viva*, sensible, frente a las fosilizadas estructuras de lo académico”.

se coloca cerca del confín, esto es, del límite o perímetro. En este sentido, la contracultura se concibe como sistema *acentrado* que se organiza de modo disimétrico y permite su propia expansión desde dentro de cualquier organización sistemática de cultura. Así pues, la valoración de la práctica contracultural, en la edición, corresponde a poner en crisis el conjunto de puntos comunes entre lo interno y lo externo de ésta para llevarla a la tensión del límite.

La praxis editorial defiende su norma mediante su confín perimetral reconocido como canon. No obstante, la praxis contracultural trata de la superación del confín, de valorar el exceso no sólo como evasión o enfrentamiento con la norma, sino como la degeneración del sistema de valores dominantes. Es decir, asume la apropiación de los estándares estéticos, pero los subvierte en desarrollo e intencionalidad. De esta manera, se evidencia que la oposición contracultural propone un sistema de exceso para incidir en un desplazamiento de formas, lo que desencadena una tensión por medio de su praxis: junto con la variable de forma es posible extender los significados de sus contenidos.

La vocación contracultural parte de estar al tanto de las discusiones sociales y culturales: la palabra escrita se torna idea y reflexión, pero sobre todo crítica. También se produce en condiciones opcionales de forma, caracterizándose por la aplicación del estudio estético y gráfico comprendido desde las operaciones del límite y el exceso. Se trata de trasladar la contracultura no sólo a los contenidos, sino también a las formas y estructuras discursivas. En este sentido, el límite y el exceso van más allá de ser dos categorías antagónicas, pues su complejidad promueve un procedimiento mixto para intercambiar los términos de la oposición o anularlos según sus necesidades.

Cabe citar a Calabrese en este punto, puesto que explica la relación mixta entre límite y exceso: "Usa el límite haciéndolo parecer exceso porque las salidas de las fronteras acaecen sólo en el plano formal; o bien, usa el exceso, pero lo llama límite para hacer aceptable la revo-

La valoración de la práctica contracultural, en la edición, corresponde a poner en crisis el conjunto de puntos comunes entre lo interno y lo externo.

La vocación contracultural parte de estar al tanto de las discusiones sociales y culturales: la palabra escrita se torna idea y reflexión, pero sobre todo crítica.

lución sólo del contenido; o, en fin, hace indistinguible y confusa una operación en el límite o por exceso” (p. 83). Por lo tanto, la praxis de las revistas contraculturales promueve la innovación o expansión de un sistema extendiendo su límite a otras propuestas estéticas, y presenta el exceso en la subversión o en la crisis de su sistema.

La justificación de la praxis contracultural conlleva la adherencia de ciertos atributos seductores para el desarrollo de su vocación. La experiencia de la contracultura genera un tipo de ganancia simbólica vinculada a una forma de interés con las mismas características dentro del involucramiento editorial. Así pues, la praxis de las revistas contraculturales encierra la búsqueda de un poder simbólico, nacido de la distinción de la práctica editorial, una autolegitimación y un reconocimiento ante los individuos que forman progresivamente los espacios sociales, culturales y estéticos de interacción.

Desarrollo editorial de las revistas contra- culturales

La práctica y la difusión de la cultura, así como la necesidad de compartir y discutir ideas, van de la mano de la crítica, la denuncia y la claridad estilística (Villarreal, p. 165). Si bien en este contexto las publicaciones culturales parten del fin común de la difusión literaria y cultural, es un hecho que son un medio de expresión vinculado al entorno social. Entre todas las modalidades de intervención cultural, la revista acentúa lo público imaginado como un espacio de conflicto. Es importante puntualizar que lo último se infiere de la materia de discusión porque la edición periódica se asume como la organización de una conversación continua: la praxis editorial de la publicación se correlaciona con la necesidad de expresión de un grupo, lo que explicita que al texto literario —contenido— se le exponga a la intemperie del público por razones diferentes a las necesidades que los lectores descubren en los libros (Sarlo, p. 9).

Para comprender lo anterior, identificaré el “campo de producción cultural”, marco referido por Pierre Bourdieu. El sociólogo francés define el *campo* como la red de

relaciones objetivas de dominación o subordinación, de complementación o antagonismo. En cada *campo* se busca el dominio de un *capital* específico. A saber del sociólogo, el *capital* es el anhelo de posesión: posesión social (*capital social*), bienes materiales (*capital económico*), conocimientos (*capital cultural*) o determinada valoración del mundo (*capital simbólico*). Bourdieu subraya una interrelación entre los capitales; sin embargo, la referencia al *capital simbólico* atañe a la dificultad de su adquisición, pues no se hereda como el económico, más bien se aprehende. De la misma manera, el *capital cultural* se adquiere por medio de la formación informal o académica, ya que consiste en conocimientos individuales.²

Respecto al *campo literario*, Bourdieu sostiene que su praxis es autónoma, pues su génesis y estructura se distancian de los demás campos culturales, es decir, su práctica no se somete a otros criterios más que a los propios. No obstante, tomando en cuenta la praxis conversacional que confiere la edición de publicaciones, es importante aclarar que la literatura se publica en forma material o digital —basta reconocer la variedad de libros y revistas que se pueden encontrar—, y que entra en el mercado con el propósito de obtener material económico que beneficie a los involucrados en su publicación. Hay que considerar que la exhibición ante el público del texto literario incluye la relación con el *capital social*. Así pues, Bourdieu afirma que las relaciones se convierten en capital simbólico al ser valoradas e interiorizadas por los distintos agentes que interviene en los diferentes campos.

Por otra parte, en el *campo literario* las relaciones de poder caen en el ideal autónomo: su legitimación se relaciona con la posesión de capital cultural (según Bourdieu, en el campo cultural los agentes autónomos se enfrentan,

Bourdieu subraya una interrelación entre los capitales; sin embargo, la referencia al capital simbólico atañe a la dificultad de su adquisición, pues no se hereda como el económico, más bien se aprehende.

Hay que considerar que la exhibición ante el público del texto literario incluye la relación con el capital social.

² Pierre Bourdieu, en Mercedes González-Rubio Ortega, “La literatura como producto cultural en la lucha de los *campos* y el *habitus*”, *Espéculo. Revista de estudios literarios*, 2005, <<http://www.ucm.es/info/especulo/numero31/litbour.html>>.

La posesión de capital cultural lleva a sus agentes a aspirar a una posición dominadora, lo cual justifica la jerarquización en su praxis.

Cada individuo desarrolla su manera de ver el mundo de acuerdo con los capitales que obtiene y aprehende en su trayectoria.

en una incesante lid por la obtención de capital cultural, con los heterónomos).³ Cabe destacar que cuando se habla de autonomía en este campo, se supone el distanciamiento de todo imperativo que esté fuera de su praxis, gran ventaja que le permite ser crítico de cualquier otra subrección del campo de producción cultural, e incluso consiente la autocrítica.

Sin embargo, en la emancipación del *campo literario*, la posesión de capital cultural lleva a sus agentes a aspirar a una posición dominadora, lo cual justifica la jerarquización en su praxis. De aquí proviene la división discursiva acerca de las proposiciones decisivas de la praxis editorial en dicho campo, ya que, por un lado, encontramos a quienes han alcanzado el poder como oposición a los anteriores, conocemos a los agentes de ruptura, aquellos demandantes que desafían por medio de la incidencia, pues anhelan y conocen el poder. Cada individuo desarrolla su manera de ver el mundo de acuerdo con los capitales que obtiene y aprehende en su trayectoria.⁴ Bourdieu lo correlaciona con que el *campo literario* nunca permanece estático, pues cambia según determinadas situaciones de la conciencia práctica, es decir, dicha autonomía del campo mantiene un límite variable —es importante recordar la tensión del límite y la relación del límite y el exceso—, lo cual permite modificar las reglas establecidas, ya sea para salvaguardar la tradición de su canon o para desafiarla.

Como la obra literaria se crea con base en la posición de un individuo frente al mundo, y su publicación será resultado de las complejas relaciones entre los capitales en juego, la afirmación de Bourdieu permite discernir que la literatura es una categoría de uso y condición más que de producción. A la condición de leer corresponde la relativa integración de un “público lector”⁵ que comparta los inte-

³ *Idem.*

⁴ *Idem.*

⁵ Raymond Williams, *Marxismo y literatura*, Buenos Aires, Las Cuarenta, 2009.

reses variables del campo literario y, por consiguiente, su contacto con el poder se correlacionará con los agentes de ese campo vislumbrando la conversación de acuerdo con los capitales de su interés.

La literatura leída en revistas contraculturales atañe a la función conversacional de la praxis editorial en la reconceptualización del *capital cultural*, que consiste en reconocer la variación de los límites del campo literario con base en el despliegue de textualidades de diferentes autorías, pues estas publicaciones no son una obra estructuralmente individual. Los autores —colaboradores— de una revista conversan de intereses variados y, por lo tanto, escriben con una alta conciencia acerca del lector con quien conversan.

Advertir la proeza de un grupo al crear una revista contracultural es reconocer que es “una revista necesaria”. Tal vez por la justificación de que la literatura debe ser un vehículo coyuntural integrado al cultivo cuestionador de determinismos (del cual se respalda la praxis). Convendrá citar a Sarlo para apoyar la idea principal de este párrafo: “Se piensa que la revista hace posible intervenciones exigidas por la coyuntura [...] Desde esta perspectiva, ‘publiquemos una revista’ quiere decir ‘hagamos política cultural’, cortemos con el discurso el nudo de un debate estético o ideológico” (p. 9).

Considerando la analogía cultura-conversación en el caso de las revistas contraculturales, su praxis se suple con otras funciones en el campo de la producción cultural: ideológica, pedagógica y poética. Su legitimación literaria se correlaciona íntimamente con la praxis editorial ligada a la nueva era visual, es decir, como medios de lectura, se apropian inmediatamente del estado cultural actual.

Sin embargo, sostener la literatura por medio de revistas dispersa la interdisciplinariedad y concibe un diálogo asequible —entre intelectuales y lectores— en el que la praxis literaria se matiza mediante la práctica editorial. Así pues, la contracultura literaria se preserva en páginas colectivas —la mayoría de las veces, efímeras— que la defienden como la capacidad de lectura y, por supuesto, la

Los autores de una revista conversan de intereses variados y, por lo tanto, escriben con una alta conciencia acerca del lector con quien conversan.

Sostener la literatura por medio de revistas dispersa la interdisciplinariedad y concibe un diálogo asequible.

*Plantear opciones
contraculturales en
el campo editorial se
relaciona con insertar
en el mercado proyectos
que oscilen entre
lo establecido y lo
alternativo.*

experiencia de la lectura. Por ende, la tensión del límite del campo literario permite incluir desde la filosofía hasta la historia, así como desde el ensayo hasta la poesía o desde lo gráfico hasta lo teórico.⁶

Plantear opciones contraculturales en el campo editorial se relaciona con insertar en el mercado proyectos que oscilen entre lo establecido y lo alternativo, es decir, con apropiarse de esquemas estéticos instituidos, pero subvirtiéndolos la intención de su praxis de manera que permitan transgredirla con espacios fértiles para la creación de su propio imaginario crítico. De este modo se condiciona la práctica de la contracultura editorial en las revistas: expansión de las publicaciones periódicas altamente visuales y de contenidos variables —pero profundos en incidencia y reconceptualización de las maneras de ver la vida—; invocación de modalidades nostálgicas, retrospectivas o reaccionarias en oposición al cambio ligado a la nueva era visual y electrónica, pues estos avances no disminuyen la importancia específica de la imprenta. En este punto señalo que la apropiación heterodoxa de la contracultura sugiere un simulacro irónico: el sentido de las operaciones mixtas de límite y exceso, a modo de objeto cultural, da cabida a la imaginación, la memoria y la comprensión en la representación de sentimientos, ideas y experiencias.

A manera de conclusión, enunciare las características que resumen perfectamente el traslado y conquista contracultural en la praxis editorial: editar una revista de este tipo conlleva la concepción de la vocación como una hazaña rodeada de dificultades; la producción de estas publicaciones alternativas incide en la tenacidad del heroísmo crítico y propone su discurso intelectual basado en la superación de los problemas; la noción de desinterés se traduce en alejamiento del capital económico; la posibilidad de editar un producto irrepetible con el objetivo de que el editor tienda al límite de sus atributos para la continua profesionalización de su edición —en este punto se condiciona el capital

⁶ *Idem.*

simbólico—. Así pues, los agentes participantes en la revista contracultural legitiman sus procesos como una corriente sobreviviente al sustentar en su publicación una aventura riesgosa.

Bibliografía

- Arana Palacios, Jesús, "Las revistas culturales, ¿qué son y dónde se encuentran?", *TK*, diciembre de 2001, pp. 41-46.
- Beigel, Fernanda, "Las revistas culturales como documentos de historia de la historia latinoamericana", *Utopía y Praxis Latinoamericana*, enero-marzo de 2003, pp. 105-115.
- Bourdieu, Pierre, *La distinción*, Barcelona, Taurus, 1998.
- Bourdieu, Pierre, *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama, 1995.
- Bravo, Víctor, "Ironía, vértigo del sentido", en *Figuraciones del poder y la ironía. Esbozo para un mapa de la modernidad literaria*, Caracas, Monte Ávila, 1996, pp. 87-126.
- Calabrese, Omar, *La era neobarroca*, Madrid, Cátedra, 1986.
- Campos Oliver, Alejandro, "Revistas literarias... ¿Para qué?", *Revista Literaria Independiente de los Nuevos Tiempos*, 2004, <<http://www.literaturas.com/v010/sec0412/educomania/educomania.htm>>.
- Elizalde, Lydia, "Expresiones neogrotescas en el diseño gráfico", en Lydia Elizalde y Angélica Tornero (eds.), *Imaginarios del grotesco: teoría y crítica*, México, Universidad Autónoma del Estado de Morelos/Universidad Iberoamericana/Juan Pablos, 2011, pp. 211-232.
- Fadanelli, Guillermo, *Insolencia, literatura y mundo*, México, Almadía, 2012.
- González-Rubio Ortega, Mercedes, "La literatura como producto cultural en la lucha de los campos y el habitus", *Especulo. Revista de estudios literarios*, 2005, <<http://www.ucm.es/info/especulo/numero31/litbour.html>>.
- Martínez Rentería, Carlos (ed.), *Cultura contracultura*, México, Plaza & Janés, 2000.
- Munguía, Martha Elena, *La risa en la literatura mexicana (apuntes de poética)*, México, Bonilla Artigas, 2011.
- Peza Casares, María del Carmen de la, *El rock mexicano. Un espacio en disputa*, México, Promotora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll/Universidad Autónoma Metropolitana, 2013.

-
- Sarlo, Beatriz, *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires, Ariel, 1994.
- Savater, Fernando y Luis Antonio de Villena, *Heterodoxias y contracultura*, Barcelona, Montesinos, 1989.
- Villarreal, Rogelio, *Sensacional de contracultura*, México, Ediciones Sin Nombre, 2009.
- Williams, Raymond, *Marxismo y literatura*, Buenos Aires, Las Cuarenta, 2009.
- Zaid, Gabriel, *Los demasiados libros*, México, Random House Mondadori, 2010.

Sobre la pequeña edición: apuntes

De acuerdo con los indicadores del sector privado, las cifras de la producción de libros en México revelan una industria potente, esfuerzo que, sin embargo, no se refleja en la venta de ejemplares y mucho menos en su lectura. Localmente, la actividad editorial recae en la labor de tres sectores desiguales: las empresas transnacionales, el Estado o sector público y el sector privado local (que se divide en editoriales consolidadas y un cúmulo de pequeños proyectos a los que se ha denominado “independientes”¹). La grave crisis económica y de monopolios que viven los mexicanos se

El término independiente responde a posturas éticas y estéticas respecto al financiamiento en tres líneas principales: la libertad de criterio para publicar, el origen de los fondos y el fomento a la bibliodiversidad.

¹ En un macrocontexto, no hay tal independencia en los proyectos editoriales. Muy generalmente la definición se reduce a los libros y editores que voluntaria o condicionadamente escapan al circuito *mainstream* del libro, sus sellos, autores y librerías. El término *independiente* responde a posturas éticas y estéticas respecto al financiamiento en tres líneas principales: la libertad de criterio para publicar, el origen de los fondos y el fomento a la bibliodiversidad. En realidad, cada uno de los esfuerzos participa, de acuerdo con su tamaño y capacidad económica, de un modelo de interdependencia en el sistema de industrias culturales: las hay grandes, medianas y pequeñas, lo que se relaciona directamente con su capacidad de adquisición de contenidos, el número y calidad de la producción y la posibilidad de tener presencia en puntos de venta. Por ello, plantear una contraposición entre *grupos editoriales* y *editoriales independientes* parece un poco apresurada, pues no se les puede echar en el mismo saco, ya que en general son radicalmente heterogéneas. Bajo la clasificación de pequeña edición se engloba una serie de emprendimientos que coinciden en tamaño y que comulgan con un catálogo de estrategias de acción concretas aquí explicadas.

Los programas de fomento a la lectura y los tirajes millonarios para bibliotecas escolares son latentes, así como disfuncionales.

complementa con un bajo índice de lectura per cápita y una aún más trágica incoherencia entre los libros que se producen, los que se venden y los que se leen, desfase que da rostro a la edición global.² Los números millonarios no han hecho más que ocultar un problema mayor que afecta a industria y sociedad simultáneamente: los programas de fomento a la lectura y los tirajes millonarios para bibliotecas escolares son latentes, así como disfuncionales, y mientras las inversiones apuestan por los nombres, con campañas de publicidad para nuevos proyectos colosales, las bibliotecas se van quedando solas y las librerías se rinden ante su infortunio. Al cuestionarse la poca y decreciente venta, es preciso reconocer que si no se venden más libros no es porque los lectores no deseen comprarlos, sino porque no pueden. Vista con mayor profundidad, la crisis editorial en tanto consumo es una y se agudiza: los lectores son siempre los mismos y ese espectro no aumenta; al contrario, recula. Las casas editoriales buscarán la rentabilidad disputándose la atención de un público lector, comprador de clase media cuyo poder adquisitivo merma drásticamente: “El sector socioeconómico de los compradores de libros es uno delimitado y rígido, sin posibilidades de crecimiento: profesores, estudiantes, gente culta, escritores y lectores emergentes” (Zaid, 2010).

Los momentos de crisis, del griego *krísis*, además de su latente condición negativa de emergencia, son también un espacio de oportunidad, de cambio y mutación de para-

² El conflicto revela una paradoja: empresas e instituciones producen cientos de miles de libros por año, mientras el mexicano promedio se aleja gradualmente del hábito de la lectura. Del total de la producción, 55% le corresponde al sector público por 45% del sector privado, secundado por un índice de importación que decrece desde 2006 (92% producción nacional por 8% de libros importados), generando un valor de 440 mdd por producción conjunta en 2013 (Caniem/Conaculta, 2013) (Omniprom, 2014). Fallidos programas de fomento a la lectura, cooptación de la producción del libro para la educación, falta de gestión legislativa para proteger y fortalecer el mercado nacional o un modelo de distribución fallido que limita el acceso al libro a la población, son coyunturas de la industria mexicana que el Estado no ha atinado a resolver, si acaso les interesa, mediante la implementación de políticas públicas.

digmas; significa, literalmente, momento de toma de decisiones. Y en un contexto de crisis económica y transformaciones de las macroestructuras mercantiles, la actualidad de la industria editorial y del comercio del libro posiciona a la pequeña edición como uno de sus principales actores, no en términos económicos, pero sí en dinamismo y renovación. Con base en el análisis de las prácticas y las condiciones estructurales del campo,³ la voluntad de una comunidad transgeneracional que trabaja con objetivos afines ha resultado en la proliferación de pequeñas iniciativas que apuestan por publicar, a contracorriente, textos y autores que a su juicio son pertinentes. El crecimiento de la pequeña edición, aunque aún tiene poca relevancia macroeconómica, es crucial para comprender el nuevo escenario que se dibuja para la industria editorial, pues mediante la creatividad, la flexibilidad y el compromiso con el trabajo mismo, transgreden y moldean los canales del mercado.

Mientras la gran industria produce libros de calidad variable para públicos de exigencias flexibles —esto es, dirigidos al gran público—, la pequeña industria busca y encuentra a su lector en aquellos conscientes de lo que buscan, compran y leen. Hay proyectos de todo tipo y las diferencias se materializan en sus contenidos, catálogos, paratextos, estilos gráficos, operaciones de lectura, vinculación con instituciones, tertulias, bohemias o manifiestos. Incluso podría armarse un mapa con luchas y disputas, envidias, celos, pleitos y melodramas; todo por las posibles influencias, tradiciones o críticas soterradas

La actualidad de la industria editorial y del comercio del libro posiciona a la pequeña edición como uno de sus principales actores.

Mientras la gran industria produce libros de calidad variable para públicos de exigencias flexibles, la pequeña industria busca y encuentra a su lector en aquellos conscientes de lo que buscan.

³ El profesional reflexivo es aquel que, poniendo de lado el instinto y el impulso, toma decisiones en función de la abstracción, reflexión y comprensión del fenómeno social de su trabajo. En el campo de la edición, la tendencia de mercado ha llevado a muchas personas sin competencia a puestos de decisión, lo que a la larga se ha materializado en estructuras disfuncionales. En los últimos años se han generalizado los proyectos profesionalizadores de los agentes involucrados en los procesos productivos del libro, mediante programas académicos de corte teórico-práctico, además de certificaciones y eventos de difusión y actualización.

La pequeña edición es al mismo tiempo un modo de articulación de lo emergente en términos del campo editorial, y de emergencia de lo desarticulado en el campo literario.

Son proyectos en una posición liminar y son síntomas de cierta desindustrialización en la producción de objetos en algunos sectores de cultura.

entre lo que significa ser escritor y editor. Dentro de todo esto, hay proyectos que han desarrollado modelos y estrategias de acción sostenida para la generación de un espacio propio dentro del mercado y cuyo capital social es baluarte para concebir comunidades de lectoescritura, presenciales o virtuales. Estos microespacios de socialización son el escenario que ha permitido a pequeños proyectos, atendiendo a la rentabilidad económica, implementar maniobras aplicadas a la gestión, producción, distribución y venta. En colectivo configuran un espacio de intercambio cultural de gran vitalidad, reflejo de la importante restructuración que viven las industrias culturales en su producción y consumo a la luz del presente histórico.

Si las tradiciones de lo literario y lo editorial son sistemas de sociabilidad y códigos que se actualizan en prácticas y objetos culturales, son también dispositivos que fabrican realidades que en el espacio público articulan el canon y sus respectivos contracánones. Por ello, la pequeña edición es al mismo tiempo un modo de articulación de lo emergente en términos del campo editorial, y de emergencia de lo desarticulado en el campo literario (Vanoli, 2009). Como en la pequeña edición el factor comercial queda subordinado a su incidencia social mediante modelos de intervención artística e intelectual, florece en su práctica una política de resistencia, un activismo cultural en el que la escritura y la edición se solapan. Son proyectos en una posición liminar y son síntomas de cierta desindustrialización en la producción de objetos en algunos sectores de cultura.

Las pequeñas editoriales vocacionales no se organizan como empresas entendidas del modo tradicional, sino que aspiran a funcionar como principios organizadores de comunidades de lectura,⁴ donde la relación personal en actos, presentaciones de libros, lecturas en vivo y ferias, sumado

⁴ Los proyectos funcionan como agentes de intermediación que buscan integrar y vincular individuos, comunidades y objetos, donde leer opera como un acto social, una forma de estar en el mundo a través de una conciencia individual o colectiva.

al sistema de sociabilidades virtuales, como blogs, redes sociales y sitios web, constituyen un catálogo de iniciativas autogestivas para la subversión. Es este un horizonte común para una militancia que comparte un sistema de creencias no articuladas basado en valores y estímulos prácticos que superan los matices ideológicos, estéticos y literarios. Los momentos de inestabilidad social y económica⁵ sintetizan procesos muy complejos, lo que provoca que la acción política se resignifique desde la lógica de la organización asamblearia, horizontal y autogestionada. La producción de objetos culturales es reflejo de la red de relaciones en la que se inserta, la cual es cuestionada por las nuevas prácticas que se autolegitiman y se valen de la generación de redes colaborativas en el interior de los campos. Son estas redes y relaciones, basadas en el capital social y la cercanía que se procura con los públicos lectores, las que fundamentan la democratización del campo que se reconfigura (Vanoli, 2009).

Ya sea por necesidades intrínsecas del campo cultural, la reivindicación de la literatura, el “porque me gusta” o “porque podemos hacerlo”, por las condiciones del mercado y la industria, la crisis económica o la subordinación al espacio literario internacional, todas son razones que constituyen el *ethos* de un grupo de editores y escritores que, amparados en una sensibilidad empática, deciden invertir tiempo e ingresos personales en una actividad que genera pocos dividendos, pero despliega una fuerte confi-

Los momentos de inestabilidad social y económica sintetizan procesos muy complejos, lo que provoca que la acción política se resignifique desde la lógica de la organización asamblearia, horizontal y autogestionada.

Son estas redes y relaciones, basadas en el capital social y la cercanía que se procura con los públicos lectores, las que fundamentan la democratización del campo que se reconfigura.

⁵ En un reflejo nítido de la dinámica moderna, las sociedades participan de una constante reacción ante los procesos de cambio social, la que se materializa en la impronta de prácticas y movimientos culturales y artísticos, los que son portavoz de su sentir, sus inquietudes y sus deseos. Las revoluciones francesa o rusa, así como el movimiento estudiantil mexicano, la caída de la dictadura chilena o la más reciente crisis económica argentina, y el gran despliegue editorial generado a partir de ellas, son claros ejemplos de cómo estas desfavorables circunstancias resultan ideales para la consagración de proyectos de comunicación alternos a los canales oficiales, lo que eventualmente se traduce en publicaciones, ya sean periódicas, libros o volantes.

guración identitaria. Es un sector del campo cultural cuyos integrantes si bien se debaten entre la misión histórica de la literatura, la bibliología y la bibliofilia, también intentan balancear su activismo con la rentabilidad económica. Son proyectos que funcionan a partir de una inversión inicial de sus impulsores, la cual buscan complementar con otros afluentes monetarios en una mezcla de inyecciones personales, enardecida búsqueda de subsidios del Estado, algún mecenazgo privado, vinculación con otras editoriales o instituciones y la propia colaboración de los autores. Por ello es fundamental el cultivo de relaciones y redes, pues las identidades se constituyen según afinidades electivas que sostienen a las editoriales con base en: *a)* las maniobras creativas en cuanto a manufactura, concreción virtual o de gestación de canales de venta, y *b)* la elasticidad para la maximización de recursos y la puesta en circulación de las obras que funcionen como puntos de encuentro en comunidades de lectores potenciales.

Es fundamental el cultivo de relaciones y redes, pues las identidades se constituyen según afinidades electivas que sostienen a las editoriales.

El sociólogo argentino Hernán Vanoli argumenta que en la pequeña edición, en su caso la de Argentina, la creatividad como insumo puede rastrearse en tres acciones concretas. Menciona que en un momento histórico como el actual, cuando la edición subordina la escritura, para leer cualquier documento es necesario considerar la materialidad que lo constituye. Una buena parte de las pequeñas editoriales apuesta por la materialidad y el diseño de los objetos para crear una identidad diferencial y ampliar conceptualmente la obra editorial. La calidad de los objetos responde a una propuesta concreta, la que a su vez se ajusta a los recursos disponibles. Para ello se recurre a la impresión y encuadernación casera, reutilización de materiales o diseño y distribución propia, para lo que se apoyan en amistades o profesionales conocidos. Estas características no sólo establecen una diferencia con las grandes editoriales, sino con otras pequeñas que funcionan como simples proyectos comerciales, diferencia que logra la identificación visual y vinculación afectiva entre lectores y objetos.

El segundo factor creativo es el aprovechamiento de la web, que para esta generación de editores es constante y fundacional: es un espacio que puede fungir como superficie de promoción, canal de venta, sitio de interfaz con los lectores, territorio de búsqueda de novedades y espacio complementario de publicación. El uso de las redes sociales, páginas web y blogs, además de la posibilidad de difundir los textos publicados, hacen de internet un elemento central del quehacer de la pequeña edición, al que le dan un uso utilitario más que empresarial.

En tercer lugar está la vinculación entre agentes culturales, lo que se materializa en la organización y participación en reuniones, lecturas, talleres, ferias, tertulias y demás instancias donde las comunidades se actualizan en la relación personal, cara a cara. Son estos canales de venta privilegiados que, igual que la modalidad *online*, se saltan la intermediación de libreros y distribuidores, permitiendo una mayor ganancia para autores, editores y lectores. La participación de las casas editoras y comunidades lectoras en este tipo de eventos es un registro de las prácticas emergentes de socialización en el campo editorial (Vanoli, 2009).

Así, entre asincronías y contradicciones, se conforma la red de prácticas que sostiene a esta estructura del sentir, donde las pequeñas editoriales deben consolidarse como pequeñas empresas medianamente rentables a partir de colectividades capaces de constituirse como nicho de mercado. Trabajan según la lógica del pensar global y actuar local. Su voluntad subversiva y consecuente acción política las hace afanarse por convicción contra los cotos de poder y sus caducas estructuras de mercado, mediante la innovación en sus prácticas. Son importantes, pues representan un núcleo de resistencia y de apuesta comercial alternativa ante el avance omnipotente de la industria del entretenimiento, en un contexto en el que la diversificación de la oferta, en el mediano plazo, terminará privilegiando a aquellos productores que generen mayor confianza en su comunidad: “Las pequeñas editoriales vocacionales, de núcleo presencial e interactivo, son un elemento central

La posibilidad de difundir los textos publicados, hacen de internet un elemento central del quehacer de la pequeña edición, al que le dan un uso utilitario más que empresarial.

Las pequeñas editoriales deben consolidarse como pequeñas empresas medianamente rentables a partir de colectividades capaces de constituirse como nicho de mercado.

Como profesionales de la edición debemos procurar ser entes de cambio, capaces de construir estructuras propias y modalidades de acción que cuestionen y generen nuevos espacios de diálogo e intercambio.

para comprender el acontecer de la práctica editorial y literaria contemporánea, cuando la circulación, la difusión y la capacidad de generar intersticios sociales son muchas veces hitos que superan la importancia de autores y obras” (Vanoli, 2009).

La pequeña edición es, pues, evidencia de los cambios sustanciales provocados por la innovación tecnológica y el comportamiento del mercado, y su recepción es una experiencia que mientras se consolida desordena las convenciones culturales. Desde un enfoque social antropológico de las prácticas humanas contemporáneas, podemos especular sobre los alcances de la mediación de los proyectos editoriales, que implica indagar en la administración y economía de las sociedades del conocimiento mediante su producción literaria y artística. En tanto científicos sociales y editores, la búsqueda debe fundamentarse en la creatividad y prospectiva en el terreno de la posibilidad para observar el despliegue de las verdades particulares en una realidad múltiple. Asumiendo las coyunturas determinadas por la industria y el mercado, que dictan el guion que seguimos las colectividades, como profesionales de la edición debemos procurar ser entes de cambio, capaces de construir estructuras propias y modalidades de acción que cuestionen y generen nuevos espacios de diálogo e intercambio. Los estudios culturales implican crear una coyuntura objetiva a partir de los cambios históricos, y mediante esquemas de percepción, interpretación y acción concreta puede lograrse la incidencia, aunque sea en pequeños pasos, en el mercado, las estructuras de gobierno, las prácticas sociales y los paradigmas culturales.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre, “Una revolución conservadora de la edición”, en *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, Eudeba, 1999.
- Calasso, Roberto, “La edición como género literario”, en *La locura que viene de las ninfas*, México, Sexto Piso, 2008.
- Caniem/Conaculta, *Indicadores del sector privado en México 2011*, México, Caniem, 2012.

- Chartier, Roger, *El sentido social del gusto, elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno, 2010.
- Gil, Manuel y Francisco Jiménez, *El nuevo paradigma en el sector del libro*, Madrid, Trea, 2008.
- McKenzie, Donald, *Bibliografía y sociología de los textos*, Madrid, Akal, 2005.
- Omniprom, *Informe Omniprom*, México, Caniem, 2014.
- Passarge, María, "Retratos editoriales, para una historia de la edición en México", tesis, México, UAM-X, 2013.
- Renán, Raúl, *Los otros libros: distintas opciones en el trabajo editorial*, México, DGP-UNAM, 1999.
- Shiffrin, André, *La edición sin editores*, México, Era, 2001.
- Vanoli, Hernán, "Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria argentina", en *Apuntes de investigación*, núm. 15, Buenos Aires, UBA, 2009.
- Zaid, Gabriel, *Los demasiados libros*, Debolsillo, Barcelona, 2010.

Edición sostenible: agentes de cambio en la toma de decisiones¹

Cuando cuestionas todo, llegas rápido a la ética,
a la biología y a las preguntas más profundas:
¿Cómo usamos el planeta?
¿Cómo debemos actuar con los vecinos?
¿Qué responsabilidad tenemos con el futuro?

DAN BARBER, *chef*.

La educación ecológica es un tema que requiere de todas las disciplinas que integran nuestra sociedad, y es ella la que deberá demandar mejores herramientas para la consolidación de proyectos enfocados a reducir el impacto ambiental. Por eso, el estudio relacionado con la sostenibilidad editorial es un punto importante al establecer una agenda innovadora en la comunicación de la imagen institucional, la divulgación, la cultura, el periodismo, entre otros medios, pues da coherencia según los valores fundamentales de una institución editora como promotora de ellos y, como consecuencia, una ruta de mediación para concretar un proyecto sostenible abordado desde el enfoque ecológico.

El objetivo de la presente colaboración es dotar de herramientas a editores, diseñadores y docentes, para

La educación ecológica es un tema que requiere de todas las disciplinas que integran nuestra sociedad.

¹ Parte de la tesis “Edición en instituciones públicas: estudio de caso Conabio”, realizada en la estancia de la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM-X).

que conformen programas, políticas públicas y proyectos editoriales que consoliden los valores de congruencia, responsabilidad y ética profesional en torno al cuidado medioambiental.

Los agentes como factor de cambio

Los agentes involucrados en la toma de decisiones en la producción editorial, como editores, diseñadores e incluso los docentes —que conforman programas académicos con énfasis en la adecuación del contenido de la asignatura mencionada, trasladada a la forma en que pueda vincularse a su entorno—, serán los mediadores que promuevan un cambio de rumbo en materia de sostenibilidad para proyectos editoriales.

Ante estos retos, se enfrentan a la necesidad de reformular su agenda en cada una de las actividades, desde la decisión editorial, hasta el fin de la vida útil del libro. El editor, como primer factor de cambio, promueve llevar el contenido a su lector objetivo, enfoca sus esfuerzos en conseguir que el libro en su conjunto (específicamente su materialidad, la recepción de sus lectores y su interacción con la sociedad) construya el capital simbólico que reflejará los valores institucionales, la función, la participación política y la identidad de una institución. Por lo tanto, los retos estarán dirigidos hacia la búsqueda de congruencia y adaptación en el entorno público, donde se da por entendido el papel político que constituye a una institución editora, además de buscar nuevas estrategias sostenibles para hacerse visible y generar códigos de representación que apoyen la construcción de la hegemonía y legitimidad institucional, no sólo en función de la imagen, sino también por responsabilidad social.

En el caso del diseñador gráfico, no es muy distinto el abordaje del tema. En él recae la responsabilidad de adaptar los procesos desde la construcción de conceptos hasta la producción de sus propuestas, en función de la noción de experiencia planteada por John Dewey respecto a la relación de un sujeto con el mundo a través de experiencias

significativas. El diseñador en este contexto promoverá la adecuación de procesos y materiales, determinantes para el ahorro de recursos, en dos planos principalmente: como tomadores de decisiones y como productores.

Por último, a los docentes, mediadores del proceso ordenado con objetivos dirigidos a la formación de profesionales reflexivos y centrados en la trascendencia de la responsabilidad y la ética en torno a la pertinencia de procesos cotidianos, las adecuaciones a las prácticas educativas les ayudarán a vincular las necesidades actuales y a plantear los propósitos e intenciones en un programa académico.

En la búsqueda por formular mejores sistemas de organización y encauzar las preocupaciones medioambientales y sociales, es importante reorientar las tareas y los recursos económicos a la conservación del medio, además de participar en el desarrollo de las comunidades locales, integrando actividades que sirvan de modelo para actividades ecológicas, sociales, éticas y de transparencia, lo que implica un cambio de cultura institucional para generar arraigo del concepto *desarrollo sostenible*.

Para dar contexto y pertinencia a las estrategias propuestas, delimitaré algunos conceptos importantes. Por ejemplo, el de *sostenibilidad*. ProMéxico la define como la administración eficiente y racional de los recursos para mejorar el bienestar de la población actual sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras. Debemos tener presente esta idea en actividades cotidianas y, como se leyó en el epígrafe, habría que cuestionarse de dónde proviene todo lo que nos rodea y consumimos.

Por otro lado, como antecedente de pensamiento, cabe abordar la visión de la ecosofía, corriente filosófica del siglo XX que rebasa la posición antropocéntrica e involucra su dimensión espiritual y global. Estas reflexiones sobre la ecología (sin entrar en detalles) han generado dos vertientes: la ecología profunda y la ecología superficial. La primera

Algunos sistemas como propuestas para abordar un proyecto sostenible

tiene la premisa de que el ser humano forma parte de un ecosistema y éste está al servicio de la naturaleza, es decir, conservo porque de lo contrario no subsisto; la segunda tiene una visión antropocéntrica dirigida al tecnocentrismo, donde el humano, por mandato divino, es responsable de la conservación de las demás especies.

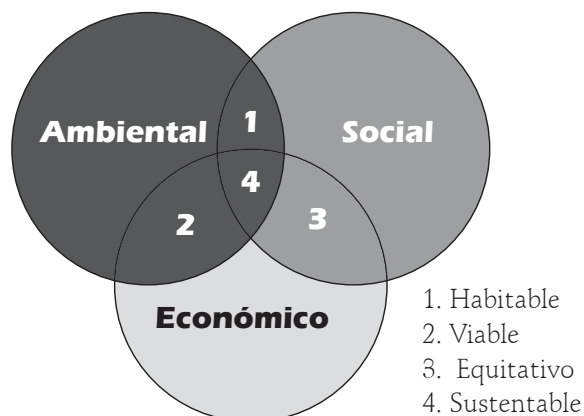
**Indicadores
Triple Balance
de Resultados
y de impacto
ambiental**

Triple Balance de Resultados (TPB) se refiere al conjunto de criterios para evaluar el desempeño de las organizaciones, propuesto en la década de 1970, en Estados Unidos, por varias ONG defensoras del ambiente, principalmente dirigidos a corporaciones privadas que asumen responsabilidad, resultado de su actividad industrial, y además destinan recursos a la conservación del ambiente.

Para fundamentar la factibilidad de un proyecto editorial sostenible desde la adaptación de políticas públicas dirigidas a este tema, es necesario analizar las variantes que determinan desde las prácticas comunes hasta las que complementen la guía de buenas prácticas, por medio de sistemas como la Grille RST,² que se usa como referencia para medir la pertinencia y eficiencia de un proyecto de desarrollo sostenible, y que contiene un modelo de estudio para calcular el potencial en el ámbito de la sostenibilidad, en el marco de un gobierno de democracia participativa, desarrollado mediante la disposición de tres dimensiones: social, ambiental y económica, cuyos empalmes muestran los efectos de las siguientes interacciones: habitabilidad, viabilidad y equidad, con el fin de proporcionar la cohesión necesaria en la estructuración de proyectos sostenibles.

Dicho modelo, aplicado a un sistema editorial, puede ser útil para formular nuevas estrategias de gestión de calidad y ambiental en los procesos, tanto internos como externos, en la administración y en la selección de agentes externos, con la intención de privilegiar a proveedores

² Desarrollado en 2001 por la Réseau Scientifique et Technique (RST).



con enfoque ecológico y garantizar una organización ética y responsable en la preservación del ambiente.

Uno de los puntos principales que se deberán considerar en la gestión editorial sostenible es que en todas las etapas intervienen las tres esferas. Es el análisis del ciclo de vida del libro con base en el proyecto Greening Books de la Unión Europea,³ cuyo objetivo es mejorar el comportamiento de la industria editorial, minimizar el impacto ecológico y consolidar buenas prácticas en los procesos de producción. El estudio se debe enfocar a recopilar entradas y salidas de tres sistemas, de la cuna a la puerta, de la cuna a la tumba y de la cuna a la cuna, para identificar los puntos del principal problema y obtener resultados que muestren los impactos ambientales reflejados en siete indicadores:

El ser humano forma parte de un ecosistema y éste está al servicio de la naturaleza: conservo porque si no, no subsisto.

- 1) Gases invernadero (que representa el aumento de la temperatura media de la tierra por efecto invernadero).
- 2) Recursos abióticos físicos y químicos (con el consumo de recursos no renovables como los minerales).

³ Integrado por El Tinter Comunicación grupo impulsor del *Manual de la buena ecoedición*, resultado del proyecto Greening Books LIFE+09 ENV/ES/000457.

- 3) Acidificación (se refiere a la disminución del pH medio por la emisión de compuestos como azufre, nitrógeno o ácido clorhídrico, entre otros).
- 4) Eutrofización (indica la concentración excesiva de nutrientes en el agua que impacta directamente en las algas y provoca, con todo el ciclo, la disminución de oxígeno disuelto).
- 5) Distribución del ozono (presencia de compuestos halogenados como cloro y flúor causantes de la destrucción de la molécula de ozono).
- 6) Toxicidad humana.
- 7) Oxidantes fotoquímicos (oxidán las moléculas orgánicas).

El análisis del ciclo de vida de un libro indica que el impacto ambiental mayor se da durante la extracción y fabricación de materias primas como la tinta y el papel. En la selección de éste se puede decidir reducir el efecto por el peso, la anilina y las fibras de celulosa, así como los aditivos del caolín y las sustancias de las tintas, además de sus solventes por sus compuestos volátiles, pues son estas sustancias las que más contaminan aire y agua y generan la degradación de la capa de ozono. Otro factor que contribuiría a la reducción de contaminantes sería el establecer una correcta logística que propicie la economía de tiempo y el diseño del libro, el cual también implica afectaciones ambientales importantes en varias categorías, desde la planeación, la elección de materias primas, la diagramación, las fotos y sus tramas y la fabricación de planchas, entre otras.

Esquema de buenas prácticas

Por último, muestro una propuesta como guía de buenas prácticas, aunque muy acotada, pues consideraría integrar hábitos cotidianos, es decir, el uso de cartuchos en casa, reducción en el consumo de productos de menor capacidad, etc. Sin embargo, los puntos que muestro están relacionados directamente con la producción de artículos editoriales.

- 1) Considerar un tiraje adecuado a la demanda.
- 2) Utilizar el mínimo posible de gramaje del papel.
- 3) Usar las mermas de papel como subproductos.
- 4) Consumir tintas con aceites vegetales (utilizan agua como solvente y son grado alimenticio).
- 5) Usar tipografías poco densas (como Ryman eco, diseñada por Dan Rhatigan, en colaboración con Grey London para Monotype).
- 6) Usar planchas de trama estocástica.
- 7) Sustituir sustancias peligrosas para la salud humana y el medio ambiente.
- 8) Eliminar el uso de alcohol isopropílico.
- 9) Usar energías renovables.
- 10) Reducir residuos.
- 11) Embalar con cartón reciclado.
- 12) Usar transporte con bajas emisiones de dióxido de carbono (en relación con el sistema de la cuna a la puerta).
- 13) Emplear estrategia de residuo cero.
- 14) Buscar certificaciones nacionales (incluso apoyar en políticas públicas en torno a este tema).
- 15) Dar seguimiento de cadena de custodia para las materias primas.

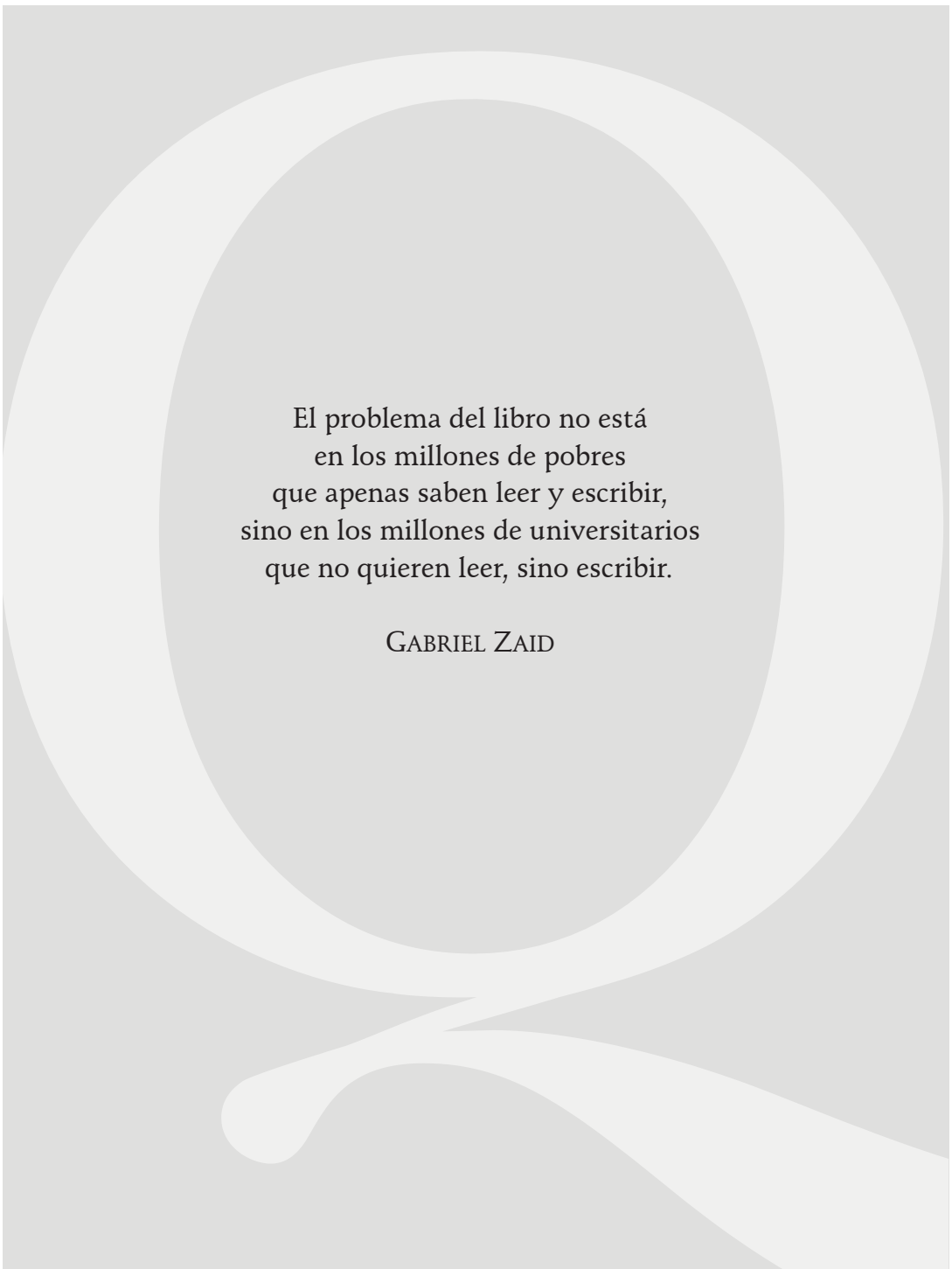
Bigues, J., A. Panyella, A. Barba et al., *Manual de la buena ecoedición. Guía de buenas prácticas para la ecoedición y el ecodiseño en el sector de las publicaciones (libros y revistas)*, Proyecto LIFE+09 Env/es/000457, Barcelona, Greening Books/Leitat/El Tinter/Simpple, 2013.

García-Parra, B., *Ecodiseño, nueva herramienta para la sustentabilidad*, México, Designio, 2008.

Gil, M., J. Rodríguez, *El paradigma digital y sostenible del libro*, Madrid, Trama, 2011.

Moguel Liévano, M. de Jesús, *La responsabilidad social de las empresas: modelo de tres dimensiones para su estudio. Un enfoque organizacional*, Universidad Autónoma de Chiapas-Facultad de Contaduría y Administración/Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso, <<http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1231/index.htm>>.

Bibliografía

The background of the page is a light gray square. In the center, there are two concentric circles. The inner circle is a medium gray, and the outer circle is a lighter gray. Below the circles, there is a stylized, white, abstract figure that resembles a person with arms outstretched, possibly a dancer or a person in a dynamic pose. The figure is composed of smooth, flowing lines.

El problema del libro no está
en los millones de pobres
que apenas saben leer y escribir,
sino en los millones de universitarios
que no quieren leer, sino escribir.

GABRIEL ZAID

Aprender a ser maestro, enseñar a escribir

Se dice que en el maestro se mezclan el académico erudito y el cómico actor. El primero posee innúmeras claves intelectuales, amén de la información que necesitan y en ocasiones buscan los alumnos. El segundo deviene en la figura que vuelve digerible todo lo que tiene que ofrecer el académico y evita que los estudiantes se fastidien o, peor, que se aburran o se queden dormidos. Pero hay un tercer elemento que también ha de entrar en la mezcla: el vendedor.

No sé si todo el mundo reflexiona en las cualidades de un buen vendedor. Dicen que los mejores son capaces de vender hielo a un esquimal. Pero esto presupone una ingente dotación de cualidades persuasivas de las cuales los maestros solemos carecer, y aun así hay una gran cantidad de profesores excelentes en el mundo, y nunca han vendido nada. Es más modesto el vendedor que logra convencer a quien entra en la tienda con el deseo de comprar. Puede ser de línea blanca, una agencia automotriz o una librería. Si el cliente se presenta, será porque siente cierta avidez por poseer alguno de los objetos que allí se ofrecen, aunque no sepa por qué ni exactamente cuál. El trabajo del vendedor, entonces, se reduce a identificar la necesidad y proceder a llenarla según el presupuesto y las aptitudes del comprador...

El trabajo del vendedor, entonces, se reduce a identificar la necesidad y proceder a llenarla según el presupuesto y las aptitudes del comprador...

Así, el maestro —amén de ser erudito conocedor de la materia y comediante al mismo tiempo— se convierte en vendedor. Pretende encontrar el secreto de por qué están en el salón sus alumnos. Si se hallan encerrados entre cuatro

*Ya con la atención del
alumno, resulta más
fácil develar en él una
necesidad que nunca
le había interesado
reconocer.*

*El alumno ha pisado
el sagrado terreno del
aprendizaje, pero con
frecuencia no está muy
seguro de qué busca.*

*Si el alumno no vuelve
al salón, el maestro ha
sido un pésimo vendedor.*

paredes a la fuerza, por mera obligación académica, se le dificulta la tarea, mas no resulta imposible. En este caso debe investigar qué desean sus alumnos y cómo su pulsión de satisfacerlos podría empalmar con aquello que el profesor puede brindar. No siempre tiene que ver con la materia en sí. A veces se trata de ser *oreja*, alguien que sepa escuchar. Ya con la atención del alumno, resulta más fácil develar en él una necesidad que nunca le había interesado reconocer, como la de entender cómo se combinan los elementos químicos o por qué es importante la Revolución francesa o qué tesoro encierran las metáforas, en cuya enseñanza tanto se ha empeñado una larga cadena de docentes a lo largo de los últimos dos mil años.

Ahora bien, si el alumno se presenta en el salón de clase por voluntad propia, se complica aún más el problema, aunque esto parezca contraintuitivo. En apariencia, la tarea es fácil: darle al estudiante lo que busca. Pero todavía no se ha realizado la *operación*. El alumno ha pisado el sagrado terreno del aprendizaje, pero con frecuencia no está muy seguro de qué busca. El profesor necesita aterrizarlo, interrogarlo, hacer que se revele sin que se rebele, lo cual puede suceder cuando el estudiante sí sabe qué necesidad le apetece llenar. Estos son el momento y la situación más delicados para el profesor: tener a un alumno inquieto, decidido y —además— inteligente. Éste va a probar al profesor, lo pondrá bajo la lupa, a prueba. En otras palabras: lo examinará. Parecerá que los papeles se han invertido. Es muy posible que el docente se sienta inseguro o agredido. Algunos en esta situación contraatacan con la idea de demostrar que son superiores y que el alumno es insignificante frente al profesor, que aquél nada tiene que enseñarle a éste, quien tiene varios grados académicos y lustros de experiencia. Pero seguir esta estrategia casi siempre termina mal. El alumno no vuelve al salón: el maestro ha sido pésimo vendedor.

Si, en efecto, este sabelotodo ha aparecido en clase por propia voluntad, en el fondo sabe que no lo sabe todo. De *algo* se habrá enterado, pero ambiciona aprender más. Este es el deseo que el maestro-vendedor puede aprovechar para

cerrar la *operación*: hacer causa común con el estudiante. Volverlo su asistente, su secretario; ponerlo a trabajar, a investigar, compartir con los demás lo que sabe e informarles acerca de cómo, cuándo, dónde y con quién se ha hecho de este conocimiento. Les aseguro que esto no durará más de unos cuantos minutos y la vasta sabiduría del alumno se habrá agotado, pues en realidad fue llamada de petate con unas cuantas fibras que había recogido por ahí. Mas siendo inteligente, intuía que había un mundo vasto aún por descubrir y *quemar*. El maestro sería su llave de entrada. Y ese maestro tienes que ser *tú*. Mientras tanto, tendrás quién te ayude a buscar datos y hacer pequeñas investigaciones que sean del interés de los demás alumnos. Y estos, con seguridad, también se apuntarán para aportar lo suyo. Habrás creado, casi sin quererlo, el santuario ideal para que se lleve a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Me imagino que los profesores que no son escritores tendrán varias fórmulas o recetas para enseñar a escribir.

Me imagino que los profesores que *no* son escritores tendrán varias fórmulas o recetas para enseñar a escribir. Como sí lo soy, no poseo esa ventaja. Quienes escribimos sabemos que no hay fórmula ni receta que valga. Un día funciona comer helado antes de sentarse a escribir, mientras que al otro habrá que escribir en ayunas. Algunos planean hasta el último detalle lo que será su texto —poema, cuento, novela, obra de teatro—, mientras que otros se sentarán con una vaga idea a la cual irán dando forma sobre la marcha. Otros tomarán un camino intermedio para que la próxima vez lo hagan de modo diferente.

Me queda claro, sin embargo, que es preciso conocer el oficio. Si uno busca desarrollar sus cualidades de poeta, tiene que leer mucha buena poesía y entender cómo funciona, de preferencia en dos idiomas por lo menos, si no es que en tres. Si se trata de escribir cuento o novela, lo mismo: resultará indispensable leer obras maestras, analizarlas y descubrir por qué lo son. Y en ambos casos habrá que hacer una gran cantidad de ejercicios, sean de verso o de narración, según el caso. Estos deben obligar al alumno

Enseñar a escribir: creación literaria

a desarrollar sus *músculos* creativos. En otras palabras, tendrán que aprender a resolver los problemas inherentes a su género. Pocos maestros buscan poner trabas a sus alumnos porque eso no es *rentable*. Pero las van a encontrar de todas maneras. Mejor que las encuentren mientras haya alguien que les ayude a resolverlas.

¡Ay, la escolita de nuevo!, se quejan algunos aprendices. ¡Ni modo! —contesto yo—. *O aprendes o mueres*. A los estudiantes verdaderamente buenos les impongo ejercicios fuera de su género de elección. Si quieren escribir cuento o novela, les enseño a versificar, y a los poetas les exijo que desarrollen escenas narradas en prosa, o cuentos breves con ciertas características. Así se dan cuenta de la riqueza del idioma que rebasa, con mucho, aquello a lo que están acostumbrados. No son recetas sino avenidas de aprendizaje, y éste no concluye nunca.

Enseñar a escribir: redacción

¿Y qué hay de enseñar a escribir *prosa utilitaria*, lo que solemos llamar *redacción*? Ésta no es un arte, pero sí es un oficio, y como todo oficio, tiene sus reglas, sus trampas, su belleza y sus asegunes.

Hay dos maneras de aprender a redactar. La primera: leyendo e imitando a los buenos escritores, asimilando sus estructuras, comprendiendo sus intenciones. Quienes lo hacen así —y así lo hice yo—, absorben las virtudes de una gran cantidad de modelos y —después de muchos años de práctica— terminan por hallar su propia voz. También se hacen de un vocabulario enorme en comparación con aquellos que no leen con asiduidad.

La segunda manera es más difícil, pero si no se ha llegado por la primera vía, que tarda años, no hay de otra. El alumno de redacción tiene que conocer al dedillo las categorías gramaticales y la teoría oracional. En otras palabras, debe saber qué es un verbo, un adjetivo, un adverbio, etc., y cuál es el sujeto y el predicado de cada oración y en qué consisten. Y, aún más importante, debe comprender a la perfección cómo se combinan oraciones en relaciones

de coordinación y subordinación. Tiene que aprender a reconocer y manejar sus propias estructuras. Solo así será capaz de emplear la puntuación correcta en cada caso. Algunas personas —demasiadas— creen que la puntuación es cosa de gusto. Lo es en, digamos, 10% de las veces, pero en el otro 90% no es así. Usar punto y coma no es lo mismo que usar dos puntos. La coma siempre tendrá una razón de existir gramatical o sintáctica. Hay que dominar el uso de las comillas, cursivas, corchetes, signos de abrir y cerrar...

Confieso que por ser redactor que llegó a serlo por vía de la absorción —por ósmosis o imitación inconsciente a lo largo de años—, cuando me hallé por primera vez frente a un grupo de alumnos universitarios con el cometido de enseñarles a redactar, me dio pánico, pues no tenía modelo alguno de cómo enseñar a redactar, y ni modo de ponerlos a leer 20 años de libros en el espacio de tres meses. Así, tuve que plantearme el mismo viaje que les propuse a mis primeros alumnos: descubrir, conocer y dominar la mecánica de la escritura; aprender a llamar cada cosa por su nombre, entender cómo se comportan, qué efectos producen los cambios de sintaxis, por qué; nunca cerrar los diccionarios —siempre más de uno, y en ocasiones dos o tres— y jamás dejar de hacer preguntas, de investigar, de poner a prueba los lugares comunes de la enseñanza de la redacción y del idioma en general. A mí me ayudó y me enriqueció este viaje, y continúa haciéndolo, pues puedo afirmar, sin temor a exagerar, que así aprendo algo nuevo todos los días.

No es necesario ser novelista o poeta para ser ensayista, periodista o cronista, o para redactar un buen informe o las memorias de uno. Pero sí resulta indispensable comprender que la escritura no es poner sobre el papel lo que uno diría en voz alta. No se trata de tomar dictados del inconsciente. La escritura es un oficio en sí, un *lenguaje* diferente del oral.

Pocos narradores noveles, por ejemplo, comprenden que la prosa y el diálogo que parecen naturales y espontáneos

Cuando me hallé por primera vez frente a un grupo de alumnos universitarios con el cometido de enseñarles a redactar, me dio pánico.

Resulta indispensable comprender que la escritura no es poner sobre el papel lo que uno diría en voz alta.

están lejos de serlo; son producto de años de búsqueda, ensayo y error, de experimentación para hallar lo que funciona, lo que sí va a *parecer* natural y espontáneo, *fácil*. Piénsese en lo que hacen los pintores para producir los efectos de calor, viveza, distancia, transparencia, frialdad, brillantez, perspectiva, etc., sobre la tela de sus cuadros. Cuando uno se acerca ve brochazos, a veces de colores y texturas contrastantes que, de cerca, no parecen significar nada. Mas de lejos producen el efecto que tan natural nos parece. En otras palabras, el arte es un truco, un *artificio* que ha de revelar la verdad, algo que tocará las fibras de nuestras emociones e, incluso, recuerdos, o que despertará deseo y añoranza. El artista no confunde la realidad plana con la profunda que ha de crear con maña, colmillo, experiencia, genio y dos o tres golpes de suerte.

**Y para cerrar
boca...**

Algunos alumnos míos de redacción han llegado a ser poetas, cuentistas y novelistas valiosos. Y algunos poetas y novelistas, alumnos míos, hasta han aprendido a redactar una carta de manera decente, pues no es lo mismo *redactar* que *escribir*.

Si bien todos nacemos con el don del habla, simplemente por ser humanos, acceder al siguiente nivel del lenguaje —redactar toda clase de documentos y escribir obras de creación— nos abre otro mundo de posibilidades expresivas. Y cuanto mejor nos expresemos como seres humanos, y de modo más profundo, mejor nos entenderemos y llevaremos en aquello que llamamos *vida cotidiana* dentro de un mundo lleno de conflictos de toda laya. Y si esa vida incluye, a su vez, la lectura y la escritura, habremos completado uno de los círculos virtuosos más importantes abiertos a la humanidad como especie. Y, que sepamos, sólo a nosotros se nos ha abierto.

Del bulbo al tren bala: edición universitaria¹

Bulbo es un componente electrónico utilizado para amplificar, conmutar o modificar una señal.

... y por qué no detenerse un momento, dar un paso atrás, quizá ocupar una silla, tomar un lápiz, abandonar lo vertiginoso de las pantallas, de las demandas, de la velocidad y recordar que el papel y la mano logran una relación donde la mente tiene otra perspectiva. El bulbo lentamente se enciende y hace las conexiones necesarias, pero hay que esperar.

La edición universitaria se origina en un entorno en que el conocimiento transitaba con la calma necesaria para procesar libros de gran alcance, textos trabajados y re trabajados, impresiones que reflejaban el proceso casi de uno en uno, momento en que la academia tenía su tiempo, sus recursos; tiempo que claramente no es el de hoy. Las universidades, los conocimientos, los académicos, el proceso editorial, el universitario... ¿están preparados para la globalización del conocimiento, para la vertiginosa velocidad del proceso editorial, para madurar una idea y plasmarla, para apropiarse como lector de todo lo que se produce?

¿Estamos preparados para la globalización del conocimiento, para la vertiginosa velocidad del proceso editorial, para madurar una idea y plasmarla, para apropiarse como lector de todo lo que se produce?

¹ A lo largo del texto se hace referencia a publicaciones anteriores que complementan este texto; también me remito al proyecto de programas radiofónicos donde se interactúa con actores del mundo del libro y se conoce su posición frente a los temas que se abordan.

*Es necesario retomar
el origen, fundamento
y razón de la edición
universitaria, para
comprender el tránsito del
libro académico al actual.*

Propongo que demos ese paso atrás y veamos con distancia lo que hoy es la edición universitaria,² tema complejo que en unas cuantas líneas sólo permitirá enmarcar y cuestionar algunos aspectos que siempre se han discutido en las reuniones de editores universitarios. No hay nada que no esté hoy en discusión en los espacios editoriales y redes sociales, profesionales y universitarias, pero es necesario retomar algunos elementos, como el origen, fundamento y razón de la edición universitaria, así como situaciones coyunturales que ofrecen un contexto histórico indispensable para comprender el tránsito del libro académico al actual, y así reconocer las condiciones de ese espacio para la difusión del conocimiento: las universidades, y el potencial que hay en los diferentes soportes con los que se cuenta, con nuevas formas de lenguaje aunadas a los cambios de paradigma del comportamiento y acción autoral y del lector.

Es necesario recordar las raíces y los motores, los caminos acertados, los obstáculos, y asimismo, que dejemos a un lado el presente que nos llena de luces deslumbrantes, de promesas de que ya estamos en el camino ideal gracias a las nuevas tecnologías, asunto que es fundamental y abre nuevas perspectivas, pero que no se pueden tomar como vienen, a riesgo de tropezar si no se construyen las razones y las herramientas para aprovechar un futuro prometedor, pero que todavía es intangible.

*Es preciso no adoptar
elementos de tierras
lejanas y ajenas que no
necesariamente nutren
nuestros contenidos.*

Ubicados en tierra latina, con los pros y contras que hay en el proceso del libro, es preciso no adoptar elementos de tierras lejanas y ajenas que no necesariamente nutren nuestros contenidos; hay que reconocer nuestras capacidades, requerimientos y posibilidades. Suena a reflexión dramática, quizás hasta melancólica, pero es una búsqueda para recuperar raíces y comprender las entrañas de la edición universitaria con miras a un futuro apegado a lo posible, para construir lo propio adecuando los avances en

² Sofía de la Mora Campos, "Las universidades hoy", *Quehacer editorial*, núm. 14, Solar, Servicios Editoriales, 2014, pp. 141-149, donde analicé la situación de la edición universitaria en 2014.

tiempo, espacio y lugar, así como fortaleciendo el lenguaje, los objetos de estudio, las necesidades de docencia e investigación que competen al desarrollo del conocimiento del área y que reequilibrarían la globalización con contribuciones de las diferentes disciplinas desde nuestro entorno, con nuestros nutrientes.³

¿Cómo ordenar el hoy de la edición universitaria ante los cambios paradigmáticos que hemos convertido en preguntas y que poco a poco trasladamos a diálogos entre pares,⁴ en estructuras capacitadoras, proyecciones o acciones futuristas idealizadas? Para intentarlo, recupero el camino de foros, talleres y la academia; de la experiencia profesional; la presencia en ferias; la participación en redes: la institucional, las regionales, la nacional, así como la visión de las organizaciones latinoamericanas y la incipiente red mundial, pero, sobre todo, la actividad de editores y profesionales en espacios en los que se participa para cumplir, a través de las publicaciones, la función sustancial universitaria.⁵

¿Cómo ordenar el hoy de la edición universitaria ante los cambios paradigmáticos que hemos convertido en preguntas y que poco a poco trasladamos a diálogos entre pares, en estructuras capacitadoras, proyecciones o acciones futuristas idealizadas?

Hace décadas, la reflexión sobre la edición universitaria en nuestra región estaba estancada en varios aspectos. Las discusiones empujaron una y otra vez a que los editores se preguntaran cómo hacer para que nuestros libros se distribuyeran, tuvieran mejor calidad y se consideraran parte de la industria editorial nacional, pues apenas se visualizaba una vinculación con otros países y la internacional parecía

³ Véase Sofía de la Mora Campos, “La edición universitaria: un proyecto con futuro”, *Quehacer editorial*, núm. 12, Solar, Servicios Editoriales, 2012, pp. 27-40.

⁴ Programa de radio “Índice de revistas académicas” (Serie 5), en *Interlínea, cultura editorial*, proyecto radiofónico que se transmite por UAM Radio 94.1 FM, disponible en internet: <www.interlineaculturaeditorial.com.mx>.

⁵ Se sugiere consultar sobre la edición académica y universitaria del proyecto radiofónico *Interlínea, cultura editorial* (foros, redes, ferias, acceso abierto, entre otros), conversaciones con editores de Latinoamérica y del mundo, así como el artículo Sofía de la Mora Campos, “Hacia una cultura editorial universitaria”, *Libros de México*, núm. 94, *Edición académica en México*, México, Caniem, 2009, pp. 40-41.

Antes, no había una profesionalización de la corrección ni de la edición, ni tampoco una visión académica frente a un proyecto editorial, es decir, ¿qué significaba publicar?

Inventamos una y otra vez caminos inexistentes y podemos identificar afortunados aciertos, así como tropiezos que, cuando dejaron de lastimar, nos permitieron seguir adelante.

más lejana. Eran momentos en que la FIL de Guadalajara reunía a algunos editores de México que soñábamos con organizarnos; así empezó la travesía de lo que hoy analizamos a la distancia.

En aquellos tiempos no tan lejanos, se fue superando el papel revolución, las torpes cajas e interlineados, los engrapados, lo poco significativo del diseño; en ese entonces, el objetivo se centraba en crear contenidos que consolidaran a las instancias editoriales universitarias, aunque la distribución era un claro tapón. No había una profesionalización de la corrección ni de la edición, ni tampoco una visión académica frente a un proyecto editorial, es decir, ¿qué significaba publicar?, ¿cómo cumplir con la difusión del conocimiento?, ¿qué camino tomar para distribuir y promover? Simplemente se contaba con oficinas, con una bodega administrada para ver si se distribuía, algunos editores con trayectoria, quizá con profesionales de la palabra escrita o algún gestor colocado por la estructura institucional, que dirigían un proceso. Inventamos una y otra vez caminos inexistentes y podemos identificar afortunados aciertos, así como tropiezos que, cuando dejaron de lastimar, nos permitieron seguir adelante.

Las ferias de libro⁶ empezaban a tener sentido y nos permitían compartir un tiempo pausado, con pláticas de complicidad, de proyectos deseados, imaginarios, que quizá nunca verían la luz, pero que nos identificaban. Se sembró entonces la semilla de lo que hoy se está viviendo, aunque la movilidad para encontrarnos en ferias regionales, muchas de ellas universitarias, e internacionales era poca. La realidad presente (y futura) es otra. En algunas editoriales cuentan ya con editores mejor preparados, libros con me-

⁶ Programas de radio: "Ferias del libro: FIL Guadalajara" (Serie 2), "Historia, tradición y cultura: FIL Minería" (Serie 3), "Profesionales en la feria" (Serie 3) y "Feria Universitaria del Libro, Hidalgo" (Serie 7), en *Interlínea, cultura editorial*, así como el artículo Sofía de la Mora Campos y Zyanya P. Ruiz Chapoy, "Ferias del libro: una industria cultural", *Vereadas. Revista del pensamiento sociológico*, núm. 22, año 12, UAM-Xochimilco, 2011, pp. 217-148.

jor diseño, contenidos dictaminados, revistas certificadas, opciones de uso de las nuevas tecnologías, estrategias de distribución, apertura para visualizar contenidos, posibilidades de romper fronteras en ediciones nacionales, latinas y mundiales, presencia en ferias, foros, talleres... Esto se ha incrementado. Vivimos corriendo por los pasillos, con encuentros momentáneos, intensos, proyectivos, algunos darán frutos, otros se quedarán en buenas intenciones; lo que es innegable es el aumento de oportunidades que ofrece ese acercamiento a una multiplicidad de actores relacionados con el libro. Nos refugiamos en nuestros espacios de reflexión, de análisis, bajo presión, con gran actividad; apenas es un rápido y eficiente encuentro, pero vamos avanzando. Ya tenemos mejores herramientas, saberes y, junto con la globalización, concebimos otros elementos que construyen un futuro no tan claro para la edición universitaria.

No en vano vemos a los editores universitarios en ferias de libros planeando, negociando, construyendo y participando en plataformas; profesionalizándose en nuevas formas de editar, de coeditar, de producir, de distribuir. Son pocos todavía, pero están logrando una inercia interesante y necesaria, para ello se requiere de un claro entendimiento de la cultura editorial universitaria inserta en el mundo vertiginoso del libro; no sólo se trata de subirse al tren bala futurista, sino de estar preparados para ubicar los objetivos y los alcances, con la distancia pertinente para tomar decisiones ante las muchas y atractivas ofertas de estar en un espacio que garantiza mayor visibilidad en las condiciones que estos sistemas ofrecen. Es necesario que la edición universitaria latinoamericana atienda la necesidad de difundir investigaciones que respondan a la realidad, a los requerimientos de desarrollo de sus regiones, así como el respeto a la construcción de contenidos en un lenguaje propio,⁷ con el convencimiento de que el tren bala, cargado

Ya tenemos mejores herramientas, saberes y, junto con la globalización, concebimos otros elementos que construyen un futuro no tan claro para la edición universitaria.

No sólo se trata de subirse al tren bala futurista, sino de estar preparados para ubicar los objetivos y los alcances, con la distancia pertinente para tomar decisiones ante las muchas y atractivas ofertas.

⁷ Véase programas de radio "Evaluación de publicaciones académicas" (Serie 6), "Revistas académicas" (Serie 8), en *Interlínea, cultura editorial*.

*Un tren bala que nos
lleva a la nube es un
sueño en el que, desde
todos lados, seremos
vistos, lo que significa
que en tiempo récord
deberemos estar con todo
"arriba".*

*Las nuevas tecnologías
están encaminadas
a hacer más eficientes
muchos de los procesos,
lo que es un enorme
avance para la
difusión y vinculación
disciplinaria.*

de nuevos deberes institucionales, nos exige que subamos a él sin saber destino y condiciones.

Nos dan la estación de partida, la ruta, y nos condicionan el tipo de tren, de vagón, y esperamos obtener asiento. Nos hablan de grandes ventajas en cuanto a contenidos y su posible visualización; hay grandes reuniones, convocatorias masivas, y desde esas otras tierras, con otro lenguaje, nos mandatan y nos venden el deseo de estar en ello, pero sin comprender el desprendimiento y el contacto con nuestra propia tierra. Es más, por su perfil, sólo ciertos pasajeros podrán tener acceso, y para ello se les debe profesionalizar y organizar desde el inicio de la investigación y redacción, para una edición adecuada que responda a las exigencias y condiciones de participación, dejando a un lado la posibilidad de nuevas formas y contenidos de calidad, pero con una estructura diferente y con valores necesarios para la academia, el conocimiento y el desarrollo.

Un tren bala que nos lleva a la nube es un sueño en el que, desde todos lados, seremos vistos, lo que significa que en tiempo récord deberemos estar con todo "arriba" y en ciertas condiciones, que posiblemente coadyuven a un avance significativo del conocimiento, pero quizá también a la saturación de objetos que difícilmente identificaremos o calcularemos considerando la velocidad bulbo que en algunos momentos puede existir o desear.

Las nuevas tecnologías están encaminadas a hacer más eficientes muchos de los procesos, lo que es un enorme avance para la difusión y vinculación disciplinaria, pero no siempre será posible realizarlo, y todo lo que está produciéndose en cualquier rincón tiene su valor, su importancia. Aquellos que cumplan con ciertos parámetros de calidad predeterminada, subirán al tren bala de la nube, pero otros construirán otros soportes necesarios, a otra velocidad, para ello sirven la coexistencia, la diferencia, la diversidad. Por eso es necesario continuar ese debate, en las redes, en los pasillos editoriales, sobre las pertinencias, el ofrecimiento, las condiciones, las estrategias, la realidad de lo que eso representa para la producción de contenidos sin olvidar

que lo central está en su calidad académica, las condiciones autorales, el trabajo colectivo en beneficio de su lectura y la apropiación del conocimiento. Por ello el acceso libre, como una reglamentación ya formulada, es una nueva posibilidad que requiere trabajarse y consolidarse construyendo espacios verdaderamente de encuentros autor-texto-lector, sobre todo en las estructuras universitarias latinoamericanas.⁸

Redes de todo tipo se han diseñado, pretextos para proyectarnos, para ocupar un lugar en las ofertas orquestadas por grupos con diversos planes: somos los mismos, pero adoptamos papeles diferentes. Circulan muchas ideas que cuesta trabajo concretar ante la desarticulación que hay entre las necesidades autorales, la realidad y los deseos en los espacios editoriales, el potencial actual con las nuevas tecnologías, la proyección y las exigencias de un mercado internacionalizado y dirigido por grupos fortalecidos por sus avances y recursos y, sobre todo, con una visión institucional que constriñe los proyectos culturales a medidas administrativas limitadas a formatos, requisitos y burocracias que no van acordes con lo que realmente pudiera suceder.

Pareciera que los tiempos de ferias del libro sobre mesas y cajas de cartón ya pasaron. ¿De verdad ya pasaron? Las cajas de cartón sí, afortunadamente, pero eso no significa que hayamos construido un sistema editorial universitario eficiente que responda a las necesidades institucionales, de difusión, de propagación del conocimiento, o quizá sólo logramos algunos avances que colocan a los libros académicos en otro lugar, con mayor dignidad, pero que de pronto, por correr, nos estamos tropezando al no ejercer un proyecto integral coherente con las necesidades, la realidad y las oportunidades.

En otros tiempos las cosas pasaban a la velocidad del bulbo, no nos tropezábamos, pero avanzábamos poco. Hoy

Circulan muchas ideas que cuesta trabajo concretar ante la desarticulación que hay entre las necesidades autorales, la realidad y los deseos en los espacios editoriales.

En otros tiempos las cosas pasaban a la velocidad del bulbo, no nos tropezábamos, pero avanzábamos poco.

⁸ Véase Sofía de la Mora Campos, "Acceso abierto para la edición académica. Una primera mirada", *Anuario del Departamento de Educación y Comunicación 2013*, UAM-X, publicación electrónica.

*Hay una tendencia a la
profesionalización, pero
¿hay condiciones en
las instituciones para
desarrollar el potencial
que ya existe en el proceso
editorial que va del autor
al lector?*

*¿Cómo se vinculan
las diferentes áreas de
producción y distribución
del libro universitario?
¿Qué significa el
encuentro con las nuevas
tecnologías?*

el tren bala pasa frente a nosotros sin detenerse y nos exige subirnos a él. ¿Tenemos las herramientas, las estrategias, la capacidad, para subirnos a esa velocidad? Quizá muchos contesten que sí, que se han capacitado, profesionalizado, que han construido e implementado lineamientos con las equipos necesarios. Encontramos ofertas de talleres, cursos, diplomados, hasta maestrías provenientes de instituciones como la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), de iniciativas privadas o de la Cámara de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), y son un gran acierto para fortalecerse, vincularse, promover redes, discutir, analizar, tomar decisiones, medidas, e impulsar acciones concretas.⁹

Claramente hay una tendencia a la profesionalización, pero ¿hay condiciones en las instituciones para desarrollar el potencial que ya existe en el proceso editorial que va del autor al lector? ¿Cuál es la realidad en las universidades del país y en Latinoamérica comparada con países que ya tienen estrategias en libros y revistas en sistemas, redes digitales y certificaciones? ¿Qué pasa con las iniciativas de profesionalización? ¿Qué hay con la conformación de redes para la distribución, la promoción, la visualización de la producción editorial universitaria en Latinoamérica? Si bien hay proyectos fundamentales que se deben retomar, fortalecer y establecer sin copiar, ¿qué elementos de decisión editorial garantizan la calidad de los contenidos y la pertinencia? ¿Qué actores y elementos participan en la decisión editorial? ¿Cómo se vinculan las diferentes áreas de producción y distribución del libro universitario? ¿Qué significa el encuentro con las nuevas tecnologías? ¿Hay recursos y credibilidad en las instituciones o sólo empujan hacia un nuevo sistema sin las herramientas mínimas? ¿Cómo hacer para que el nuevo paradigma de la edición favorezca los contenidos universitarios y no se caiga en tener bodegas en las nubes? ¿Cómo se enfrentan los vacíos

⁹ Véase programas de radio “Profesionalización editorial” (Serie 1), “Caniem” (Serie 6) y “Profesionalización en derechos de autor” (Serie 11), en *Interlínea, cultura editorial*.

legales, que siempre existieron, en las nuevas estructuras y los derechos de autor? Quizá haya más preguntas que, por ahora, dejaré en el tintero; vieja frase que tiene su vigencia.

Es claro que hay una fragmentación de las piezas y los actores que intervienen. La edición universitaria no es una empresa con puestos claros. Hay una gran movilidad administrativa y académica, así como proyectos separados o estancados que buscan resolver la enorme necesidad de difusión de contenidos científicos por disciplinas y que exige la actualidad académica nacional e internacional. Es evidente que se está reconstruyendo el espacio de encuentro de contenidos, y para ello se requiere de un conocimiento sólido y profesional de los actores en el proceso editorial, incluyendo al personal académico, que desempeña un papel fundamental en los contenidos y en la decisión, pero se requieren nuevas piezas que se vinculen y apoyen el proceso ante las nuevas demandas y necesidades de las tecnologías, la globalización y la velocidad.

Es importante enmarcar esto en una reflexión que recurrentemente se escucha, sobre todo en discursos institucionalizados que señalan las funciones sustantivas de la universidad, líneas repetidas una y otra vez, pero vacías de contenido. Son deseos románticos de proyectar a las universidades como centros del saber con un deber social frente a la construcción del conocimiento y su deber de difundirlo; a veces son más apariencias, formas que fondo, contenidos. La acción institucional requiere no sólo impulsarnos hacia el encuentro con las tecnologías, sino proveernos de herramientas, infraestructura, sistemas administrativos, continuidad, en fin, todo lo que permita que el proceso como tal no se vea coartado por burocracias o intereses políticos, gremiales ni endogámicos. Esto no descalifica el trabajo de investigación, de la docencia, del proceso editorial, ni la realidad del avance de la ciencia en todas sus áreas.¹⁰

La edición universitaria no es una empresa con puestos claros.

Se está reconstruyendo el espacio de encuentro de contenidos, y para ello se requiere de un conocimiento sólido y profesional de los actores en el proceso editorial.

¹⁰ Véase Sofía de la Mora Campos, "Repositorios universitarios: impulso editorial", *Tendencia editorial UR*, núm. 7, Universidad del Rosario, publicación electrónica, (2015), pp. 22-24.

*Los parámetros ajenos
determinan contenidos,
formatos y lenguaje, por
el solo hecho de que
deseamos estar en una
orquesta internacional.*

Recordar esto es indispensable para comprender la necesidad de trabajar con profesionales en un sistema de redes universitarias de vinculación para la docencia y la investigación; de identificar la capacidad y la pertinencia de la edición universitaria frente a una industria nacional que, en algún sentido, está estancada y acotada por empresas transnacionales. Desde allí, se debe reconocer que parámetros ajenos determinan contenidos, formatos y lenguaje, por el solo hecho de que deseamos estar en una orquesta internacional con un director que no observa nuestra forma de acceder a la docencia, a la investigación y a los procesos de difusión cultural. Hay una apariencia de venta en ciertos discursos muy bien diseñados, pero hay que cuidar el producto que están vendiendo. Aquí habría que apuntalar la importancia de las alianzas con las propuestas de la industria a favor de fortalecerse internamente y de establecer redes que salgan de los muros universitarios.

Estamos frente a una actualidad cambiante, minuto a minuto, lo vemos en las tecnologías, pero éste es sólo el espejo de lo que socialmente se está moviendo, son parte de lo que se está deseando y nosotros la mano ejecutante en las teclas, quienes construimos programas que hacen que la información circule por sistemas que parecen rebasar la mente humana y la capacidad de lidiar con miles de chips y redes de vinculación informativa. Conocer, reconocer, usar e incorporarlas harán que éstas sean nuestras mejores aliadas, siempre y cuando tengamos claro para qué, cómo y por qué. De lo contrario, sin un proyecto editorial claro, pueden ser un gran desperdicio.

*Las tecnologías
son herramientas
de acompañamiento, de
impulso. De allí que
debamos reconocer que en
las universidades se
demanda un cambio
no por las tecnologías,
sino con ellas.*

Las tecnologías son herramientas de acompañamiento, de impulso. De allí que debamos reconocer que en las universidades se demanda un cambio no por las tecnologías, sino con ellas. Vemos una multidisciplinariedad en los conocimientos y, por lo tanto, la diversificación de necesidades y actividades que ya no pueden sostenerse por lineamientos y sistemas caducos, y que tienden a asfixiar nuevas acciones. Los inminentes cambios deben cumplir con los principios universitarios, pero exigir fle-

xibilidad, adaptación, actualización, nuevas pedagogías y obligadas estructuras interdisciplinarias, es decir, deben ser capaces de apropiarse de los cambios, pero al parecer, en algunos casos, la administración y sobrerreglamentación son camisas de fuerza que adelgazan el potencial.¹¹

Vivimos en un momento en que la globalización exige integración, pero eso no debería llevarnos a la pérdida de la individualidad al pretender ingresar en una estructura social globalizada. El establecimiento de redes no debe generar la pérdida de la cultura, del lenguaje, del idioma, sino todo lo contrario; es casi obligado su enriquecimiento y la aceptación de la diversidad. Las redes son indispensables, pero se requiere del reconocimiento de las fortalezas y no usarlas para minimizar a otros con menos recursos, pues son necesarias para el beneficio de otros. Asimismo, no hay que generar actitudes de comodidad frente a las fuerzas de otros esperando ser empujado o jalado por la inercia.¹²

Las redes deben potenciar las líneas editoriales desde las diferentes regiones y disciplinas que las universidades ofrecen a lo largo del territorio, no sólo nacional sino internacional. Para ello, las fortalezas de la academia pueden desarrollar propuestas que surjan de las estructuras editoriales con vistas a resolver necesidades observadas en ferias, encuentros y, sobre todo, en el lector, ya sea universitario, académico o general.

Es necesario que no confundamos competitividad con competencia, es decir, los proyectos editoriales requieren de estrategias para obtener calidad en sus contenidos, en su proceso y en su relación con los sujetos, del autor al lector. La dictaminación no debe equipararse a una calificación aprobatoria o reprobatoria, sino entender la necesidad de construir contenidos sustentados y de calidad basados en el empuje de los colectivos en beneficio del conocimiento.

El establecimiento de redes no debe generar la pérdida de la cultura, del lenguaje, del idioma, sino todo lo contrario.

Las redes deben potenciar las líneas editoriales desde las diferentes regiones y disciplinas que las universidades ofrecen a lo largo del territorio.

¹¹ Véase Sofía de la Mora Campos, "Edición universitaria: legislación, actualidad y proyección", *Anuario del Departamento de Educación y Comunicación 2014*, UAM-X, publicación electrónica.

¹² Programa de radio "Foro de editores universitarios: Frankfurt 2014" (Serie 10), en *Interlínea, cultura editorial*.

*Las condiciones
para decidir surgen
de la necesidad de
una investigación,
determinada por
evaluaciones y no por la
edición o el encuentro con
el lector.*

*La edición es un proceso
fundamental, pero hay
que reconocer que la
pluralidad de contenidos
debe encontrar sus
estrategias para llegar a
quien debe.*

En ese sentido, hay que colocar los diferentes aspectos de la decisión editorial en la justa medida. Debemos reconocer que surge de lo que los académicos proponen, de aquellos trabajos que cuentan con ciertas características y posición que garantizan su posible publicación. Pero, en algunos casos, no hay una construcción clara de un proyecto editorial en el que se ponga en juego al lector, ni las necesidades del mercado o los requisitos editoriales; eso siempre ha estado en segundo o tercer plano.¹³

Conviene señalar que las condiciones para decidir surgen de la necesidad de una investigación, determinada por evaluaciones y no por la edición o el encuentro con el lector. Se han priorizado contenidos que son producto de la investigación porque eso es a lo que las evaluadoras le han dado primacía, y luego se espera que haya mercado y lectores, pero en realidad no se piensa en ellos. Claro que las tecnologías, los medios y los diferentes soportes ofrecen infinidad de recursos que permiten que los avances en investigación encuentren un espacio propicio para su difusión y así ubicar, según su avance e impacto, la manera de que sea accesible, es decir, cada proceso académico debe encontrar su forma de hacerse público, divulgarse, compartirse.

La edición es un proceso fundamental, pero hay que reconocer que la pluralidad de contenidos debe encontrar sus estrategias para llegar a quien debe y no sólo estatificarlo en un solo camino sin valorar otras rutas posibles, e igualmente importantes, que fortalezcan la academia y permitan formas y medios de igual penetración y que contribuyan a la diversidad sin perder calidad y pertinencia.

¹³ Sofía de la Mora Campos, "Los académicos ante las políticas universitarias de publicación", en *La edición universitaria: un proyecto de negocio. Memorias del II Foro Internacional de Edición Universitaria*, México, UNE/Red Nacional Altexto/UdeG/FIL Guadalajara, 2006, pp. 27-40. Sofía de la Mora Campos, "El papel de los comités editoriales: la decisión", *Congreso Divisional: El sistema modular, las ciencias sociales y humanidades en el siglo XXI, lo que somos, lo que hacemos y hacia dónde vamos*, México, DCSH-UAMX, 2009, publicación electrónica. Asimismo, el programa de radio "Decisión editorial" (Serie 1), en *Interlínea, cultura editorial*.

Las universidades deben cumplir con el proyecto y la línea sustantiva para las que fueron creadas, pero es necesario que se integren otros elementos —de decisión editorial y no sólo de decisión académica— que permitan que el gasto que se realiza en la producción tenga efectividad en su difusión y no sólo cumpla con las expectativas institucionales reflejada en puntos y certificaciones externas que difícilmente observan las estrategias editoriales que son consideradas una acción mecánica y administrativa de poco valor.

Recordar la vinculación universidad-sociedad es imprescindible en ese contexto de la decisión editorial, donde también están en juego los retos que deben considerar la definición de los tiempos en un entorno mundial sin perder de vista las necesidades y los aspectos culturales propios, las condiciones de la investigación, el entorno social, los recursos tecnológicos, la visión de la diversidad social, el perfil lector, para lograr una proyección en un ámbito internacional que es tan competitivo. Habrá que reinventarse para adaptarse sin pérdida de identidad.

Así pues, hay que “subirse al tren bala”, pero reconociendo las herramientas que se necesitan para ser parte del movimiento, del empuje, y no terminar siendo un cordón a la deriva sostenido de algo que sólo jala. Es forzoso comprender el papel que jugamos. El entorno influye, la universidad y sus actores son agentes sociales que vinculan y transforman; los libros, sea cual sea el formato, tienen esa función; los recursos técnicos y de lenguaje están en función de los textos, donde el autor académico se constituye y el lector se apropia de esos contenidos disciplinarios.

Hay que asentar que los procesos editoriales parten de un terreno bien sustentado, con los nutrientes necesarios, buenos contenidos y las herramientas ineludibles, desde allí la profesionalización y las vinculaciones proyectarán los contenidos hacia oportunidades y proyectos creativos.

Las redes están presentes, son estructuras indispensables en este entorno social. Negarlas o ignorarlas está fuera de lugar. Debemos reconocer que se van potenciando

Las universidades deben cumplir con el proyecto y la línea sustantiva para las que fueron creadas.

La universidad y sus actores son agentes sociales que vinculan y transforman; los libros, sea cual sea el formato, tienen esa función.

*Día con día se conocen
nuevos sistemas y
procesos, pero debemos
incorporar los que
realmente respondan
y resuelvan las
necesidades de los
contenidos.*

*Parte de la ubicación
de las piezas está
en la acción autoral
académica, que requiere
fundamentalmente del
gusto por lo que se hace,
como diría Bourdieu.*

con los sistemas de internet, el libro digital, la multimedia, transmedia y realidad aumentada, que rompen fronteras en todos los sentidos, y que se han desarrollado al abrir canales de distribución a partir de los sistemas de información académica, de indexación, de certificación y de catálogos en línea, así como de librerías virtuales.¹⁴

No debemos dejarnos deslumbrar por el enamoramiento actual de las nuevas tecnologías. Son una maravilla, facilitan y potencian el proceso, ofrecen calidad, velocidad, precisión, visualización y producción efectiva, pero quizá con el tiempo, al término del enamoramiento, les demos su justa medida. Hoy estamos motivados y nos ponemos creativos, apapachamos lo descubierto. Vale la pena un pensamiento analógico de la historia: cuando el ser humano, por su curiosidad y capacidad, hizo del fuego una herramienta indispensable, se quemó; a pesar de que la rueda contribuyó al movimiento y a la producción, debió pasar por varias caídas y accidentes. Día con día se conocen nuevos sistemas y procesos, pero debemos incorporar los que realmente respondan y resuelvan las necesidades de los contenidos, de la edición y, sobre todo, no dejar de observar los objetivos de difusión de conocimiento y del reconocimiento de los lectores. Habrá caídas, tropiezos y desajustes, pero debemos observarlos y trabajarlos para obtener una herramienta eficiente basada en su dimensión y potencial.

Parte de la ubicación de las piezas está en la acción autoral académica, que requiere fundamentalmente del gusto por lo que se hace, como diría Bourdieu. Para lograrlo, además de los nuevos acompañantes tecnológicos se necesita tiempo y espacio para madurar la investigación y la redacción, así como para consolidar textos publicables. No se quiere una máquina de palabras que cumpla con

¹⁴ Programas de radio sobre edición digital: "Libro electrónico" (Serie 1), "Precio único para eBooks" (Serie 5), "Edición transmedia" (Serie 7), "El futuro del libro: Coloquio" (capítulos I y II, Serie 8), "Realidad aumentada" (Serie 9), entre otros, en *Interlínea, cultura editorial*.

parámetros administrativos para entregar resultados en un marco anualizado por estrategias, en muchos casos, presupuestales y de competencia mal entendida.

La capacidad no debe medirse en hojas, sino en contenidos. Todos lidiamos con los grandes problemas que promueven la presión de las evaluadoras, y debido al impulso que hoy se da a la investigación que busca reconocimiento, se le ha privilegiado sobre otros aspectos universitarios relevantes y de origen. Asimismo, ennoblecer sólo algunos sistemas de visualización internacional puede llevar a un control autoritario y dominante, a grandes monopolios que determinen lo que realmente es importante para la ciencia y las condiciones en que debe estar presente en esta orquesta internacional. Es tan amplio y variable el desarrollo del conocimiento, que es indispensable la inclusión con calidad y elementos que lo sustenten en una diversidad de repositorios con características particulares que permitan el encuentro con los avances y las discusiones sobre temáticas disciplinarias y con las distinciones culturales y de lenguaje necesarias. La estatización de contenidos y lenguaje facilita un entorno globalizante, pero conlleva la pérdida de identidad y de reflejo de particularidades de ciertos colectivos y del desarrollo de algunos espacios específicos del conocimiento.

El contexto en que vivimos la tecnología, como se ha visto a lo largo de la historia, es una herramienta que podemos usar a nuestro favor como editoriales universitarias, y en particular las latinoamericanas, ya que nuestro perfil permite que el acceso abierto potencie la visualización. Es necesario trabajar para consolidar una presencia en el entramado mundial fortaleciendo las características culturales propias, con procesos académicos regionales y metodologías de acercamiento a problemas de forma diferenciada y con elementos que se conjuguen con parámetros de un lenguaje, llamémoslo, universal. En la toma de decisiones institucionales editoriales es importante pensar qué pasa con las propuestas editoriales de casa. ¿Nos ajustamos a los parámetros externos para estar presentes en esa orquesta

Ennoblecer sólo algunos sistemas de visualización internacional puede llevar a un control autoritario y dominante, a grandes monopolios que determinen lo que realmente es importante.

La estatización de contenidos y lenguaje facilita un entorno globalizante, pero conlleva la pérdida de identidad.

Debe haber un análisis puntual y aceptar la diversidad de soportes, plataformas, contenidos y posibilidades para cada uno de los textos, recordando que "cada libro es una historia" y que cada "contenido tiene su camino".

Es pertinente estar conscientes, invertir y comprender lo complejo de los procesos y no caer en la ingenuidad de que con sólo una computadora y un programa se resuelven los problemas de calidad, de difusión, de distribución.

y subírnos a ese tren bala? Quizá en algún sentido sí, pero con estrategias y condiciones de contenido y editoriales que muestren el potencial de la investigación de las universidades considerando la calidad y la pertinencia que toda publicación universitaria exige.

Por último, parte de las preocupaciones que es necesario evidenciar está en cómo superar la consigna de "si no estoy donde me dicen, no voy a ser visible". Si no hago ciertas cosas, ¿voy a ser nadie? Si quiero ser alguien, ¿debo entrar al juego? Esto parece ser sólo en algunas plataformas, pero cada vez hay una más, la oferta allí está, ¿cuál escoger? Lo que ofrecen es muy atractivo, todas parecen resolverlo todo, y aunque efectivamente son muy fuertes y representan una potencia fundamental, me pregunto si son las más adecuadas y si tenemos capacidad, como editores, de responder a los requisitos. Allí es donde debe haber un análisis puntual y aceptar la diversidad de soportes, plataformas, contenidos y posibilidades para cada uno de los textos, recordando que "cada libro es una historia" y que cada "contenido tiene su camino".¹⁵

Este texto busca el paso de una acción de producción lineal en nuestro entorno editorial universitario a un proceso que hoy se dimensiona y se potencia con el análisis crítico, con elementos conceptuales vinculados a una academia propositiva teórica y, por supuesto, con los recursos técnicos y profesionales para ofrecer una proyección en una dimensión compleja, necesaria, funcional y con posibilidades de estar presentes en ese entorno global e internacional y a la velocidad requerida. Acoto, no siempre ir a toda velocidad es lo más deseable, pero parece indispensable. Para ello es pertinente estar conscientes, invertir y comprender lo complejo de los procesos y no caer en la ingenuidad de que con sólo una computadora y un programa se resuelven los problemas

¹⁵ Programas de radio sobre repositorios digitales: "Índice de revistas académicas" (Serie 5), "Latindex" (Serie 6), "Red de Acervos Digitales: UNAM" (Serie 6), "Redalyc" (Serie 7), "OpenEdition Books: Francia" (Serie 11), de *Interlínea, cultura editorial*.

de calidad, de difusión, de distribución y visualización. Es claramente un nuevo entramado, una nueva constitución, necesaria, indispensable, que requiere de un paso atrás, de reflexión y de lograr que se conjuguen momentos de calma y tiempos al estilo bulbo para tomar el tren en el momento adecuado.

La estructura de producción editorial universitaria es compleja, ya que se sobreponen las funciones institucionales a las de producción, y eso requiere de una articulación de diversos sujetos y actores con funciones académicas y editoriales, así como resolver la operación con visión educativa y cultural, insertado en una industria del libro y en un demandante mundo globalizado. Es necesaria la profesionalización del académico como autor, como dictaminador y director de publicaciones; es forzoso capacitar y proyectar editores responsables de las áreas, así como encontrar los soportes profesionales y técnicos indispensables para cumplir la función con calidad. Se requiere ubicar cada pieza en el lugar que le corresponde, reconocer que la tecnología no sustituye funciones y que hay necesidad de nuevos apoyos para lograr los objetivos de visualización en las bases de datos que están de oferta.

Queda mucho por decir, pero estoy convencida de que seguirán las reflexiones generales y específicas en cuanto al proceso, las vinculaciones, las tecnologías, la visualización y las redes. De este modo, se hará de este rompecabezas de visiones un marco para las instancias editoriales universitarias con un futuro. Se pasará del bulbo como pieza de transmisión a un tren bala, como una maquinaria capaz de contener y proyectar.

Es necesaria la profesionalización del académico como autor, como dictaminador y director de publicaciones.

Los contenidos académicos abiertos: una muestra de la diversificación de los contenidos editoriales digitales

En una primera aproximación, con fines de comunicación, la palabra *contenido* se utiliza para designar aquellos elementos de tipo conceptual que conforman la estructura lógica de un mensaje y que, como tales, le aportan unidad y lo dotan de sentido. Así, el *contenido* es la *información* que presenta una obra o publicación; luego entonces, los *contenidos* están compuestos por distintos datos y temas.

Desde la web, particularmente la web 2.0, hablamos de *contenidos editoriales digitales*. Un *contenido editorial digital* es la información digitalizada, desarrollada o adquirida con el objetivo preciso de ser accesible e intercambiable para favorecer el conocimiento, el diálogo cultural y el desarrollo económico de los usuarios de esta tecnología.

El *contenido editorial digital*, como categoría, debe entenderse en un contexto de simultaneidad con los conceptos de *marco* y *modelo*. En ese sentido, el *marco* es el elemento o espacio que es llenado por el *contenido*. Hugh McGuire y Brian O’Leary, en su libro *Book: A Futurist’s Manifesto: A Collection of Essays from the Bleeding Edge of Publishing* (2012), lo llaman “sistema contenedor de la edición”, el cual adquiere múltiples formas: desde el tradicional libro impreso, revistas, hasta las aplicaciones y un buen número de productos multimedia. El *modelo*, por otro lado, es la intersección de factores causales, metas, motivaciones y apuntalamientos ideológicos que moldean y proveen la razón de ser del *contenido*: esto es, la estructura de los agentes editores y su política editorial. El *contenido editorial*

**El contenido
y los
comentarios
editoriales
digitales:
algunas
precisiones**

*Si tomamos en cuenta
que los marcos o
contenedores moldean
el contenido, veremos
cómo estos influyen de
manera directa en las
tecnologías que permiten
su reproducción.*

digital siempre viene en parejas específicas de *marco-modelo*; es indispensable crear un *marco* para el *contenido* acorde a un *modelo*.

Michael Bhaskar (2014) concibe el *contenido* como algo maleable, actualizable y transferible. No obstante, en términos de edición digital nos advierte: “la desmaterialización (código binario) por sí sola no da lugar a todas estas propiedades, pero en la red —en las redes— están ahí”. Muchos sistemas de lectura y distribución están diseñados para limitar esta situación históricamente extraña y recrean la acotada capacidad de copia del libro impreso, lo que asegura una economía de la edición hostil al copiado infinito de los textos.

Si tomamos en cuenta que los *marcos* o *contenedores* moldean el contenido, veremos cómo estos influyen de manera directa en las tecnologías que permiten su reproducción; en los mecanismos de distribución, canales y medios; así como en los modos en que son percibidos y comprendidos por los lectores/usuarios. Todo el *contenido editorial digital* viene en una serie de *marcos* interrelacionados: *hardware*, pantallas, mecanismos de exhibición, lenguajes de marcado; las pantallas y el código enmarcan el contenido y al hacerlo permiten su distribución. Los *creadores de contenido digital* no sólo emplean los diferentes *marcos* disponibles, sino que propician su evolución con nuevas demandas propias y de su público.

De los recursos educativos abiertos a los contenidos académicos abiertos

Puesto que los *modelos* son los factores motivadores de toda publicación al regular las intenciones y afectar los resultados de los contenidos, es esencial mencionarlos. La edición en un contexto de “economía de redes” hizo factible la normalización de las formas no mercantiles de producción y distribución editorial, conocidas comúnmente como acceso abierto. En ese contexto, surgieron iniciativas como la de los Recursos Educativos Abiertos (REA) y las de Contenidos Académicos Abiertos (CAA), de la que nos ocupamos en este texto, razón por la cual es necesario distinguirlas.

Los REA son definidos como materiales digitalizados ofrecidos libre y gratuitamente, de manera abierta, a profesores, estudiantes y autodidactas para utilizar y reutilizar en la enseñanza, aprendizaje y la investigación. Los REA están compuestos por tres elementos:

- 1) *Contenidos formativos*: cursos completos, *software* educativo, módulos de contenido, recopilaciones y publicaciones.
- 2) *Herramientas*: *software* para desarrollar, utilizar, reutilizar y entregar el contenido formativo, incluidas la búsqueda y organización del contenido, los sistemas de gestión de contenido y formación, las herramientas de desarrollo de contenidos y las comunidades educativas en línea.
- 3) *Recursos de implementación*: licencias de propiedad intelectual para promover la publicación abierta de materiales, diseño de principios de buenas prácticas y de traducción de contenidos.

Los REA son definidos como materiales digitalizados ofrecidos libre y gratuitamente, de manera abierta, a profesores, estudiantes y autodidactas.

Algunas de las limitantes de los REA consisten en que:

- Su propósito es mejorar particularmente un tipo de aprendizaje (objetivos) que habilita el desarrollo de capacidades individuales y sociales con el fin de comprender y actuar.
- Es necesaria una evaluación de su calidad pedagógica.
- Se enfatiza su aplicabilidad y retroalimentación.
- Valoran el conocimiento previo.

Los Contenidos Académicos Abiertos (CAA) están a medio camino entre los REA y la noción de *acceso abierto en la ciencia*. A diferencia de los primeros, no se emplean en cualquier nivel de educación, sino que se enfocan en la educación media superior y niveles educativos subsiguientes. Sus puntos fuertes son la difusión del conocimiento académico-científico especializado y su uso como material

para *investigación básica o estratégica* (generación de conocimientos) y la *investigación aplicada* (generación y validación de la tecnología).

Comparten con los REA que pueden: *a)* disponerse en plataformas en internet; *b)* reusarse; *c)* analizarse y evaluarse a partir de su usabilidad y accesibilidad; *d)* calificar su calidad y *e)* conocerse sus requerimientos técnicos.

Pese a que no hay una definición concreta de los CAA, Ramírez Romero (2012) brinda una acercamiento al ubicarlos como “aquellos que permiten su consulta en línea de manera gratuita, sin restricciones técnicas o legales, todo ello con la finalidad de promover la difusión del conocimiento científico y el patrimonio cultural, así como incrementar la colaboración científica y académica, para generar nuevo conocimiento”.

El término *acceso abierto* implica, además de la consulta de los materiales académicos, que se habilite mediante el uso de licencias, su descarga, copia, distribución e impresión, es decir, todas aquellas acciones que permitan al usuario procesar los materiales para facilitar su manipulación, análisis y estudio.

En los modelos de distribución de acceso abierto, el valor de la propiedad se traslada del *contenido editorial digital* a la agregación del contenido y al público. En tanto servicios, es importante que gestores y difusores de CAA tomen en consideración los siguientes factores:

El término acceso abierto implica, además de la consulta de los materiales académicos, que se habilite mediante el uso de licencias, su descarga, copia, distribución e impresión.

En los modelos de distribución de acceso abierto, el valor de la propiedad se traslada del contenido editorial digital a la agregación del contenido y al público.

- a)* *Construir un modelo en sentido estricto.* Considerar las categorías de contenidos por publicar teniendo en cuenta que son tan diversos que deben agruparse por tipos (disciplinas) y formatos (*marcos*); su instalación y desarrollo requiere conocimientos técnicos/especializados. Es necesario delinear una política editorial que regule las maneras de agenciar y financiar este contenido.
- b)* *Definir claramente las plataformas de publicación/distribución así como su poblamiento a través de la creación o tercerización de los contenidos.*

- c) *Investigación sobre tecnologías y diseño de marcos con el objetivo de obtener resultados precisos (modelo).*
- d) *Establecimiento de protocolos de seguridad.*

Fundaciones, universidades y otras instituciones de educación superior en Iberoamérica han desarrollado esfuerzos notorios en materia de producción y distribución de CAA. Uno de estos es Académica. Comunidad Digital de Conocimiento (Fundación Carlos Slim), en <<http://www.academica.mx/>>. La plataforma ofrece CAA en 32 áreas de conocimiento, facilitados por instituciones de educación pública y privada mexicanas y de otros países latinoamericanos. Sus contenidos abarcan documentos de trabajo, objetos de aprendizaje, libros, podcast, presentaciones, cursos interactivos, artículos y ponencias. Permite crear blogs, administrar grupos de trabajo, inscribirse a cursos y consultar noticias.

En segundo término, encontramos el Portal de Acceso Abierto de la Universidad de Jaén (España), en <<http://openaccess.ujaen.es/>>, que reúne una oferta de más de 221 horas de contenidos audiovisuales para fines docentes, de investigación o de divulgación relacionados con materias como educación, trabajo social, humanidades, arqueología ibérica, tecnología y gobierno. También conjuga el acceso a trabajos de fin de grado y máster y a revistas científicas electrónicas de la universidad.

Conecta-Te es un portal del Centro de Innovación en Tecnología y Educación de la Universidad de los Andes (Colombia), en <<http://conectate.uniandes.edu.co/>>. Está enfocado a apoyar la investigación e innovación en el ámbito de uso de las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Sus contenidos editoriales digitales incluyen revistas, libros, monografías y el redireccionamiento a un repositorio de recursos educativos institucionales y a recursos educativos externos.

Tres ejemplos de contenidos académicos abiertos

Los contenidos editoriales digitales incluyen revistas, libros, monografías y el redireccionamiento a un repositorio de recursos educativos institucionales y a recursos educativos externos.

Para finalizar

Los CAA son un ejemplo de diversificación de contenidos editoriales digitales a la par que un mecanismo de extensión y difusión proporcionado por instituciones educativas o de corte académico/científico en acceso abierto. Se insertan en el mercado de contenidos digitales pese a no perseguir el lucro y pueden ser objeto de estudios a profundidad en los tópicos de repositorios, plataformas académicas, curaduría digital, formación de editores especializados, transparencia informativa, etc. De igual modo, acercan materiales multidisciplinarios que explotan las posibilidades tecnológicas de internet, a estudiantes en formación, docentes e investigadores en ciernes, quienes tienen ante sí la posibilidad no sólo de informarse y aprender, sino de crear y compartir prácticas socioculturales, base de la sociedad del conocimiento y principios de la investigación básica y la investigación aplicada.

Bibliografía

- Bhaskar, Michael, *La máquina de contenido. Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*, México, Fondo de Cultura Económica, 2014.
- El conocimiento libre y los recursos educativos abiertos*, Extremadura, OCDE/Junta de Extremadura, 2009.
- McGuire, Hugué y Brian O'Leary, *Book: A Futurist's Manifesto: A Collection of Essays from the Bleeding Edge of Publishing*, Sebastopol, O'Reilly Media, 2012.
- Pinto, María y Carmen Gómez Camarero, "Propuesta de criterios e indicadores internacionales para la evaluación de los recursos educativos electrónicos", *Ibersid, revista de sistemas de información y documentación*, vol. 5, 2011, pp. 81-87, <<http://ibersid.eu/ojs/index.php/ibersid/article/view/3935/3611>>.
- Pinto, María, Carmen Gómez Camarero y Andrés Fernández Ramos, "Los recursos educativos electrónicos: perspectivas y herramientas de evaluación", *Perspectivas em Ciência da Informação*, vol.17, núm.3, pp.82-99, julio/septiembre, 2012.
- Ramírez Romero, Luz María, "Contenidos de acceso abierto", *Revista Digital Universitaria*, vol. 13, núm. 4, abril de 2012, <<http://www.revista.unam.mx/vol.13/num4/art46/>>.
- Segundo Taller de Investigación Participativa. Buscando la convergencia*, Turrialba, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza/Cooperación Suiza al Desarrollo, 1998.

Alcances de la Ley del Libro para las librerías en México¹

Las leyes o marcos jurídicos que norman y promueven la lectura y el libro surgen como elementos necesarios para lograr niveles sustentables de desarrollo socioeconómico, con progreso cultural, tecnológico y científico en cada país que los adopta.

En México, la actual Ley de Fomento para la Lectura y el Libro² (la “Ley del Libro”) y su correspondiente Reglamento³ son, en su forma y contenido, documentos trascendentes con intenciones e ideas muy positivas, de avanzada hechura. En su texto se observan significativos alcances sociopolíticos, educativo-culturales y económico-administrativos.

En el campo social y político, en un país libre, democrático y con garantías individuales claras, como un aspecto fundamental del Estado de derecho y para alcanzar una sociedad justa y próspera, se debe permitir la libertad de expresión de ideas y de comunicación y el acceso a la información, como precisamente lo manifiestan la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos⁴ y la Ley del Libro misma en su artículo 3º.

En México, la actual Ley de Fomento para la Lectura y el Libro (la “Ley del Libro”) y su correspondiente Reglamento son, en su forma y contenido, documentos trascendentes.

¹ Artículo publicado en *Trama & Texturas*, núm. 26, mayo 2015, pp. 81-88.

² Publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 24 de julio de 2008.

³ Reglamento de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 23 de abril de 2010.

⁴ Capítulo I, de los Derechos Humanos y sus Garantías, artículos 6º y 7º.

Para el desarrollo de todos los ciudadanos es requisito contar con plena libertad de escribir, editar, publicar, distribuir, comercializar, promover y difundir libros.

Se mantiene firme la intención de promover e imponer el respeto a los derechos de autor y la valoración social del libro como elemento de transmisión de conocimiento y de cultura, además de objeto de consumo.

Uno de los fines que persigue el Estado es el desarrollo integral de la población y de la familia, incluyendo el acercamiento equitativo, sin restricciones ni discriminación alguna, al libro y a las múltiples formas de lectura, así como la formación de lectores y escritores, a través del Sistema Educativo Nacional, en escuelas, bibliotecas públicas, salas de lectura y otros medios de comunicación social. Todo con una participación multisectorial (pública, privada y social) que permita elevar los niveles académicos, literarios, científicos y tecnológicos de la comunidad.

Se pretende garantizar el acceso de toda la población a la información, al pensamiento, a la educación y a la cultura para formar y desarrollar lectores que alcancen capacidades críticas de comprensión, análisis, reflexión, asimilación y creación de conocimientos.

Por lo tanto, para el desarrollo de todos los ciudadanos es requisito contar con plena libertad de escribir, editar, publicar, distribuir, comercializar, promover y difundir libros. Precisamente, es a través de agentes culturales, como las librerías, como se facilita el acceso al libro en sus diferentes formatos y contenidos, y se asegura a los lectores la pluralidad, extensión y profundidad de temas.

En cuestiones educativas o culturales, la Ley del Libro contempla la formación de promotores de lectura, de lectores y de escritores con acciones dirigidas tanto a maestros y bibliotecarios como a la población abierta. También propone la implantación de programas y cursos de capacitación y desarrollo técnico-profesional para los encargados de instituciones educativas, editoriales y librerías, así como diversas acciones de fomento y difusión de la cultura escrita.

Por otra parte, se mantiene firme la intención de promover e imponer el respeto a los derechos de autor y la valoración social del libro como elemento de transmisión de conocimiento y de cultura, además de objeto de consumo.

Desde el punto de vista económico-administrativo, la instauración de la Ley del Libro y su Reglamento exige grandes montos de inversión pública en programas de

ampliación y fortalecimiento de la cadena del libro, con un decidido impulso a la creación, edición, distribución, difusión y venta, que impliquen “el establecimiento y desarrollo de librerías, bibliotecas y otros espacios públicos y privados para la lectura y difusión del libro”,⁵ así como, por supuesto, la formación de lectores y escritores.

Concretamente, para las librerías del país, así como para muchas del orbe, resulta de especial interés el contenido del artículo 5º, fracción VIII, del Reglamento de la Ley del Libro,⁶ que dice: “Apoyar aquellos programas orientados a la *apertura de librerías, la modernización de su infraestructura física, la actualización de sus procesos operativos y administrativos, su especialización, la capacitación de su personal y, en general, a mejorar su viabilidad financiera*, propiciando que las librerías sean espacios de *promoción de la lectura*”.

De cada una de estas loables intenciones del Estado se pueden desprender varias acciones más específicas que pongan en práctica sus propósitos, muchas de ellas no precisamente contempladas en la Ley, como serían aquellas que respalden a las librerías para su instalación, crecimiento y desarrollo.

A continuación se puntualizan y discuten estas acciones enmarcándolas dentro de cada una de las intenciones oficiales de apoyo manifestadas en el artículo 5º, fracción VIII, del Reglamento de la Ley del Libro:

Apertura de librerías, así como impedir que se cierren, con múltiples disposiciones como:

- Localizar ubicaciones apropiadas en puntos de alto flujo de transeúntes, con inmuebles adecuados al giro y rentas o pago de alquileres reducidos, especialmente

De cada una de estas loables intenciones del Estado se pueden desprender varias acciones más específicas que pongan en práctica sus propósitos.

⁵ Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, capítulo I, de Disposiciones Generales, artículo 4º, fracción III.

⁶ Reglamento de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, capítulo III, Del Fomento para la lectura y el libro, artículo 5º. Corresponde a la Secretaría de Educación Pública y al Conaculta, de manera concurrente: fracción VIII.

para apertura de nuevas librerías. Ceder espacios públicos cuando las librerías también ofrezcan servicios sociales a favor de la lectura.

- Implementar programas de comunicación en ferias y exhibiciones, con mercadotecnia tradicional y en línea, campañas de publicidad, promoción y relaciones públicas en todos los medios posibles, para distinguir los valores y ventajas que aportan las librerías y generar mayor tráfico y ventas en sus establecimientos.
- Determinar oficialmente que las bibliotecas públicas, escolares, de aula y salas de lectura adquieran gran parte de sus acervos de las librerías.
- Otorgar apoyos fiscales tributarios, con el impuesto al valor agregado (IVA) a tasa cero, exención del impuesto sobre la renta (ISR) para nuevas librerías y reducción del mismo para las ya existentes. Así como apoyos fiscales no tributarios, como la concesión de licencias y permisos sin costo ni restricciones para la apertura y operación del giro librero e imponer sanciones con multas efectivas para quien infrinja la ley.
- Hacer aportaciones presupuestales directas para vigorizar la organización gremial, que permitan adquirir oficinas y equipo y contratar recursos para las actividades comerciales y culturales del libro.
- Otorgar líneas de crédito preferencial garantizado por la banca de desarrollo.
- Fomentar el establecimiento de alianzas estratégicas concertadas entre los participantes de la cadena de valor, centros culturales de desarrollo de la lectura y empresas tecnológicas de innovación para con ello acrecentar y diversificar la oferta cultural y comercial de libros y contenidos.

Modernización de su infraestructura física, mediante apoyos que permitan:

- Un diseño arquitectónico o *layout* adecuado al giro y especialidad.

- Instalaciones de servicios de atención y comunicación al cliente y mobiliario efectivo y seguro.
- Ambientación y animación atractivas en los puntos de venta.

Actualización de sus procesos operativos y administrativos, apoyando:

- El mejoramiento de la tecnología en las transacciones, prácticas comerciales y elementos de seguridad.
- La renovación y modernización de las telecomunicaciones, internet y sistemas informáticos.
- El abastecimiento de libros y materiales en las mejores y más favorables condiciones de oportunidad, costo, crédito y devoluciones.
- La formación de un grupo para la consolidación de compras de libros, contenidos y materiales, y para la contratación de servicios profesionales externos.
- El manejo y aprovechamiento del *merchandising* y técnicas mercadológicas en los puntos de venta.
- La aplicación de sistemas y equipos informáticos de toda la red de librerías para conectarlos en una plataforma grupal y obtener productos estadísticos enriquecidos, con bases de datos y metadatos de calidad, confiables y actualizados, y una detallada contextualización de la información de la demanda y oferta editorial, que permitan a las librerías un mayor control de inventarios y acrecentar sus ventas.
- La creación de catálogos comerciales en papel y electrónicos apropiados para aumentar la visibilidad de las obras disponibles en los puntos de venta o en línea.

Especialización de su giro, mediante acciones que permitan a las librerías:

- Mitigar la competencia desigual con las importantes cadenas de librerías, grandes superficies de tiendas de

autoservicio y departamentales y librerías virtuales trasnacionales.

- Competir con un surtido selecto, profundo y amplio, un servicio de distinción y atención al cliente y precios competitivos.
- Diferenciar su oferta con materiales tanto digitales como analógicos que se publiquen y distribuyan en los puntos de venta, a través de mensajería o exclusivamente en internet. Estos materiales incluyen libros tradicionales en papel, así como electrónicos, blogs y presencia en las redes sociales, con generación de contenidos en línea y publicaciones periódicas (diarios, boletines y revistas de todo tipo).
- Ofrecer servicios de descarga de contenidos e impresión digital de una infinidad de obras completas, parciales, fragmentadas o a la medida de las necesidades del cliente.

Capacitación de su personal, apoyando la implantación de:

- Centros calificados y especializados de formación continua.
- Programas intensivos de mejoramiento y actualización profesional con participación en cursos, congresos, foros, simposios, seminarios, conferencias y cualquier otra forma de elevar las habilidades técnicas y humanas de los libreros.
- Visitas y prácticas de campo en varias librerías del país y en el extranjero.

Viabilidad financiera del negocio, aportando:

- Recursos y líneas de crédito disponibles en condiciones preferenciales.
- Consultorías externas de organización (planeación estratégica y métodos).

- Instrucción en procesos económico-financieros efectivos (operación, compra y venta).
- Estudios profesionales para la elaboración y evaluación de proyectos rentables de inversión.
- Promociones especiales de proveedores de material y servicios.
- Financiamiento para la participación en ferias del libro, con material, *stands*, transporte, viáticos y alojamiento.
- Tarifa especial o abaratamiento de los costos de envío y transporte del material.

Promoción de la lectura en sus espacios de venta con apoyos a la realización de eventos y actividades especializadas, diversas y calendarizadas, en línea o presenciales, tales como:

- Círculos o clubes de lectura.
- Talleres de lectoescritura.
- Presentaciones de libros.
- Tertulias culturales.
- Reuniones con autores y editores.
- Recomendaciones o “prescripciones” profesionales de libros.
- Eventos culturales (teatro, cine, conciertos, etc.) y venta o distribución de boletos (o entradas).
- Conexión disponible y gratuita a páginas web culturales.

Sin embargo, muchas de las acciones fundamentales aquí puntualizadas, que se desprenden del mencionado artículo 5º, fracción VIII del Reglamento de la Ley del Libro, no se han aplicado y quedaron fuera del alcance actual del marco jurídico. Cabe resaltar la omisión de algunos de los estímulos y preceptos de carácter fiscal, administrativo y judicial.

En materia fiscal, específicamente de política tributaria, no se contemplaron estímulos para las librerías en la Ley

del Libro. Destaca uno muy importante que afecta a todas las librerías en relación directa con sus gastos operativos.

En México, para el comercio del libro en librerías desde hace muchos años prevalece una tasa exenta del impuesto al valor agregado (IVA), situación que afecta notablemente los resultados económicos de las empresas libreras al impedirles la recuperación del IVA de los gastos que realizan.

Convendría aplicar una tasa cero del IVA al libro para operaciones de venta en librerías —así como la que gozan también desde hace muchos años los libros que editan o producen los propios contribuyentes— y no dejarlo exento de este impuesto.

En México, para el comercio del libro en librerías, desde hace muchos años prevalece una tasa exenta del impuesto al valor agregado, situación que afecta notablemente los resultados económicos de las empresas libreras.

Dicha medida podría adoptarse sin mayores trámites de tipo legislativo y ejecutivo y sin afectar las finanzas públicas ni implicarles un sacrificio o privación fiscal. La imposición de una tasa cero del IVA a los libros comercializados en librerías permitiría obtener saldos a favor de dicho impuesto (IVA), los cuales se podrían solicitar en devolución, o bien, compensarlos con otras contribuciones federales. Se generarían mayores utilidades en los resultados de las librerías que, a su vez, redundarían en mayores gastos de sus empresas y de su personal, produciéndose con estos efectos fiscales una economía procíclica que implicaría mayor recaudación para el fisco.

Esto es, con esta resolución de carácter fiscal se ayudaría a que las librerías contaran con más recursos para crecer, generar empleos, apoyar la lectura y el libro y contribuir así al alcance de los fines de la ley misma.

La imposición de una tasa cero del IVA a los libros comercializados en librerías permitiría obtener saldos a favor de dicho impuesto (IVA), los cuales se podrían solicitar en devolución.

Tampoco se consideraron en la Ley del Libro otras medidas o acciones convenientes de carácter fiscal. Entre ellas, las ya mencionadas de exención o reducción del ISR a las librerías —especialmente cuando se trate de nuevos establecimientos—, la concesión irrestricta de estímulos fiscales no tributarios como las licencias y permisos para la apertura y operación de librerías, y el otorgamiento de créditos preferenciales para el comercio del libro.

Desde el punto de vista administrativo, destaca como original en la actual Ley del Libro la adopción de una políti-

ca de *precio único*,⁷ que implica un aparato oficial de registro, operación y control del precio de venta al público, cuyo mecanismo es el de la fijación del precio al libro por parte del editor o el importador y su mantenimiento durante un periodo de al menos 18 meses en todos los puntos de venta en el territorio nacional.

Se pretende con esta medida conservar el eslabón de las librerías dentro de la cadena de valor del libro, incentivar la creación de nuevas librerías, permitir que la competencia en el mercado se dé en términos de surtido de libros y servicio al cliente y no en función del precio y lograr con ello sostener una producción bibliográfica variada y amplia.

Desgraciadamente, los mandatos de la ley en esta materia no se han cumplido por la mayoría de los agentes implicados, tanto editores como libreros. Situación que ha dañado sobremanera a la mayoría de las librerías pequeñas y medianas, ya que los muy reducidos descuentos que en el pasado recibían de los proveedores han disminuido aún más por parte de las grandes editoriales y distribuidoras que, acuciosas, los aplican con la excusa de la esperada estabilización de precios, aún no materializada, motivada por esta disposición legal.

En términos judiciales, resultaría adecuada la imposición de sanciones con multas a quien no respete o infrinja la ley, específicamente en cuanto al establecimiento del precio único al libro, precepto ausente en la Ley del Libro, que implicaría mayor respeto a esta disposición y la consecución adicional de recursos no tributarios para el fisco.

Quedan también pendientes otros asuntos que igualmente han quedado fuera del alcance de la Ley del Libro vigente, como aquellos que atañen a las costumbres y naturaleza de la competencia en el mercado del libro y que afectan seriamente las ventas de las librerías independientes, pequeñas y medianas. Entre éstos destacan la desigualdad

Desde el punto de vista administrativo, destaca como original en la actual Ley del Libro la adopción de una política de precio único.

Se pretende con esta medida conservar el eslabón de las librerías dentro de la cadena de valor del libro.

⁷ Reglamento de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, capítulo VI, Del Precio Único de Venta al Público, artículos 16 al 31.

*Se requiere un entorno
legal con el mismo
espíritu del actual,
pero con medidas de
carácter tributario,
administrativo, judicial
y de competencia
comercial de mayores
alcances.*

de los descuentos ya notada, que se aplican a las librerías pequeñas y medianas; la venta directa de libros que algunas editoriales hacen a clientes finales (instituciones educativas y bibliotecas); la enorme participación directa del gobierno y de algunas de sus instituciones en el mercado del libro, y la presencia de una oferta desmedida de libros robados, piratas y fotocopiados en el mercado.

Para que las librerías puedan competir equitativamente sin que se rompa la cadena productiva/distributiva del libro ni se afecte la diversidad y profundidad de los géneros literarios, se requiere un entorno legal con el mismo espíritu del actual, pero con medidas de carácter tributario, administrativo, judicial y de competencia comercial de mayores alcances. Es altamente deseable que el gobierno muestre voluntad y eficacia para menguar la competencia oficial y acabar con la ilegal, así como para establecer un marco jurídico y fiscal que sustente definitivamente al comercio sano del libro en todos los puntos de venta.

Es claro que aún falta mucho por hacer. Los agentes y competidores del libro se deben ajustar a la ley y celebrar acuerdos de buena voluntad entre sí para elevar el número de puntos de venta y hacer crecer sanamente el mercado, de manera que todos sus participantes tengan posibilidades de competir y hacer negocios al mismo tiempo que beneficien al eslabón final de la cadena —el lector— con precios estables, un eficiente servicio y un surtido amplio y heterogéneo de temas y géneros que impulsen el hábito de la lectura y la cultura en nuestra sociedad.

La encuadernación artística contemporánea

Desde el momento en que surgen los textos escritos, surge también la necesidad de conservarlos y protegerlos. La técnica empleada para encuadernar ha evolucionado para que la protección del documento sea lo más completa y duradera posible, por lo que se han ido añadiendo o quitando partes al proceso y adaptando los materiales e incorporando otros.

Hasta la invención de la imprenta, los libros o códices eran a menudo ejemplares únicos y sólo la aristocracia y el clero tenían acceso a ellos. Por la misma razón, los libros eran objetos no sólo funcionales, sino valiosos, y a menudo se les dotaba de decoraciones y protecciones de gran costo, pues se llegaron a usar metales, piedras preciosas y seda bordada.

La invención de la imprenta en el siglo XV supuso el gran vuelco en la historia del libro, pues lo convirtió en algo mucho más accesible si lo comparamos con los códices que podían tardar hasta 10 años en ser completados. Con la imprenta surgieron los primeros talleres de impresores, que también encuadernaban la obra impresa, y según pasaron los años, fueron adaptando la decoración de sus encuadernaciones para responder a los gustos de la época, e incluso incorporaron los estilos que llegaban de otras partes de Europa o de los países islámicos.

Encuadernaciones coptas, etíopes, mudéjares, con pieles gofradas —decoradas con hierros calientes aplicados sobre la piel húmeda—, aplicaciones de pan de oro

Hasta la invención de la imprenta, los libros o códices eran a menudo ejemplares únicos y sólo la aristocracia y el clero tenían acceso a ellos.

La invención de la imprenta en el siglo XV supuso el gran vuelco en la historia del libro, pues lo convirtió en algo mucho más accesible.

A finales del siglo XIX la decoración de las encuadernaciones sufrió un cambio sustancial y se empezó a ornamentar con motivos que aludían al contenido.

Hacer una encuadernación con decoración clásica exige un dominio de la técnica que se quiera aplicar; los hierros con motivos geométricos o florales se agrupan según los siglos en que se emplearon.

con hierros de bronce cuyo estilo responde al gusto de su época, son bellísimos ejemplos que hoy podemos admirar en escogidas bibliotecas y cuyos secretos han desentrañado encuadernadores y restauradores a lo largo de los tiempos y que envolvían y envuelven ediciones irrepetibles que son joyas en sí mismas.

Aquellas decoraciones suntuosas poco o nada nos decían sobre el contenido del libro, aunque el color de la piel utilizada a veces servía para identificar la temática. A finales del siglo XIX la decoración de las encuadernaciones sufrió un cambio sustancial y se empezó a ornamentar con motivos que aludían al contenido. Pero no fue sino hasta mediado el siglo XX cuando aparecieron las primeras decoraciones que rompieron moldes y dieron el salto hacia lo que hoy denominamos contemporáneo, en el que lo figurativo quedó de lado.

En el siglo XXI se siguieron haciendo decoraciones y estructuras clásicas: los restauradores están obligados a conocer esas técnicas para recuperar y reparar los ejemplares dañados. Pero ¿es lógico encuadernar hoy usando decoraciones de siglos pasados? Como en toda disciplina artística, se han de aprender las técnicas clásicas, pero si se ha de encuadernar una obra escrita o publicada en este siglo, ¿no debería ser el reto de cliente y encuadernador adaptarse a los tiempos? Y sí, dije reto. Hacer una encuadernación con decoración clásica exige un dominio de la técnica que se quiera aplicar; los hierros con motivos geométricos o florales se agrupan según los siglos en que se emplearon y tan sólo nos queda hacer una distribución armoniosa sobre las tapas y el lomo. Es un trabajo muy satisfactorio, sobre todo si está bien hecho, y tiene ese sabor de lo tradicional, de lo “de siempre”. Uno ve esas encuadernaciones con esos mosaicos dorados (pieles de diferentes colores aplicadas sobre las tapas y perfiladas con oro) y no puede dejar de admirarlas y de disfrutarlas, como lo hacemos al ver un ballet clásico o un cuadro de Vermeer.

¿Y si es un cuadro de Pollock? ¿O una escenografía de ballet contemporáneo? La encuadernación contempo-

ránea es un reto para cualquier encuadernador. Cada libro es nuevo y diferente del anterior. El encuadernador ha de establecer un diálogo con la obra impresa y con los materiales que va a utilizar. No se puede ni se debe desvincular el contenido del libro de la decoración de su continente. Pero ¿es mi percepción del contenido la misma que la de cualquier otra persona? Recuerdo a un coetáneo que insistía en justificar sus decoraciones en relación con el contenido de los libros, quería que entendiéramos su elección del motivo, de los colores, de las formas, pero su visión era eso, su visión. Algo seguramente único. Todos sabemos que nuestro estado de ánimo es influenciado por motivos externos, y eso puede hacer incluso que nuestra percepción de una obra sea muy diferente de un día a otro. Por lo mismo, quizás un libro que encuadernamos hace 10 años con una decoración que considerábamos la adecuada hoy la afrontaríamos de manera diferente. Aún así, encontramos encuadernadores contemporáneos que han sabido dejar su impronta en sus trabajos y los podemos reconocer como suyos a simple vista.

El encuadernador ha de establecer un diálogo con la obra impresa y con los materiales que va a utilizar.

La encuadernación contemporánea ha de responder a criterios estéticos y también culturales. No pretendemos hacer todos la misma decoración, pues si una encuadernación es fruto de la relación del encuadernador con el libro, cada uno tiene una formación y una retroalimentación cultural y visual que le es propia. Es fácil caer en la tentación de copiar o repetir lo ya visto y que nos ha gustado: eso está bien como ejercicio, así se aprenden las técnicas decorativas clásicas, pero debemos ser valientes y encontrar nuestra propia imagen, nos lleve el tiempo que nos lleve.

Aún así, encontramos encuadernadores contemporáneos que han sabido dejar su impronta en sus trabajos y los podemos reconocer como suyos a simple vista.

Ahora bien, si un cliente trae un libro antiguo cuyo contenido es clásico, ¿debo intentar adaptarlo a una decoración contemporánea o debo repetir lo que se hacía en la época en que se editó? Obviamente, el cliente tomará la decisión, pero podemos y debemos tender puentes entre lo clásico y lo contemporáneo.

Un encuadernador de arte contemporáneo debería aspirar a un estilo propio, al igual que un pintor o un artista

*¿Cómo puede un
bibliófilo contemporáneo
apreciar y valorar
un diseño artístico
independientemente de
las horas de ejecución
manual?*

en cualquier disciplina artística. Hay que diferenciar entre lo artesanal y lo artístico: nuestra profesión tiene una base absolutamente artesanal, pero es la decoración la que la convierte en artística. Como en cualquier actividad, hay horas de trabajo artesanal, pero ¿cómo valorar el precio de la labor artística? Cuando empecé en este oficio, el precio se establecía por cada hierro que ponías o por cada centímetro lineal de decoración, pero ¿cómo poner precio a tu creatividad? ¿Cómo puede un bibliófilo contemporáneo apreciar y valorar un diseño artístico independientemente de las horas de ejecución manual? La respuesta está en la educación de la sociedad, y las exposiciones son la forma ideal de que el público tenga acceso a maneras diferentes de tratar el libro.

Esto me lleva a otra gran pregunta: en este siglo XXI, ¿qué libros se encuadernan?

*¿Dotar de un trabajo
extremadamente costoso
a un libro cuya edición
probablemente no ha
respetado ni márgenes,
ni papel, ni diseño de
ningún tipo para hacerlo
asequible?*

Si bien el proceso de impresión se ha abaratado, la encuadernación artesanal se hace a mano, con horas y horas de formación detrás del maestro encuadernador y otras tantas de ejecución. De hecho, en algunos países ya no es posible formarse en este oficio salvo a través de escuelas privadas, lo que encarece muy acusadamente la formación. Dicho esto, ¿encuadernación artística de un libro de bolsillo? ¿Dotar de un trabajo extremadamente costoso a un libro cuya edición probablemente no ha respetado ni márgenes, ni papel, ni diseño de ningún tipo para hacerlo asequible? Con la llegada de la revolución industrial el proceso de impresión y encuadernación se fue agilizando y abaratando, hasta llegar a los libros de bolsillo que hicieron que muchos pudiéramos tener una biblioteca en casa. Fue la democratización de la cultura, pero no son objeto de una encuadernación cuidada ni libros a los que debemos dotar de una cobertura que exceda en demasía su valor, salvo que tenga un valor sentimental para su propietario.

A lo anterior tenemos que sumarle la aparición del libro electrónico. Estoy convencida de que ha contribuido a la dignificación del libro en papel. Las editoriales han empezado a apostar por otro tipo de edición que resulta

más atractiva. Desde que encuaderno, he pensado que muchas de las ediciones de bolsillo, ya fuera por edición o por traducción, han sido un sacrificio inútil de árboles. Que ese tipo de libro desaparezca del panorama en los países desarrollados me parece loable y deseable. Doy la bienvenida a libros económicos, pero a aquellos a los que abrirlos y volverlos a abrir es un placer, ya sea por sus ilustraciones, el papel, la tipografía, los márgenes... además de lo que el libro me cuente, por supuesto.

Afortunadamente, hay editoriales que publican libros ilustrados con mucho cariño, sobre un papel de calidad, cuidando la tipografía y no necesariamente caros. Vemos autoediciones fruto de la colaboración de artistas plásticos y escritores. Doy estos ejemplos por no dar los evidentes, de ediciones de libros de artista que quedan lejos de los bolsillos del ciudadano medio. Con esto quiero decir que siempre es posible encontrar un libro digno de ser encuadernado y de que se le dedique ese tiempo y esfuerzo.

La encuadernación artística contemporánea ha de ser eso, contemporánea. Ha de plantear retos y también ha de hablarnos de quiénes somos, de dónde venimos y hacia dónde queremos ir.

*Doy la bienvenida
a libros económicos,
pero a aquellos a los
que abrirlos y volverlos
a abrir es un placer, ya
sea por sus ilustraciones,
el papel, la tipografía,
los márgenes.*

Pasiones de segunda mano

Hay amores a primera vista que se dan con una segunda vuelta; en ocasiones lo importante es tocarlos; en otras, satisfacer las ganas de tener esa cara entre las manos; algunas más es disfrutar el placer de oler sus interiores; las más de las veces, sólo tenerlos. Luego, uno los persigue, los increpa, los invita a pasear, les promete la mejor lectura, se arriesga a perderlos, mas nunca cejará en su intento de poseerlos, aunque sea por poco tiempo, en exclusiva. Estos amores siempre son incurables, inescrutables, inolvidables. Algunos de ellos llevan a la ruina, pero ninguno deja de darnos una satisfacción y hasta un éxtasis único e irrepetible. Lástima que la mayoría de las veces los guarda uno tan bien que se nos olvida que los tiene, y sólo nos acordamos de ellos cuando de presumir se trata.

Estos amores siempre son incurables, inescrutables, inolvidables. Algunos de ellos llevan a la ruina, pero ninguno deja de darnos una satisfacción.

A veces, para encontrarnos con ese amor, deberá venir a nosotros un vendedor especializado, vestido de arcángel provocador de enredos, que nos toque el corazón y el bolsillo, y nos deje sobre el escritorio un palpitante objeto de placer: el libro que guarda entre sus páginas lustros, décadas o siglos, durante los cuales ha añejado un conocimiento, una forma, una tipografía, un grabado, una portada, o una estructura que nos emociona hasta perder la cordura y nos hace gastarnos el resto de nuestras próximas quincenas. Así es el amor por las palabras que nos dicen algo de lo que somos, porque hay otros que fueron y nos dejaron dicho cómo les fue, qué buscaban, dónde se extraviaron y hacia dónde caminaban.

Así es el amor por las palabras que nos dicen algo de lo que somos.

*A veces, el tema que
trata el libro es menos
importante que la
manera en que lo
contiene.*

*Los libros de segunda
mano tienen una belleza
que jamás expira.*

*Todo placer tiene un
precio, muchas veces
quimérico.*

En otras ocasiones, uno va con la mirada desprevenida circulando entre estanterías con olor a papel feneciendo y se queda extático —¿a quién no le ha ocurrido que, recorriendo los pasillos, entre cuasi cadáveres de papel, alguno de ellos brinque a nuestros ojos e intente distorsionarnos la razón?— frente a esa imagen vívida de la grandeza hecha objeto próximo, tocable, asequible; acto seguido, por inercia, extiende su mano, acaricia, trae hacia su pecho con dulzura, enfoca la mirada, y siente el vahído del encuentro con la trascendencia; respira profundamente, como queriendo absorber los fantasmas que se anidan entre esas alas de papel, para luego ojear lentamente las líneas de tinta rancia que quieren fundirse con nuestra sangre. A veces, el tema que trata el libro es menos importante que la manera en que lo contiene; la obra puesta en él adquiere su principal significado por el alimento que dispensa a través de su formato, de la textura del papel, de la viñeta que le acompaña, o por el gusto que dan algunas páginas intensas, o por la piel que se eriza con el rozamiento del tiempo allí guardado.

Los libros de segunda mano tienen una belleza que jamás expira —sólo en apariencia se ven demacrados y con la piel ajada— si los contenidos encuentran el interés y los ojos del lector que le toca en la vida —pueden ser varios, en distinto tiempo— y le entrega, más allá de su cuerpo hecho de pétalos del tiempo en flor, su alma construida con huellas de luz y con vuelos al ras de la conversación. Lástima que aunque uno la desea con desesperación, no siempre es posible llevársela a su casa; los órdenes de la economía no son los preceptos de la convivencia llana y sin ánimos de lucro. Todo placer tiene un precio, muchas veces quimérico. Lo importante es la perseverancia y el alcance, aunque sea sólo de miras.

**EL LIBRO
AGOTADO SÓLO
está cansado**

Llámeselo usado, de ocasión, de segunda mano, o agotado, el libro sólo se gasta si se le maltrata, si se le raya, se le subraya, se le amputa o se le mancha: la lectura lo engrandece. Su

encuentro es siempre provocador y su posesión nunca será igualada ni rebasada por nada. De hecho, todo libro leído es usado y no siempre olvidado, por eso un buen estante no es un féretro, ni una biblioteca será un camposanto. En todo caso, los libros usados son cuerpos en reposo a la espera de ser revitalizados por el lector que resucita su ánimo con ellos.

De hecho, todo libro leído es usado y no siempre olvidado.

Los libros usados son nuevos para cada nueva mirada. Nadie ni nada podrá enviar al sepulcro un libro por muy usado que esté, ni por muy desgastada que esté su armadura.

Nuestras librerías de viejo están cada vez más robustas y saludables, y cada vez hay más oferta en ellas y en los tianguis, ese mercado informal que tantas satisfacciones ofrece al que gusta de caminar entre empujones y olores múltiples.

Los libros usados son nuevos para cada nueva mirada.

De mano en mano, de lectura en lectura, de estante en estante, de librero en librero, el libro de ocasión hace renacer el baile de las letras al que le ponen música nuestros párpados.

Osados caballeros andantes que transitan por los oscuros bosques del entendimiento, de la cultura y de la educación, los libreros de usado van rescatando de entre las bibliotecas privadas que duermen el sueño de los justos aventuras del mundo, plumas perdidas en el tiempo, nombres cuyo significado rebasa los confines de nuestra ciudad, títulos provocadores de añoranzas y textos imprescindibles para vivir. A la vez se han convertido en tabla de salvación para aquel que no le puede dar mordidas al libro una vez que se ha terminado sus recursos monetarios, o que el sablazo a los amigos y a la familia ha dejado de tener efecto positivo.

Ellos son los guardianes de la casa encantada que conserva los hechizos para ser mejor, más grande y maduro. En su mansión se esconde el laberinto que está a la espera del minotauro lector, mas a la entrada de su recinto nos ofrece un hilo de frases para perdernos en la lectura por

**LA
COMPRVENTA
refugio de los
necesitados,
luz de la
oportunidad**

*Algunas estanterías
rebotan autoayudas,
superhéroes de
banqueta, datos
esotéricos y fórmulas
para esconderse
del espejo.*

horas y recuperar la salida al encontrarnos en cada libro que sacamos de allí.

Para confundirnos, a la entrada de sus palacios de palabras ponen mesas (usando un criterio de supermercado) con desordenados montones de libros que han dejado de ser historia, pero que aún pueden servir de iniciador al lector joven, quien encontrará en los clásicos de 10 pesos reductos del tesoro que fueron. Más adelante sus estanterías rebosan autoayudas, superhéroes de banqueta, datos esotéricos y fórmulas para esconderse del espejo. Al fondo, avasallados por los diccionarios, las enciclopedias, los libros en otros idiomas, y luego de tener que atravesar las ediciones universitarias, se encuentran las joyas de la plaza: los grandes escritores, las ediciones príncipe, los libros raros, los libros antiguos, los libros coleccionables y las obras únicas. De allí no sale uno solo, ni con dinero sobrante.

LA VIGENCIA no es problema

Si el polvo es lo que más busca a estos libros, sus valores no los abandonan, de aquí que un libro usado trascienda las generaciones, remonte las épocas y se conserve como objeto siempre en uso, recurso autorrenovable.

DE LOS INCUNABLES a los acunables

Entre el libro viejo y el libro antiguo hay mucho trecho. Al primero se le califica según su estado físico, su actualidad de contenido, su edición, su temática y su autor. Al segundo, según su época, su cercanía a la primera imprenta de tipos móviles en metal vaciado, y se les llama incunables (1455-1500). Independientemente del valor de cambio o de trueque que le asignemos al libro usado, podemos hablar de sus altos valores:

- Referencia de una sociedad.
- Valor intrínseco: por el papel, la composición, viñetas pintadas a mano.
- Valor histórico: por época de edición, circunstancias de su aparición, contenidos culturales.

- Valor cultural: aportación al desarrollo de la humanidad, representante de formas de ser socialmente y creador de opiniones colectivas.

Los enemigos de todo libro: el agua, el fuego, el polvo, las manos cortantes, el olvido.

Los enemigos de todo libro: el agua, el fuego, el polvo, las manos cortantes, el olvido.

Los amigos del libro: la soledad, la lectura, el librero, las manos acariciantes, la mención cotidiana.

En un futuro no lejano —vamos, al ratito—, los soportes del conocimiento y de la palabra del ser humano habrán olvidado el papel. Aún así, el libro como compilador de sueños y realidades, como instrumento de expresión y comunicación, como objeto de avatares intelectuales, sociales y emocionales, como provocador de ideas y transportador de contradicciones, existirá.

El paso ondulante de la vida deja sus huellas, con tinta, turno y tacto, sobre los papeles con los que ha jugado el tiempo —horas, días y años divirtiéndose con la lluvia, el calor, el frío y la resequedad de la historia—. *Tempo*, *timing*, temporal y temporada no son más que uno en el devenir del libro experto. El que mejor ha chupado, mejor vive. Ninguna tinta es más poderosa que el entramado prieto y conservador de un papel en su papel.

Muchos libros solamente son comprados, nunca usados. Algunos de ellos son desechados de unas manos para encontrar calor en otras. Tal vez en estos próximos días el prójimo, que se comunica sin entenderse en la gran red de redes, sienta que lo ya visto está usado, pero ¿podrá llevarlo o enviarlo a algún sitio en el que se recicle sin perderse? ¿Dejará de ser propiedad de alguien lo dicho, lo leído, lo escrito? ¿Habrà quién se defienda defendiéndolo?

Por lo pronto, estoy seguro de que el libro como tal: tinta sobre papel, oloroso a imprenta, transportable, manipulable sin controles, acariable, intercambiable, repetible, en volumen tridimensional, guardable, usado, raro, distinto, de ocasión, manoseado, pirateado o converso a una novísi-

¿HABRÁ LIBROS USADOS electrónicos o digitales?

Los amigos del libro: la soledad, la lectura, el librero, las manos acariciantes, la mención cotidiana.

ma tecnología, seguirá siendo placentero y, por tanto, nunca le faltará un amor de segunda mano.

**Dodecálogo
del libro usado**

- 1) Nunca aceptes que eres decrepito, sí maduro.
- 2) Pórtate como un inmortal que se alimenta con cada lectura.
- 3) No te dé miedo que te toquen, para ello fuiste editado.
- 4) Cántale a los ojos que parpadean pero no te cierran.
- 5) Échate a los pies de todo aquel que sepa leer.
- 6) Rodéate de tus pares, también de los impolutos.
- 7) Sé exigente con las manos que te sostienen: niégales hacer ver bizcos a quien te lee.
- 8) Haz que te rumien, que para eso has vivido tanto.
- 9) No dejes que te compre un subrayador de líneas. ¡Antes roto que manchado!
- 10) Ser de segunda mano significa experiencia. ¡Exige que te den el trato que mereces!
- 11) Que nadie te revenda si no te ha reconquistado.
- 12) No hagas caso de la reencarnación: tú siempre vas a ser un libro usado.

Retrospectiva tipográfica y nuevas tecnologías en el quehacer editorial¹

1. En el principio no había congresos sobre tipografía, y el amante de esta disciplina vagaba solo mientras reinaba la oscuridad

Me propuse intentar una retrospectiva tipográfica en esta época de transición tecnológica con particular enfoque en el quehacer editorial y, para hacerlo, narraré mi experiencia personal, pues creo que ejemplifica lo que hemos estado viviendo y la vertiginosidad de los cambios que a veces parecieran imperceptibles.

Pertenezco a una generación privilegiada —aunque quizá cada una lo ha sido a su manera—. Me refiero a que me ha tocado vivir épocas de transición en distintos ámbitos de mis competencias profesionales y abrirme paso en terrenos nuevos y complejos. Como traductor, impulsé no sólo la creación de la primera asociación de traductores en México, la ATP, sino que también diseñé las primeras licenciaturas en traducción e interpretación en el país. Fue una época apasionante, posterior a la segunda Guerra Mundial, cuando empezaron a surgir las asociaciones de traductores en el mundo y los intentos de convertir el oficio en profesión. Una situación similar enfrenté en el terreno de la edición, ya que en el país no había carreras que

¹ Conferencia impartida en el Noveno Congreso Nacional de Tipografía en México, celebrado los días 24, 25 y 26 de septiembre en la Ciudad de México.

*Hablo de una época
en la que no había en
México escuelas, ni
cursos ni diplomados
para futuros editores, y
menos congresos sobre
tipografía.*

abordaran el quehacer editorial, de tal suerte que, en los años ochenta, organicé con otros colegas los primeros seminarios para la formación de editores, lo que puso de manifiesto el gran vacío imperante en materia de sistematización del conocimiento para su transmisión curricular. Yo estaba en esos entonces más centrado en los temas de la didáctica de la traducción, pero el quehacer editorial me había llamado la atención toda mi vida, pues mi padre fue encuadernador y nací y crecí entre libros, libreros, editores y demás fauna a su alrededor.

Fue en mi infancia cuando se dieron mis aproximaciones primeras a la tipografía debido al uso intensivo que se le daba para dorar lomos y ornamentar portadas de libros empleando el tipo móvil. Pero mi enfrentamiento con la complejidad tipográfica ocurrió cuando, siendo traductor, me inicié en la edición.

Una manera de ganarme la vida era haciendo corrección de originales, galeras y planas, lo cual significaba echarme un clavado en un aspecto fundamental del quehacer editorial: la tipografía.

Hablo de una época en la que no había en México escuelas, ni cursos ni diplomados para futuros editores, y menos congresos sobre tipografía. Sólo había dos maneras de allegarse los conocimientos: buscando literatura clásica al respecto, que era difícil de encontrar, o convirtiéndote en aprendiz de alguien reconocido y docto en la materia. En mi caso, tuve la extraña fortuna de encontrar varios maestros que, a cuentagotas, me fueron transmitiendo sus conocimientos.

2. En la era analógica, la tipografía era cuestión de “iniciados”. Después, también

Cuando hablo de “maestros”, no crean que me refiero a personas que te transmitían de manera estructurada y sistemática los conocimientos de la disciplina en cuestión. Se trataba, más bien, de una suerte de “iniciados” a los

que les arrancabas literalmente los conocimientos cada vez que cometías errores, pues no faltaban llamadas de atención, jalones de oreja o sabias admoniciones del tipo: “No seas pendejo, Alejandro; con esta interlínea harás que la mirada del lector se pierda y no encuentre con fluidez la línea siguiente”. Así, de manera escueta, habías recibido tu primera e inolvidable lección de *lectotipografía*.

Admito, sin embargo, que quienes me dieron entrada a los secretos de la tipografía aplicada al libro fueron muy generosos conmigo. Sin duda, uno de los primeros en despejarme dudas entre charla y charla y tequila y tequila en el Veracruz, fue Alí Chumacero, que oficiaba en el Fondo de Cultura Económica cuando tenía sus oficinas en la calle de Parroquia esquina con avenida Universidad.

Me hacía cargo de la preproducción de *El Trimestre Económico*, revista de gran complejidad tipográfica del Fondo. La preproducción abarcaba la lectura y el cotejo del original —algunos de los artículos eran traducidos—, la tipografía, la formación y las lecturas de galeras y planas, así como la realización de la contraprueba.

En esas épocas me especialicé en libros de economía, de gran complejidad tipográfica, cuya producción muchos rechazaban pese a ser de las obras mejor pagadas. Aceptar el reto no sólo me permitió adentrarme en los secretos tipográficos: también me aseguró trabajo durante muchos años. Además de Alí, otros de mis maestros fueron Felipe Garrido, Gerardo Cabello y Rafael López Castro, discípulo, a su vez, de Vicente Rojo.

El aprendizaje fue arduo. Si los rudimentos de la tipografía ya eran de por sí complejos, su aplicación a las ecuaciones matemáticas, a las tablas y a las gráficas presentaba cada vez mayores dificultades. Lo mismo ocurría con textos especializados en lingüística que incluyeran caracteres en griego antiguo, chino, transcripciones fonéticas, etc., a los que me fui enfrentando con el tiempo.

¿Cómo disponer los elementos en la página en blanco? ¿Qué reglas se aplicaban? Me preocupaba particularmente este punto, dado que solía tratar de ser metódico y

Cuando hablo de “maestros”, no crean que me refiero a personas que te transmitían de manera estructurada y sistemática los conocimientos de la disciplina en cuestión.

*¿Cómo disponer los
elementos en la página
en blanco? ¿Qué reglas
se aplicaban? Solía
tratar de ser metódico
y aprender las normas
para tomarlas como
punto de partida.*

aprender las normas para tomarlas como punto de partida. Abordaba, pues, el trabajo tipográfico siguiendo los mismos preceptos con que había desarrollado una didáctica de la traducción: no puedes romper las reglas sin antes conocerlas y dominarlas, aunque el buen Gerardo Cabello insistía en lo siguiente: “Hay que obedecer las reglas, pero no aplicarlas a lo pendejo”. Y en el mundo editorial era más que frecuente encontrar aberraciones tipográficas que, más que invitar a la lectura, la entorpecían.

La tipografía debía, en mi opinión, responder a reglas precisas que facilitaran la labor del lector, a una especie de “ciencia lectotipográfica” (*Lesetypographie*) a partir de cuyas normas se pudiera jugar con las familias tipográficas y las variaciones que se desprenden de combinar los elementos. Posteriormente diferenciaría en mi estrecho mundo del desconocimiento los dos conceptos: la tipografía como arte de diseñar fuentes y técnica de composición tipográfica para la impresión, y la lectotipografía como la unión de ciencia, técnica y arte destinado a facilitar la lectura.

3. Los “maestros” y sus “secretos” o la dictadura de la mancha tipográfica

*En la era analógica,
los recursos para evitar
o corregir viudas y
huérfanos, callejones
y ríos, entre otros, eran
limitados.*

Un aspecto interesante lo constituyó lo que podríamos llamar la “dictadura de la mancha tipográfica”. En la era analógica, los recursos para evitar o corregir viudas y huérfanos, colitas (también llamada línea ladrona, la que ocupa menos espacio que el blanco de la sangría), callejones y ríos, entre otros, eran limitados. Es decir, no existía la posibilidad, que emergió con el DTP, de ampliar con facilidad el interletrado y espaciado entre palabras. Por lo tanto, el corrector, particularmente el de planas (es decir, de segundas y terceras pruebas), se convertía en un genuino dictador que podía enmendarle la plana al autor y al traductor. Aunque al hablar de esto con una de mis colaboradoras, me dijo: “Objeción. Como corrector, era una auténtica monserga y una labor artesanal de *paste up* sacar adelante aquellos

textos. Si acaso se tenía acceso al autor, había que explicarle la lógica del asunto —cambiar lo mínimo para que siga diciendo lo mismo, pero que quepa— para que lo resolviera, pero como casi nunca era factible, se hacían malabares. Incluso pendía sobre nuestras cabezas la amenaza de que si tenían que volver a parar líneas completas, el costo saldría de nuestra paga. El tirano era el editor”.

El caso es que infinidad de textos fueron modificados para ganar una colita, evitar una viuda, etc. Como yo venía de la escuela de la traducción, donde el traductor suele ser muy celoso de su versión, la facilidad con que los correctores modificaban oraciones, incluso originalmente escritas en español de novelas y cuentos, por ejemplo, aquello no dejaba de sorprenderme. En buena medida se le daba más importancia a la estética tipográfica, que al contenido; es decir, se buscaba adaptar el contenido a la mancha tipográfica. Observando y aplicando aprendí muchísimo de quienes, como Alí Chumacero o Felipe Garrido, arrastraban la pluma sobre originales, galeras y planas. Entre las leyendas editoriales que circulan por ahí está la de que Alí Chumacero, que tuvo a su cargo la edición de *Pedro Páramo*, de Juan Rulfo, hizo muchas correcciones al texto. En entrevistas posteriores admite la posibilidad de que Juan José Arreola haya, efectivamente, enmendado la plana, pero afirma que él, como tipógrafo, jamás lo hizo.

Conociendo a Alí, dudo que no haya metido la mano mirando la mancha tanto o más que el garabato. Así nos las gastábamos en esas épocas.

Si acaso se tenía acceso al autor, había que explicarle la lógica del asunto —cambiar lo mínimo para que siga diciendo lo mismo, pero que quepa— para que lo resolviera, pero como casi nunca era factible, se hacían malabares.

4. El surgimiento del DTP

Todo eso cambió con el surgimiento del DTP. Como ya había trabajado durante años con el tipo móvil, luego con el linotipo, más tarde con la fotocomposición y la *Composser*, esta última desarrollada por IBM, cuando emergió la posibilidad de hacer uso de la computadora con programas como Pagemaker y Ventura, el universo se amplió de una

En buena medida se le daba más importancia a la estética tipográfica, que al contenido; es decir, se buscaba adaptar el contenido a la mancha tipográfica.

Los tipógrafos clásicos se escandalizaron al ver cómo los advenedizos cometían barbaridades desatendiendo las reglas.

manera nunca antes vista ni concebida, y se plantearon interrogantes al modus operandi de quienes habían tenido en sus manos las publicaciones durante siglos, y viceversa, los tipógrafos clásicos se escandalizaron al ver cómo los advenedizos cometían barbaridades desatendiendo las reglas. Para evitar una viuda, ya no modificabas la redacción: contraías o expandías los espacios del párrafo. Era un despropósito particularmente porque, en sus inicios, los algoritmos que determinaban la ampliación o reducción proporcional de los espacios, o la aplicación de la división silábica, aún eran muy rudimentarios, lo que arrojaba líneas muy abiertas o excesivamente condensadas.

Los nuevos “tipógrafos” tampoco obedecían las normas elementales, como la limitación de signos de puntuación y la división silábica, por ejemplo. La estética tipográfica como elemento rector del quehacer editorial comenzó a desvanecerse.

A esto le siguieron fenómenos propios del mercado. Mientras que en una época el traductor y el editor contaban con el tiempo “necesario” para llevar a cabo su labor, lo que podía hacer que la publicación de una obra tomara literalmente años, de la noche a la mañana se exigió acelerar el proceso a toda costa. La estética tipográfica era lo de menos. Es más, el costo incidía con demasiada frecuencia en la determinación de las características tipográficas de una obra, lo que llevó a publicar libros en puntajes ridículamente pequeños con interlíneas casi nulas. La preocupación por la lectotipografía pasó a un plano secundario o dejó de existir.

Los nuevos “tipógrafos” tampoco obedecían las normas elementales, como la limitación de signos de puntuación y la división silábica, por ejemplo. La estética tipográfica como elemento rector del quehacer editorial comenzó a desvanecerse.

A esto se sumaron dos fenómenos diametralmente opuestos: por un lado, el diseño de familias tipográficas profesionales que ofrecían cientos de combinaciones para un *Kerning* idóneo, compuestas por fuentes especiales que permitían combinar armónicamente elementos con patines y otros sin patines, así como versalitas y cursivas adecuadas para el manejo integral de la familia tipográfica; y por el otro, una enorme cantidad de fuentes de todos los estilos, transicionales, modernas, egipcias, grotescas, geométricas, script, etc., que venían como parte de los paquetes de pro-

gramas como Corel Draw y que en su mayor parte eran de muy mala calidad, sin definición de pares para un *kerning* armónico ni algoritmos propios para el *interletraje* y espaciado entre palabras. Las primeras, al ser profesionales, eran sumamente caras; las otras, al ser parte de un paquete, carecían de valor.

Eso vino a corromper terriblemente el escenario de la composición tipográfica en el terreno del quehacer editorial y a hacer de la experiencia lectora un criterio secundario o inexistente en la industria editorial contemporánea.

Un elemento adicional, y poco conocido, fue que durante años carecimos de muchas fuentes especializadas y de recursos para alterarlas o completarlas, de tal suerte que muchos libros con especialidades tuvieron que ser compuestos con recursos adicionales: desde intervención manual hasta uso de tipografías autoadheribles, como Letraset, con lo que se hacían milagros. Como, a fin de cuentas, del resultado final de la labor de composición tipográfica, es decir, de lo que llamábamos “original mecánico”, se pasaba a la elaboración de negativos, esos ajustes manuales, sumamente laboriosos en algunos casos, no eran tan perceptibles para el lector común. La transición tecnológica arrojó, pues, una época de grandes barbaridades tipográficas que algún día algún investigador masoquista rescatará para la memoria.

Durante años se careció de muchas fuentes especializadas y de recursos para modificarlas.

5. Los programas para la modificación de fuentes tipográficas

Con todo, es importante señalar a estas alturas el surgimiento de herramientas imprescindibles para estas obras con especialidades tipográficas de las que he hablado: los programas para el diseño y modificación de fuentes. Mientras que en ese pasado reciente entregabas “cartones” o “pruebas finas” al fotolito para la realización de negativos, en la época del DTP se fueron exigiendo cada vez más resultados finales limpios, sin pegostes, lo que hoy es imprescindible, ya que los originales mecánicos son

inimaginables en este mundo donde rigen netamente los archivos electrónicos. Así las cosas, tener la capacidad de modificar y complementar fuentes fue cada vez más importante. Hay que figurarse el salto mortal que implicó para un inmigrante digital como yo, proveniente de una vertiente pedagógica y luego literaria con especialización en traducción. Meterte en el corazón del diseño de la fuente, modificarla exitosamente y aplicarla a las publicaciones especializadas fue todo un reto. Pero, sin eso, gran parte de las publicaciones que tuve en mis manos no habrían podido realizarse.

6. Cómo allegarse los conocimientos en la época de transición

¿Qué hacer, entonces, en una época en que los paradigmas cambiaban rápida y radicalmente y no había maestros ni referentes en ese terreno —el de las nuevas tecnologías—, o al menos no en México? ¿A quiénes acudir?

Quizás aprender a modificar o rediseñar fuentes constituyó uno de los desafíos más exigentes. Sin embargo, en la época de la tipografía analógica uno se convertía en aprendiz de quienes dominaban hasta cierto punto los rudimentos. ¿Qué hacer, entonces, en una época en que los paradigmas cambiaban rápida y radicalmente y no había maestros ni referentes en ese terreno —el de las nuevas tecnologías—, o al menos no en México? ¿A quiénes acudir? ¿Cómo aclarar las numerosas dudas que surgían no sólo de los nuevos procesos de composición tipográfica, sino también de las reglas de mercado? Uno estaba prácticamente solo. A menos, claro, que te allegaras recursos, como las publicaciones que comenzaron a surgir en esas épocas y que abordaban todos, o al menos gran parte de los aspectos que te preocupaban.

Los que fuimos pioneros en esa época de transición tuvimos que vérnoslas solos, leyendo vorazmente cuanta información caía en nuestras manos, buscando revistas especializadas, algunas de ellas aún las guardo celosamente en uno de mis roperos, y localizando interlocutores en ese amplio desierto de desconocimiento e incertidumbre. Por supuesto, hablo de una época donde no existían las redes sociales, de manera que buscar a los otros que seguramente

también batallaban con los mismos problemas, o que quizá tenían respuestas a preguntas a las que uno no les hallaba la cuadratura, era casi imposible.

Tuve la fortuna de coincidir con algunos colegas, particularmente Carlos Palleiro, con quienes intercambiaba información y opiniones. En esa época volví a refrendar un principio que hoy debe regir nuestra vida profesional: nunca puedes dejar de aprender, pues en épocas de transición tecnológica, las interrogantes superan las certidumbres. Y en el terreno tipográfico eso es aún más válido.

Por supuesto, hablo de una época donde no existían las redes sociales, de manera que buscar a los otros con los mismos problemas, o quizá con las respuestas, era casi imposible.

7. Solar y Ediciones del Ermitaño como proyectos permanentemente experimentales

Permítanme contextualizar toda esa experiencia. Ediciones del Ermitaño nació en 1984 y, durante 10 años, editó de manera tradicional en muchos sentidos. Un año después de su fundación, surgió Solar como empresa de servicios. A ambas las fusioné años más tarde. De 1986 a 1994 me tocó experimentar en el terreno del uso de la computadora y dispositivos periféricos para la reproducción editorial. Fue la época en que pasamos de la fotocomposición y medios alternativos, como la Composer y el mismo linotipo, cuyo uso sobrevivió unos años más, a las fuentes digitales.

Ediciones del Ermitaño nació en 1984 y, durante 10 años, editó de manera tradicional.

De esa época, pocos guardan recuerdos porque fui de los escasos aventurados que exploró casi todo lo que emergió en ese entonces. En un principio, la tipografía que podías imprimir en impresoras láser estaba compuesta por simples bitmaps, o mapas de bits, con una resolución máxima de 300 puntos por pulgada. Su baja resolución, que arrojaba un resultado “pixelado” a ojo pelón, hizo que en sus inicios los editores la rechazaran.

Fue la época en que pasamos de la fotocomposición y medios alternativos, como la Composer y el mismo linotipo, a las fuentes digitales.

Fue en ese momento cuando surgió una compañía llamada LaserMaster, que pocos recuerdan, que desarrolló tanto *hardware* como *software* que permitía elevar la cantidad de bits de los que se componía la tipografía en aquel entonces. Así pasamos de los 300 a los 410 puntos por

pulgada y, luego, a los 600, a los 800, a los 1000, y así sucesivamente hasta llegar a los 1800. Los resultados ya eran sorprendentes y rivalizaban, hasta cierto punto, con la fotocomposición. Su tecnología combinaba las LaserJet II de HP con tarjetas de procesamiento de datos de LaserMaster, que eran muy costosas pero lograban su objetivo. Nosotros, en Solar, incorporamos desde sus inicios esa tecnología y seguimos todo su proceso. Más adelante, LaserMaster creó el primer monitor monocromático WYSIWYG que permitía incluso ver las complejísimas fórmulas matemáticas en el monitor conforme las componías con un lenguaje de programación que luego fue sustituido por programas más intuitivos, como Ventura, por ejemplo. Fue la época en que pasamos también de la fuente compuesta de bitmaps a las fuentes vectorizadas, y del punto de tamaño fijo de las impresoras al desarrollo del punto variable que, mediante interpolación, lograba mejorar notablemente el resultado visual de la tipografía.

LaserMaster creó el primer monitor monocromático WYSIWYG que permitía incluso ver las complejísimas fórmulas matemáticas en el monitor conforme las componías con un lenguaje de programación.

En los medios profesionales esa batalla la libraba LaserMaster contra el Postscript, que en un inicio terriblemente lento, lenguaje que se fue imponiendo en la tecnología de impresión. El desenlace lo conocen: el Postscript de Adobe finalmente se impuso, fue ganando en capacidad de resolución en la combinación *hardware* y *software* y LaserMaster desapareció. Durante años, el estándar en materia de resolución en blanco y negro se fijó en 600 puntos por pulgada, pues a partir de 410 puntos el ojo dejaba de percibir la diferencia. Hoy, la resolución estándar es mucho mayor.

La revolución que significó el surgimiento de la impresión digital para la industria editorial a principios de los años noventa partió de la tipografía vectorizada y la resolución de 600 puntos por pulgada interpolados que habíamos alcanzado con las LaserJet II de escritorio. Se trataba de las famosas impresoras Docutech de Xerox, las cuales incorporamos en Solar y Ediciones del Ermitaño en 1994.

A partir de ese momento, vivimos toda la evolución en materia de impresión digital, pues en el 2000 cambiamos

de Xerox a Heidelberg, poco después a tecnología de Océ y, finalmente, hoy, volvimos a Xerox, con impresoras que rondan los 2800 puntos por pulgada de resolución.

Esa tecnología planteó desde un principio lo que apenas hoy estamos haciendo exitosamente: la producción de libros a nivel internacional sin necesidad de exportarlos físicamente: los que viajan son los archivos. Así, el tiro corto que uno imaginaba en los noventa, hoy es posible de uno en uno; es decir, es rentable imprimir un solo ejemplar digitalmente. Esto ya lo hacemos a través de una alianza que hemos forjado empresas de México, España, Argentina y Colombia, con más países a punto de unirse.

Explico esto porque la tipografía también implica resolución y, por tanto, calidad de impresión para el lector. Y todo esto, que menciono muy someramente aplicado a la producción de libros con interiores en negro, aplica también para el color, que vivió evoluciones y revoluciones similares.

Ya entrados en el tema, un dato que no quisiera soslayar es el de las resistencias a imaginar e incorporar el futuro.

En el 2001 llevé a cabo una insólita alianza entre Heidelberg, fabricante de impresoras digitales, Adobe y Apple con objeto de montar en la FIL de Guadalajara el Pabellón Tecnológico que tuve el gusto de idear y dirigir.

Llevamos a la FIL toda la tecnología, impresoras en negro y a color, guillotinas y encuadernadoras, además de computadoras de Apple cargadas con el *software* de Adobe y les mostramos a los editores lo que sería el futuro próximo: el libro electrónico basado en el Content Server o Content Guard. Todo el futuro del libro, de la tipografía, del quehacer editorial lo tuvimos allí, en México, ante los ojos de cuantos quisieron verlo, pues fue el pabellón más grande del que se tenga memoria en la FIL. Pero nadie hizo caso. Pocos años después aparecerían el Kindle, el iPhone y la iPad. Me gusta decir que tuvimos aquí, en México, el futuro y la posibilidad de adelantarnos a él en nuestras manos, pero la ceguera prevaleció. Como escribió Saramago: "No nos quedamos ciegos, creo que estamos ciegos, ciegos que ven, ciegos que, viendo, no ven".

Todo el futuro del libro, de la tipografía, del quehacer editorial lo tuvimos allí, en México, ante los ojos de cuantos quisieron verlo, pues fue el pabellón más grande del que se tenga memoria en la FIL.

Esa tecnología planteó desde un principio lo que apenas hoy estamos haciendo exitosamente: la producción de libros a nivel internacional sin necesidad de exportarlos físicamente: los que viajan son los archivos.

8. La desaparición de los editores clásicos y la explosión demográfica de los diseñadores gráficos vs. los diseñadores editoriales

La falta de un conocimiento preciso de las ciencias detrás de la capacidad de leer textos largos es uno de los impedimentos para que la lectura prospere.

Pero regreso al tema de los editores con un tema que levanta ámpulas hoy en día y que es la oposición entre la formación del diseñador gráfico vs. la del diseñador editorial debido a la desaparición del editor de la vieja guardia, que se fue replegando hasta desaparecer ante la imposibilidad de comprender los nuevos paradigmas que enfrentábamos. Quienes estamos en el frente editorial, es decir, en la edición de libros, tenemos que abordar el reto del diseño editorial contemplando un sinnúmero de elementos que la educación del diseñador gráfico actual no incluye usualmente y que se resume en ese concepto que he mencionado varias veces: el de la lectotipografía. La falta de un conocimiento preciso de las ciencias detrás de la capacidad de leer textos largos es uno de los impedimentos para que la lectura prospere. El editor clásico, del tipo de Alí Chumacero, prestaba particular atención a la estética tipográfica del libro —ya fuera de narrativa, poesía o de temas científicos y tecnológicos de la época— partiendo del lector.

Carecíamos en ese entonces de los elementos científicos de los que hoy disponemos para determinar la elección de los rasgos de la familia tipográfica idónea en función del tipo de texto, así como de la disposición de los elementos en la caja, o en la página, o en el espacio sobre el que serán desplegados.

El fin último del diseño de fuentes debe ser facilitar que el lector tenga una experiencia grata al enfrentarse a un texto.

En los dos terrenos que podrían ocuparnos en el marco de esta temática, es decir, el del diseño de fuentes, de familias tipográficas, así como de su uso con propósitos específicos, el fin último y, por tanto, fundamental, debe ser el de la lectura, el de facilitar que el lector tenga una experiencia grata y exitosa al enfrentarse a un texto. ¿Cómo responder a esto cuando se carecen de los conocimientos necesarios propios de la lectotipografía?

Un problema que evidencia la imposibilidad de crear hoy en día reglas estáticas, es la constante transformación

de los medios de lectura. Si bien la lectura sobre papel sigue predominando, la lectura sobre dispositivos electrónicos va en rápido ascenso.

Esos cambios en los medios, por lo general, se anticipan a la evolución del conocimiento científico de los procesos que llevan a la adecuada percepción de los impulsos visuales o auditivos que enfrentamos.

Como supondrán, a lo largo de los años he participado en todas las discusiones imaginables en torno a ventajas y desventajas de las nuevas tecnologías. La relativa desaparición de la estética tipográfica en dispositivos como Kindle constituye un tema en sí. No sólo se desvanece la percepción de página, sino también de gran parte de los elementos estéticos de la tipografía clásica. No obstante, pese a que en términos de libros cada vez se lee menos, en cuanto a textos se lee quizá cada vez más.

Los diseñadores de fuentes y familias tipográficas enfrentan ahora retos complejos: un mismo archivo pretende navegar en distintos soportes (papel, lectores de tinta electrónica, tabletas, teléfonos inteligentes). A los diseños de páginas responsivas (es decir, que se adaptan al tipo y tamaño del dispositivo) corresponden familias tipográficas también responsivas.

Un entorno tipográfico tan complejo requiere diseñadores y tipógrafos que sepan dar soluciones adecuadas en función de las necesidades de lectores diversos y que comprendan la complejidad del reto. Es allí donde encuentro una gran laguna en la actual formación de diseñadores carentes, en gran medida, de los conocimientos necesarios para acometer las tareas específicas del diseño tipográfico destinado al libro y publicaciones en general, de lectura parcial o totalmente lineal o inmersiva.

La relativa desaparición de la estética tipográfica en dispositivos como Kindle constituye un tema en sí. No sólo se desvanece la percepción de página, sino también de gran parte de los elementos estéticos de la tipografía clásica.

Es allí donde encuentro una gran laguna en la actual formación de diseñadores carentes, en gran medida, de los conocimientos necesarios para acometer las tareas específicas del diseño tipográfico.

9. Retos para la comunicación basada en la tipografía

Otro aspecto fascinante de la transición tecnológica de la tipografía lo constituye la posibilidad de generar, en el

Hoy estamos en condiciones de producir libros impresos de uno en uno y la personalización en función de las necesidades visuales de cada individuo sería técnicamente posible.

ámbito del libro electrónico, pero también en el del libro impreso, soluciones para satisfacer las necesidades de una población con capacidades visuales y de comprensión diversas. Durante siglos se ha editado para un lector genérico con capacidades visuales digamos “estándares”. Así como en un principio las dificultades visuales (miopía, astigmatismo) les impedían a las personas desenvolverse normalmente hasta la invención de los lentes, otros trastornos visuales pueden hoy en día dificultar o impedir la lectura. El libro electrónico tiene avances y ventajas notables en ese ámbito, pues ofrece la posibilidad de que el usuario modifique el tamaño de la letra, el color del fondo e incluso la familia tipográfica.

A finales del siglo pasado, un grupo de investigadores australianos me visitó para plantearme un proyecto que estaban realizando en su país y que deseaban explorar en México.

Se trataba, precisamente, de juegos con la disposición de los elementos que complementan la tipografía en la plana, por ejemplo, una línea sobre fondo claro, la siguiente calada sobre fondo oscuro, o secuencias de fondo claro y oscuro palabra por palabra.

Técnicamente, la impresión digital abría la posibilidad de elaborar e imprimir libros ad hoc según las necesidades visuales de cada usuario. Diversas dificultades nos impidieron realizarlo en México en ese entonces. No obstante, hoy estamos en condiciones de producir libros impresos de uno en uno y la personalización en función de las necesidades visuales de cada individuo sería técnicamente posible. Por supuesto, el surgimiento de los dispositivos electrónicos de lectura hace menos plausible la exploración de este ejercicio sobre papel, debido a las capacidades infinitamente más flexibles de los nuevos dispositivos. Pero nos da una idea de la viabilidad e importancia de explorar desde el punto de vista del diseño editorial la adaptabilidad del texto a las circunstancias del individuo, incluso en esos casos extremos en que se requiere de una diferenciación de cada elemento.

Sin ir tan lejos, mucho ayudaría impulsar una cultura del diseño editorial con la mira puesta realmente en el lector. Cuando las encuestas hablan de lo poco que se lee y los encuestados aducen que leer los adormece, que les cuesta trabajo concentrarse, que pierden el hilo, etc., generalmente atribuimos el fenómeno a una falta de educación y cultura y no a la posibilidad de que a algunos (o a muchos) el erróneo diseño tipográfico les impida leer. Basta que la caja sea excesivamente ancha, que el tamaño de la letra sea muy pequeño o que la interlínea sea inadecuada, para que propiciemos una experiencia lectora frustrante.

Como ejemplo cabe señalar que los dispositivos electrónicos de lectura han tenido creciente éxito entre la población adulta y de la tercera edad, precisamente porque pueden adaptar el tamaño de la fuente a sus necesidades visuales. Infinidad de adultos mayores habían dejado de leer precisamente porque les resultaba imposible lidiar con textos parados en 11 en 13 o, peor aún, 10 en 11 puntos por ejemplo. Eso pone de manifiesto también la necesidad de diseñar fuentes para vista cansada.

Sin ir tan lejos, mucho ayudaría impulsar una cultura del diseño editorial con la mira puesta realmente en el lector.

10. El futuro del libro, la lectura... y la tipografía

En ese contexto, desde hace años me he preguntado no sólo cuál será el futuro del libro, tema sobre el que he organizado varios coloquios, sino también cuál será el futuro de la lectura. Un problema que enfrentamos en el terreno editorial tiene que ver con esa interrogante, de cuya solución se desprendería la respuesta a un tema espinoso: ¿cuál debe ser el perfil del editor del futuro? De igual manera podríamos preguntarnos cuál sería el perfil del tipógrafo del futuro. En el caso de la edición, el problema es mayúsculo, debido a los rápidos cambios que se están dando en nuestro medio. Sabemos que hoy en día, particularmente en ámbitos tan dinámicos como los nuestros, cuando formamos profesionales no lo podemos hacer con la mirada puesta en lo que prevalece, a menos que queramos formar

Los editores necesitarán al menos dos soluciones: la generación de archivos PDF y la elaboración de ePubs, que están en constante evolución, para el mercado del libro electrónico.

Un editor en esta época de transición no puede dejar de aprender. Es más, tiene que ser capaz de ir a la vanguardia y de tomar la delantera.

legiones de editores disfuncionales probablemente destinados a engrosar las filas del desempleo. La formación del editor debe considerar una serie de destrezas derivadas de esta época que llamo “de transición”.

Es decir, por un lado, debe poder enfrentar necesidades de la edición tradicional, digamos, de la edición del libro impreso. Eso ya implica el conocimiento de las normas tradicionales bajo las que, digamos, Alf Chumacero trabajaba, por dar un ejemplo. Pero podemos anticipar que la mayor parte de los editores necesitará al menos dos soluciones adicionales: por un lado, la generación de archivos PDF tanto para publicaciones electrónicas estáticas como para lo que llamamos la e-distribución y la producción digital bajo demanda, como la elaboración de ePubs, que están en constante evolución, para el mercado del libro electrónico. Y cada uno de estos aspectos tiene su carga de complejidad tipográfica.

Si nos vamos a los libros de texto, o de difusión científica y tecnológica, los problemas comienzan a aumentar por la cantidad de variables que involucran. Tanto en la Maestría en Diseño Editorial de la UAM como en los diplomados de la UNAM/Caniem, donde he dado clases, al enfrentar a los alumnos a ese creciente universo de posibilidades, más temprano que tarde les quedan claras sus limitaciones y el reto que enfrentan a futuro.

Se tienen que allegar permanentemente conocimientos no sólo de los que hoy carecen, sino de los que están surgiendo día a día. Un editor en esta época de transición, en suma, no puede dejar de aprender. Es más, tiene que ser capaz de ir a la vanguardia y, de ser posible, tomar la delantera. ¿De dónde saco esa conclusión? Del rápido cambio generacional que hoy presenta una variable inédita en la historia de la humanidad: el surgimiento del nativo digital.

Esa categoría, la del nativo digital, tan en boga por un lado y tan incomprendida por el otro, es la que, en mi opinión, nos enfrenta a quienes estamos en el frente editorial, al igual que en el académico, a constantes retos.

Para quien no lo sepa, entendemos por nativo digital a quien ha nacido y crecido expuesto al uso constante de medios electrónicos, digitales, como computadoras, tabletas, teléfonos inteligentes, consolas de juegos, etc. Partimos —por investigaciones realizadas— de que éstos constituyen no sólo un cambio generacional evolutivo, como muchos otros del pasado, sino cualitativo, pues su cerebro comienza a procesar la información de manera distinta. Es decir, para hacer lo mismo que un inmigrante digital, que sería alguien de mi edad, activa regiones distintas del cerebro.

Esto, aunado a los avances neurocientíficos a los que se le están destinando hoy en día inmensos recursos, dará por resultado una revolución educativa cuyos inicios estamos viviendo, y, por ende, transformaciones radicales no sólo en la manera de apropiarse de la información, sino también de generarla. De allí la importancia de hablar del futuro del libro, del imaginarlo y de anticiparlo. No es difícil intuir que, junto con el libro y el documento en general (libros, revistas, periódicos, boletines, etc.), vendrá una transformación tipográfica. Me entusiasma pensar, en un futuro próximo, en organizar un coloquio sobre el futuro del libro y de la tipografía a la luz de los nuevos conocimientos científicos y de las elucubraciones de quienes han estado a la vanguardia en el análisis de todo esto, como Bob Stein, director del Instituto del Futuro del Libro, quien hace un par de años estuvo en México.

Para quien no lo sepa, entendemos por nativo digital a quien ha nacido y crecido expuesto al uso constante de medios electrónicos, digitales.

Los avances neurocientíficos a los que se les destinan inmensos recursos darán por resultado una revolución educativa.

11. El futuro aún no está aquí: apenas lo estamos construyendo...

En años recientes se realizaron numerosos coloquios, simposios, congresos internacionales donde solía asegurarse que “el futuro ya estaba aquí”, como si de veras lo que se estaba planteando representara el futuro. Muchos de los que allí presentaron sus proyectos, sus soluciones, han cambiado de trabajo, quebrado como empresas o modificado su percepción del hoy y del mañana.

En numerosos congresos solía asegurarse que “el futuro ya estaba aquí”, como si de veras lo que se estaba planteando representara el futuro.

Es probable que no estemos del todo preparados para hablar realmente del futuro, pues lo que podamos imaginar intimida a cualquiera. Apenas en estos días, por ejemplo, Oyster, que se anunciaba como el Spotify de los libros, anunció su cierre, y empresas como Publidisa, que quiso ser la trasnacional de la impresión digital, quebraron aparatosamente.

Lo cierto es que estamos en un proceso de rápida transformación evolutiva que tarde o temprano acabará dando un salto cualitativo para acabar de cambiar todo lo que conocemos. Hoy podemos navegar en esta maravillosa diversidad propiciada por la transición.

*Lo cierto es que estamos
en un proceso de rápida
transformación evolutiva
que tarde o temprano
acabará dando un salto
cualitativo para acabar
de cambiar todo lo que
conocemos.*

Mi empresa, Solareditores, por ejemplo, ha estado construyendo una alianza internacional para ofrecer servicios editoriales integrales a través de una plataforma que ya nos permite imprimir indistintamente en tirajes cortos, largos, o uno a uno, en México, España, Argentina y Colombia, lo que abre un mundo de posibilidades tanto para las editoriales grandes y medianas, como particularmente para editores pequeños o autores que se quieren autopublicar. En Buenos Aires, adonde asistí a un encuentro de la Alianza Internacional de Editores Independientes que se realizó en el marco del Mercado de la Industria Cultural Argentina, tuvimos un intercambio muy interesante de ideas. A mi regreso a México llevamos a cabo el Festival Cultural de la Biodiversidad en San Pedro de los Pinos, donde la editorial que dirijo, Ediciones del Ermitaño, tiene su librería de barrio, que es un proyecto experimental de librería encaminado a generar un modelo de negocio librero sustentable, independiente y encapsulable o franquiciable para detonar las actividades culturales en el país. En el marco de este festival, que estuvo muy concurrido, por cierto, reunimos no sólo a editores independientes, sino también a artesanos, encuadernadores y calígrafos.

Además, en breve llegaré a México Uberto Stabile, que durante casi veinte años ha venido realizando los encuentros de editores conocidos como EDITA, tanto en España como en América Latina, y con quien he trabajado para reu-

nir a toda esa fauna de pequeños proyectos editoriales de carácter alternativo que están teniendo gran auge mundial.

Les cuento esto porque demuestra que en esta época de transición todo tiene cabida. Mi padre fue encuadernador y profesor de encuadernación, y cuando cerró su taller pareció que se abría un abismo en el terreno de la encuadernación artística y artesanal en México.

Sin embargo, de pronto me he encontrado no sólo con un grupo de jóvenes encuadernadores, sino también, entre ellos, una empresa que se dedica a la fundición de tipos móviles en México. Además, a un maravilloso carpintero que fabrica toda esa arcaica herramienta para la encuadernación artesanal. Y en el ámbito internacional se cuentan por miles los que se dedican al libro de artista.

Ésa es la maravillosa riqueza que nos brinda la diversidad en medio de la cual nos encontramos y que se resiste a la avasalladora predominancia de gigantes como Amazon o Google.

El presente y el futuro del libro, de la tipografía y de la lectura se dirimen hoy en día entre esas fuerzas que parecieran antagónicas. En este escenario, espero que editores y tipógrafos trabajemos más de la mano con objeto de diversificar y ampliar las opciones, pues en la diversidad radica no sólo nuestro futuro, sino particularmente nuestra supervivencia como entidades libres e independientes.

*Mi padre fue
encuadernador
y profesor de
encuadernación, y
cuando cerró su taller
pareció que se abría
un abismo en el terreno
de la encuadernación
artística y artesanal en
México.*

Colaboradores

Alejandro Zenker. Editor, traductor y fotógrafo. Director general de Solar, Servicios Editoriales, y de Ediciones del Ermitaño. Es director de la colección Minimalia, de la revista *Quehacer editorial*, creador y principal promotor de la Red Independiente de Proyectos Artísticos y Culturales (RIPAC) y del Instituto del Libro y la Lectura (ILLAC). Fue fundador y presidente de la Asociación de Traductores Profesionales (ATP), director general del Instituto Superior de Intérpretes y Traductores y miembro de la mesa directiva de la Asociación Mexicana de Lingüística Aplicada (AMLA).

Juan Domingo Argüelles. Poeta, ensayista, editor, divulgador y promotor de la lectura. Sus más recientes libros son: *Antología general de la poesía mexicana* (2012-2014), *Final de diluvio* (2013), *Ética y poética de la lectura: el derecho de leer, la libertad de saber* (2013), *¿Es la lectura un derecho?* (2013), *Pelos en la lengua* (2013), *Cuentos inolvidables para amar la lectura* (2014), *Leer bajo su propio riesgo: mitos y realidades del hábito de leer* (2014), *¿Qué leen los que no leen?* *El poder inmaterial de la lectura, la tradición literaria y el placer de leer* (2014, nueva edición corregida y actualizada), *Historias de lecturas y lectores: los caminos de los que sí leen* (2014, nueva edición aumentada) y *Escribir y leer con los niños, los adolescentes y los jóvenes: breve antimanual para padres, maestros y demás adultos* (2014, nueva edición).

Camilo Ayala Ochoa. Licenciado en Historia por la UNAM. Se ha desempeñado como bibliotecario, corrector, ilustrador, escritor, guionista, redactor, editor, encuadernador y catalogador, entre otras actividades. Ha publicado en revistas como *Orden*, *Pórtico de América*, *Obra Negra*, *Etcétera*, *Humanidades*, *UNAM Hoy*, *Eutopía* y *Acalán*. Es jefe del Departamento de Planeación Editorial de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Juan Manuel Domínguez Serna. Como lector prefiere la poesía y el ensayo. Durante los últimos veinte años ha trabajado en una de las primeras escuelas activas en México como director de una sección. Estudió pedagogía. Ha escrito en revistas de educación. Participó en la elaboración del proyecto de atención para Adolescentes en conflicto con la ley, de lo que antes se llamaban tutelares (ahora Comunidades de adolescentes) en el D.F; desde hace siete años también trabaja en una Comunidad de adolescentes. Anteriormente fue asesor de fomento a la lectura para Conaculta. También es narrador oral escénico desde hace 25 años.

Francisco de León. Doctor en Filosofía por la UNAM, es autor de cuatro libros de poesía y dos de ensayo. Ha realizado estancias en la Universidad de Barcelona y el Banff Centre. Actualmente realiza estudios pos doctorales en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Manuel Dávila Galindo Olivares. Editor, traductor, cofundador de la editorial Uno de Tres, autor y lector profesional, ha publicado en revistas como *Texturas*, *Hermano Cerdo*, *Tierra Adentro*, *Lee +*, *Dónde Ir*, *Opción*, *Lenguaraz*, *El Perro...* Conferenciante y ensayista sobre el universo del libro y la edición, ha sido gerente de Contenidos Digitales en Librerías Gandhi de México durante muchos años; ahora es Global Manager de la librería digital Bajalibros.

José Pulido Mata. Corrector de estilo. Ha coordinado publicaciones académicas para la Universidad Autónoma de Nuevo León, así como ediciones para instituciones culturales y gubernamentales del norte del país. Actualmente cursa la maestría en Diseño y Producción Editorial en la UAM-Xochimilco y trabaja para la editorial de teatro Paso de Gato. Ha impartido talleres de corrección en la UAM-Iztapalapa y tiene un libro de ensayos publicado por una editorial artesanal de Monterrey, ciudad de la que es originario.

Mauricio López Valdés. Poeta, narrador, ensayista, editor y académico de tiempo completo en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, donde colabora como editor y profesor. Ha impartido cursos, presentado ponencias y dictado conferencias en diversas universidades de México, así como en varias instancias del medio editorial. Fue secretario de redacción y editor de la "Revista Mexicana de Cultura", de *El Nacional*; director de la revista *Cabañuela* y codirector de Ediciones 69 y Ediciones Lagarto. Como autor, ha publicado poesía, narrativa y ensayo en diversos medios periodísticos, revistas académicas y obras colectivas,

además de los libros *Para destilar un silencio* (1994), *De los animales de esta tierra y las historias que de ellos se cuentan* (1998), *Historia de un minuto* (2005), *Guía de estilo editorial para obras académicas* (2009) y *Guía de procedimientos editoriales de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM* (2010).

José Alfredo Cabrera Morales. Maestro en Producción Editorial y diseñador. A sus 29 años de edad tal parece que no cambiaran sus opciones, sin embargo, lo que sí tiene claro es que no estudiaría (una vez más) Ciencias de la Comunicación. Actualmente se dedica a la edición free lance y a contribuir a la profesionalización del quehacer editorial desde la perspectiva independiente.

Jacinto Martínez. Ante todo, es hacedor de libros, pues es editor, diseñador y encuadernador. Cursó programas académicos en la Universidad Veracruzana, la Gestalt de Diseño y la Autónoma Metropolitana. Ha trabajado en medios y colaborado con diferentes sellos editoriales. Se dedica a la gestión de proyectos e impulsa la pequeña Lunaria Ediciones.

Vianney A. González Luna. Diseñadora gráfica por la Universidad Intercontinental tiene la maestría en Diseño y Producción Editorial por la UAM-Xochimilco. Ha colaborado y editado varios libros para distintas instituciones, como la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (Conabio) y la Universidad Autónoma del Estado de México. Imparte clases en distintas universidades como la UAM y la Universidad Intercontinental, donde actualmente imparte las materias de Diseño Editorial y Tipografía. Es cofundadora y directora de arte en el proyecto comunitario del periódico *La Marcha* de Malinalco. Sus líneas de investigación son: edición institucional, gestión de procesos editoriales y el papel del editor en la divulgación científica.

Sandro Cohen. Escritor, traductor, editor y profesor universitario. Nació en 1953, en Newark, New Jersey, Estados Unidos. Llegó a México en agosto de 1973 y es mexicano por naturalización desde 1982. Realizó estudios literarios en la Universidad de Rutgers y su doctorado en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Fue director editorial de Grupo Editorial Planeta México y de Editorial Patria. En 1999 fundó Editorial Colibrí, S.A. de C.V., de la cual fue director general. En su literatura abarca los siguientes géneros: poesía, crónica urbana, novela y libro de texto. Ha publicado centenares de ensayos, notas, reseñas críticas y artículos especializados en revistas mexicanas y extranjeras. Es catedrático del Departamento de Humanidades de la UAM-Azcapotzalco.

Sofía de la Mora Campos. Profesora titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. Realizó la Licenciatura de Comunicación Social en la UAM-x y la Maestría en Edición en la Universidad de Guadalajara.

Jenny Teresita Guerra González. Licenciada en Comunicación por la Universidad Autónoma del Estado de México. Es egresada de la generación 2005-2007 de la Maestría en Estudios Latinoamericanos de la UNAM. Realizó una estancia de investigación en la Universidad de Antioquia (Medellín, Colombia) y fue becaria de la Dirección General de Estudios de Posgrado. Investigadora del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, UNAM.

Enrique Richter. Licenciado en Economía por la UNAM y máster en Economía por la Universidad de Manchester, Inglaterra. Desde su incursión en la industria y el comercio del libro, ha sido ejecutivo y consultor de Librerías de Cristal, Grupo Legaria, Cambridge University Press, Aboitiz y Asociados, Verticalibros, Lerner Publishing Group, Infoestratégica, Instituto de Desarrollo para Libreros (Indeli), Publidisa y Buscalibros.com. Autor del libro *La librería y sus factores críticos de éxito* (2010). Conferencista en la FIL del Palacio de Minería, en Casa Lamm, el Congreso de Libreros Mexicanos y en la Convención Anual de Ediciones Fiscales ISEF. Instructor del personal de las librerías del Fondo de Cultura Económica, Librería Internacional, Librerías Porrúa, Librería Parroquial de Clavería, Librerías Educal (Libros y Arte), librerías de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, del Diplomado UNAM-Caniem, de las librerías del Instituto Politécnico Nacional y de la Cátedra para Libreros del Indeli. Miembro activo de la Asociación de Libreros Mexicanos, A.C.

Susana Domínguez Martín. Cofundadora, junto con Lupe Roldán Morales, de Códex Estudio: <<https://www.facebook.com/susana.dominguez.encuadernacion>>, <<https://www.facebook.com/codex.estudio>>.

Lorenzo Figueroa Cornejo. Editor y gestor cultural. Estudió la Maestría en Edición por la Universidad de Guadalajara, diplomado en Edición en la Universidad Pompeu Fabra, en Barcelona, y la Maestría en Ciencias de la Educación.

Quehacer
editorial

INTERNACIONAL

P

O

D

OPORTUNIDADES

1

:

1

ESCUCHA EL MERCADO Y EMBÁRCATE EN NUEVAS OPORTUNIDADES

EL OBJETIVO SIEMPRE CLARO: VENDER MÁS LIBROS, A MÁS LECTORES,
EN MÁS LUGARES Y EN MENOS TIEMPO

En el sector editorial nos encontramos en un periodo de transición que ha obligado a mover los cimientos del modelo de negocios tradicional. Si bien anteriormente las reglas económicas planteaban que primero había que hacerse de una producción de largas tiradas de libros a costos muy baratos, para después enfocarse en venderlos para recuperar la inversión, hoy el panorama vislumbra horizontes alternativos.

Entre otros, hay tres elementos indicadores de que el momento de afrontar los cambios es ahora: *a)* un cambio en el flujo económico del libro, *b)* la crisis del modelo productivo tradicional, y *c)* las nuevas tecnologías. La relación de estos tres componentes ha permitido que no sólo nos enfrentemos a un cambio de paradigma en lo que respecta a la forma de consumir del lector, sino también

en cuanto a prototipos de ventas, de tal suerte que el modelo tradicional de negocio se ha dinamizado para invitar a los agentes participantes en la cadena del libro a afrontar nuevos retos y renovar criterios.

Vale la pena retomar la relación de los puntos anteriores. Con la creciente oferta literaria y el surgimiento de nuevos lectores de nicho, la venta ya no es monolítica; ni por canal ni por conjunto limitado de títulos. Como consecuencia de este escenario, el modelo de tiros largos, por ejemplo, es muy riesgoso: se trata de una apuesta de venta de títulos concretos entre una gran variedad de puntos de venta.

Tradicionalmente, el modelo de negocios se basaba en buena medida en la regla de Pareto, donde el 80% de las ganancias se

obtienen del 20% de los productos. Es decir, los esfuerzos se centran principalmente en el mercado de masas mientras que el fondo del catálogo se castiga.

Aunado a lo anterior, nos encontramos ante un cambio de paradigma tecnológico que ha modificado la forma en que la gente consume contenidos. La inmediatez que ofrece ha hecho al lector más exigente: busca variedad, cantidad, disponibilidad y rapidez. Esto produce una evidente ruptura con el modelo tradicional.

Debido, entonces, al surgimiento de lectores especializados y a la apuesta por la biodiversidad, florecieron otros modelos, como el nuevo *long tail*. Éste, al contrario de la regla de Pareto, basa su estrategia en vender, en menor volumen, el mayor número de productos diferentes. En este punto, la tecnología deja de ser una dificultad para convertirse en una herramienta estratégica que propicia una convivencia entre la producción y la deslocalización, y que a su vez desemboca en propuestas como la impresión bajo demanda local e internacional así como en la distribución 1:1.

**LA TECNOLOGÍA,
LA PRODUCCIÓN Y LA
DESLOCALIZACIÓN ESTÁN
PERMITIENDO QUE NOS
ENFRENTAMOS A UN CAMBIO
DE PARADIGMA DE MERCADO**



PRINT ON DEMAND: LA LUZ DE UN SECTOR EDITORIAL EN CRISIS

**REDUCIR COSTOS EN LA PRODUCCIÓN, ALMACENAMIENTO
Y DISTRIBUCIÓN ES LA CLAVE PARA DAR UN NUEVO IMPULSO
A LA INDUSTRIA DEL LIBRO Y MEJORAR CIFRAS**

Para complementar un poco el panorama anterior, hay que recordar que, entre las industrias culturales, el sector editorial es una de las más importantes. Genera contenidos en distintos formatos, incluido el libro, que durante siglos han sido elementos clave en el aprendizaje y el entretenimiento de millones de personas a lo ancho del globo.

La industria del libro se encuentra aún polarizada en países muy concretos. Tan sólo seis de ellos concentran 61% de la industria del libro global. Estados Unidos con 26%, China con 12% y Alemania con 8%, conforman la cabeza del tren, mientras que Japón, Francia y el Reino Unido aportan al total del mercado 7, 4 y 3%.

Dentro del 39% restante se encuentran los países de habla hispana. Centrémonos en

el caso de España como ejemplo, donde el análisis de la industria es más completo y está actualizado. El sector editorial aporta 38.1% entre las industrias culturales y representa poco más del 1% de todo el PIB del país. Pero los últimos datos demuestran que la facturación global de libros ha tenido un descenso de 11.7% desde 2014 y el número de ejemplares impresos por edición ha bajado en 20%.

Algunas fuentes apuntan que se debe, principalmente, a los libros digitales, la piratería y los bajos índices de lectura; sin embargo, son meras especulaciones no contrastadas con datos aceptados por la industria en general. Sin valorar la veracidad de lo anterior, al panorama negativo se le puede hacer frente con alternativas de negocio diferentes a las tradicionalmente planteadas.

Cuando las ventas de los editores bajan, su primera opción es reducir los costos asociados a la producción y publicación. A la hora de tomar esa decisión, lo principal es analizar los gastos de inversión en todo el proceso. Como respuesta surge la impresión bajo demanda o Print on Demand, que consiste en la posibilidad de hacer un número determinado de libros, en función de los pedidos, a partir de un simple archivo, aspecto que facilita el proceso y la deslocalización. Es una opción que permite eliminar almacenes llenos de libros sin vender, ahorrar costos de producción, reducir pérdidas e imprimir sólo aquello que se va a vender.

En los últimos años esta técnica se ha consolidado y supone una importante revolución para el sector editorial. Gracias a ello se ha logrado optimizar los procesos; no obstante, apenas se inicia el aprovechamiento de la deslocalización como parte estratégica del modelo.

Así pues, hay que dejar de considerar el producto libro como un bien tangible. El libro es ahora un contenido que puede viajar a

la velocidad de la luz por cinco continentes hasta cualquier lector, independientemente de dónde se encuentre. A esto le llamamos **manejo inteligente del documento**.

Con ello, la impresión bajo demanda consigue acceder a otros mercados, no sólo aprovechando la geolocalización, sino también nuevos negocios a los que la impresión tradicional difícilmente podría llegar.

Inclinarse por la impresión bajo demanda es optar por lugares estratégicos en los que se quiere tener presencia. Una producción de libros acorde con la demanda que se origina en los puntos de venta posibilita que el título esté disponible sin que la empresa haya hecho una gran inversión económica para ello.

Esta estrategia analiza las ventas de tal forma que la toma de decisiones se basa más en hechos que en meras especulaciones. En ese sentido, se puede imprimir desde un ejemplar y en el punto en que se requiera.

**PRODUCIR ÚNICAMENTE
AQUELLO QUE SE VENDE
REDUCE EL GASTO DE
INVERSIÓN EN LA PRODUCCIÓN
Y DISTRIBUCIÓN DE UN LIBRO**



DISTRIBUCIÓN 1:1 INTERNACIONAL:

SIN TIRADA MÍNIMA
TRANSPORTES
LÍMITES

UNA ALIANZA ENTRE EDITORES, LIBRERÍAS E IMPRENTAS PERMITE
COMPARTIR CATÁLOGOS SIN LÍMITES GEOGRÁFICOS Y PRODUCIRLOS
EN DESTINO DESDE UN SOLO EJEMPLAR

¿Un método que consiga que los libros, desde un solo ejemplar, estén en los principales puntos de venta sin límites geográficos? Sí, distribución 1:1 internacional. Un sistema que conecta la producción de libros de **impresión bajo demanda** con las principales librerías de **España** y **Latinoamérica**.

La distribución 1:1 internacional logra justamente que la demanda del catálogo se atienda desde cualquier ubicación. Lo novedoso de este tipo de distribución es la posibilidad de hacer llegar un solo ejemplar al lector gracias a la alianza con determinadas empresas que permite imprimir en destino

lo que se ha vendido, disminuyendo así los costos y el tiempo de espera. Lo que se busca es invertir el flujo económico del modelo tradicional de distribución. El concepto es dejar atrás el “imprimo y luego vendo”, por la tendencia actual: “vendo y luego imprimo”. De tal suerte que la propuesta plantea el siguiente esquema: ofrecer el catálogo del editor —de manera virtual— a diferentes canales de venta (librerías, instituciones, etc.) a lo largo del planeta, que a su vez ofrecen el catálogo a sus consumidores, quienes hacen la compra en firme. Así pues, la obra se produce una vez que la venta está hecha. Al final del proceso, se reparten los porcentajes entre los respectivos actores de la cadena.

Además de los beneficios ya mencionados (reducción de riesgos de inversión y *stock* sin vender), se tiene la posibilidad, por ejemplo, de mantener el catálogo siempre vivo, rapidez en las entregas, disponibilidad geográfica, aprovechamiento eficiente del *long tail* y mayores ciclos de vida para cada publicación. Es una propuesta de oferta del libro en formato papel basada en el aquí y el ahora.

Entender esta revolución que mezcla la producción bajo demanda con la distribución internacional es más fácil si se comprende la tecnología en la que se apoya la alianza: Bibliomanager (BMG). Una de las herramientas más avanzadas del mercado que gestiona presupuestos, pedidos, envíos de

documentación, administración y facturación. BMG da servicio al editor, impresor y librero, lo cual ayuda a controlar todo el proceso de venta del libro a partir de un principio fundamental: la transparencia.

**MANTENER EL CATÁLOGO
PERMITE SEGUIR
SUMANDO BENEFICIOS DE
UN 80% DEL CATÁLOGO
QUE, AUNQUE GENERA
PEQUEÑAS VENTAS,
MANTIENE LA DEMANDA**



UN ESCENARIO INTERNACIONAL FAVORABLE

EL PRINCIPAL VALOR DE ESTE ESCENARIO RESIDE EN SU PROPIO ADN: SE HA CONSTRUIDO A PARTIR DE UNA **ALIANZA ESTRATÉGICA ENTRE EMPRESAS SÓLIDAS**, CON TRAYECTORIA Y GEN EMPRENDEDOR, ENTIDADES CON NOMBRES Y APELLIDOS QUE OFRECEN **TRANSPARENCIA, CONFIANZA Y COMPROMISO**

MÉXICO — Alejandro Zenker

www.solareditores.com

Solar, ubicada en el Distrito Federal, es una empresa que brinda servicios editoriales integrales para un manejo inteligente del documento, mediante la aplicación de las ciencias y artes del libro y el uso de tecnología de punta para los procesos de edición, tipografía, diseño, impresión, encuadernación y venta. Pioneros en el uso de las nuevas tecnologías, aplican las últimas tendencias y avances en producción e impresión, para

implementarlo en el sector editorial internacional. Cuenta con su división editorial Ediciones del Ermitaño y su propia librería.

ESPAÑA — Miguel Ángel Sánchez

www.podiprint.com

Podiprint, imprenta andaluza con 30 años de experiencia en el sector de la impresión bajo demanda, produce ejemplares para editoriales situadas en el TOP 25 en número de publicaciones en España, incorporando las nuevas tecnologías al sector y todas las ventajas de la producción digital, para el ahorro de costos, tiempo de entrega y capacidad de respuesta. Su pertenencia al Grupo



Internacional IC, le convierte en un aliado dentro y fuera de España, como grupo emprendedor y generador de negocio.

ARGENTINA — Gustavo M. Vorobechik

www.bibliografika.com

Bibliográfika, en Buenos Aires, fundada en 2002 y con más de 13 años de experiencia en el sector, se especializa en la comercialización de libros por demanda, con más de una veintena de empleados y una planta de producción de mil doscientos metros cuadrados. Desde su nacimiento ha estado a la vanguardia del sector editorial, introduciendo un nuevo modelo de negocio que ha revolucionado la forma en que las editoriales y librerías encaran el proceso de impresión y *stock* de títulos.

COLOMBIA — Luis Francisco Salcedo

www.xpress.com.co

Xpress, en Bogotá, es una imprenta offset y digital que durante más de 15 años se ha posicionado como una de las empresas de mejor servicio, calidad y confianza en la industria gráfica, es el proveedor referencia de impresión y ahora también tecnológico a nivel nacional en el sector de la edición. Su filosofía la insta a convertirse en asesora y a

aportar soluciones de comunicación empresariales a la industria editorial, a través de servicios de premedia, impresos y virtuales que generan valor al producto libro.

COLOMBIA — Jaime Iván Hurtado

www.hipertexto.com.co

Hipertexto, en Bogotá, presta servicios estratégicos de innovación, tecnología y desarrollo, en los campos de la comunicación organizacional, proyectos editoriales, imagen corporativa, *marketing*, publicidad, multimedia, desarrollo web y comercio electrónico. Un *partner* con reconocimiento internacional por su aportación tecnológica al sector del libro, a editoriales latinoamericanas y españolas.

ECUADOR — Patricio Cárdenas

www.megadocuentro.com

En Ecuador, **Megadocuentro Xerox** es la compañía líder en el desarrollo e implementación de soluciones profesionales con un centro de copiado e impresión digital con una conexión vital en el proceso de comunicación y publicidad. Expertos en reproducción digital, impresión en *plotter* o diseño, ofrece la asesoría y tecnología adecuada para la creación gráfica.

DESCUBRE NUEVAS RUTAS

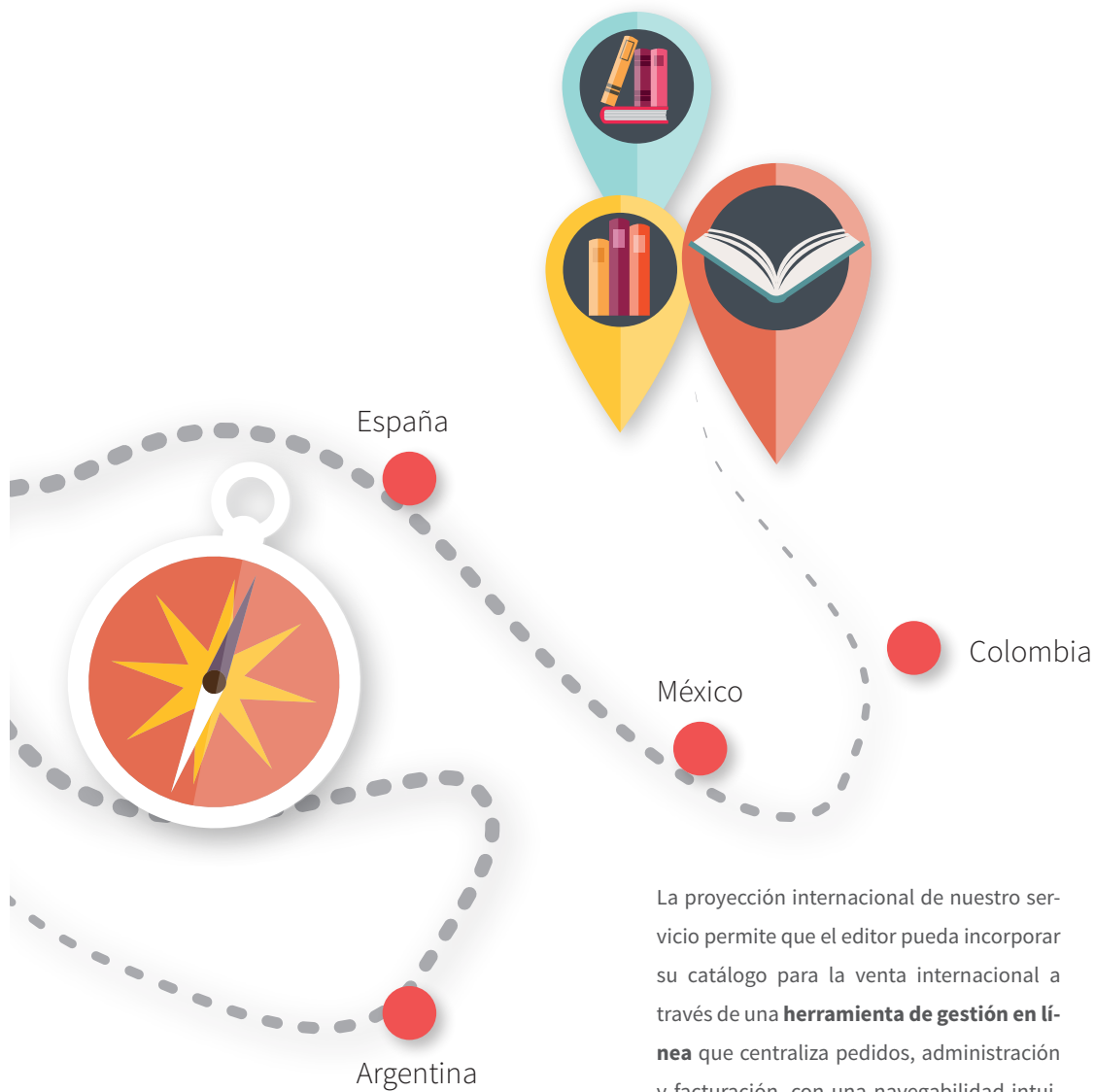
Desde Solar te invitamos a descubrir nuevos destinos mediante la impresión bajo demanda internacional y la distribución 1:1 en los principales canales de venta del libro y con producción en destino, en México, Colombia, Ecuador, Argentina y España. Ésas son las nuevas rutas de comercialización que ponemos a tu disposición para que sigas persiguiendo tu objetivo: la conquista del lector.

Un reto internacional que nos convierte no sólo en un proveedor de impresión, sino en tu **partner tecnológico**, gracias a nuestra visión y emprendimiento por satisfacer las necesidades de la cadena de valor del libro.

Ecuador



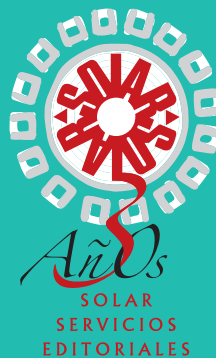
© freepik.es



La proyección internacional de nuestro servicio permite que el editor pueda incorporar su catálogo para la venta internacional a través de una **herramienta de gestión en línea** que centraliza pedidos, administración y facturación, con una navegabilidad intuitiva y efectiva que convierte el tratamiento y gestión de impresiones, reimpresiones y distribución en un mero trámite.

Haz tuyo nuestro canal de venta internacional.

LIDERA EL CAMBIO DE PARADIGMA, APROVECHA NUESTRO CANAL DE VENTA INTERNACIONAL



Quehacer
editorial | INTERNACIONAL

Calle 2 núm. 21, San Pedro de los Pinos, México D.F.
Teléfono: +52 (55) 5515 1657
www.solareditores.com | info@solareditores.com

MÉXICO | COLOMBIA | ARGENTINA | ESPAÑA | ECUADOR | MÉXICO

NO IMPORTA
DONDE
IMPRIMES
SINO DÓNDE VENDES



ARGENTINA
bibliográfika
.com

MÉXICO



SERVICIOS
EDITORIALES

COLOMBIA
XPRESS
ESTUDIO GRÁFICO Y DIGITAL

ESPAÑA
Podiprint
print on demand

ECUADOR
megadocuentro
xerox

MÉXICO | COLOMBIA | ARGENTINA | ESPAÑA | ECUADOR | MÉXICO

MÉXICO | COLOMBIA | ARGENTINA | ESPAÑA | ECUADOR | MÉXICO

QUEREMOS CAUSARTE LA MEJOR / IMPRESION

**SUBE TU CATÁLOGO A BIBLIOMANAGER
GRATIS HASTA FEBRERO 2016**

Calle 2 número 21, San Pedro de los Pinos,
Benito Juárez, 03800 México, D.F.
+52 (55) 5515-1657 | www.solareditores.com

MÉXICO | COLOMBIA | ARGENTINA | ESPAÑA | ECUADOR | MÉXICO



SOLAR

SERVICIOS EDITORIALES

Te brindamos servicios integrales en materia de manejo del documento, la edición y la comunicación

En producción

Preprensa (preparación de archivos, salida a negativos o impresión digital)
Impresión digital en negro
Impresión digital a color
Impresión en offset digital
Impresión en plotter, calidad fotográfica (formato ancho de hasta 60p)
Encuadernación en hot melt
Encuadernación en Wire-O
Encarpetado
Grapa a caballo (folleto, revista)
Plastificado



En preproducción

Traducción
Revisión de estilo
Cotejo y marcaje
Revisión de pruebas (galeras y planas)
Diseño
Tipografía
Formación



Adicionalmente

Preparación de "dummies" y maquetas de libros y otros impresos
Libros electrónicos (ebooks)
Transferencia (copiado) de información a CD o DVD ("quemado")
Impresión de carátulas para CD o DVD
Proyectos especiales (carpetas, encuadernación en pasta dura, cajas con aplicación de ingeniería de papel, etc.
Digitalización de documentos
OCR (reconocimiento óptico de caracteres)



Calle 2, núm. 21, col. San Pedro de los Pinos, c.p. 03800, México, D.F., delegación Benito Juárez, entre Revolución y Periférico.
Tel.: (+5255) 5515-1657 □ www.solareditores.com □ solar@solareditores.com

Librería del ERMITAÑO

UN PROYECTO DE LIBRERÍA DE BARRIO

El arte y la cultura
siempre a la mano
del lector

- libros
- café
- actividades culturales

Compra tus libros en línea
www.edicionesdelermitano.com



Calle 2 número 36, San Pedro de los Pinos,
esq. Primero de Mayo, 03800
Benito Juárez, 03800 México, D.F.
+52 (55) 6721-0496
libreria@solareditores.com
facebook.com/LibreriaErmitano | [@minimalia](#)



Ediciones del Ermitaño

Colección de literatura holandesa



www.solareditores.com

www.edicionesdelermitano.com



Colección
de literatura
holandesa



Ediciones del Ermitaño

Biblioteca Gustavo Sainz

Obras esenciales de uno
de los más célebres escritores
contemporáneos de México



www.solareditores.com
www.gustavosainz.com



Biblioteca
Gustavo
Sainz

mm
minimalia



Colección
de literatura
coreana

E

Ediciones del Ermitaño

EN BUSCA DEL ELEFANTE *Jo Kyung-ran*

MONSIL *Kwon Jeong-saeng*

LA FAMILIA ITINERANTE *Gong Sun-ok*

¿SEGUIRÁ SOÑANDO? *Park wan Suh*

LOS ÁRBOLES EN LA CUESTA *Hwang Sun-won*

EL HUÉSPED *Hwang Sok-yong*

RAZÓN DE LAS SINRAZONES *Kim Chunsu*

YA QUEDA POCA LUZ DEL DÍA *Kim Jong-gil*

LLUVIAS *Yum Hyo-seok*

CUANDO FLORECE EL ALFORFÓN *Lee Hyo-seok*

LA VIDA SECRETA DE LAS PLANTAS *Lee Seung-u*

LA RAYA *Kim Joo-Young*

EL SONIDO DEL SILENCIO *Chang Soo Ko*

ESPEJISMOS DE OTOÑO *Kim Chae-won*

LA FIESTA *Cheong-Jun Yi*

BUENA FAMILIA Y OTROS CUENTOS *Ha-Jin Seo*

www.solareditores.com

Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V. Calle 2 #21,
San Pedro de los Pinos, 03800 México, D.F. Tel. (55)5515 1657
solar@solareditores.com



LTI Korea

한글문학선집

Quehacer editorial

Es una revista especializada, dirigida no sólo a los editores o a quienes se conciben como tales, sino a todos los que componen la cadena de producción y el ciclo de vida del libro: autores, traductores, correctores, tipógrafos, diseñadores, distribuidores, libreros, promotores, bibliotecarios, en fin, ese amplio mundo de especialistas que hace llegar la palabra del autor al lector.

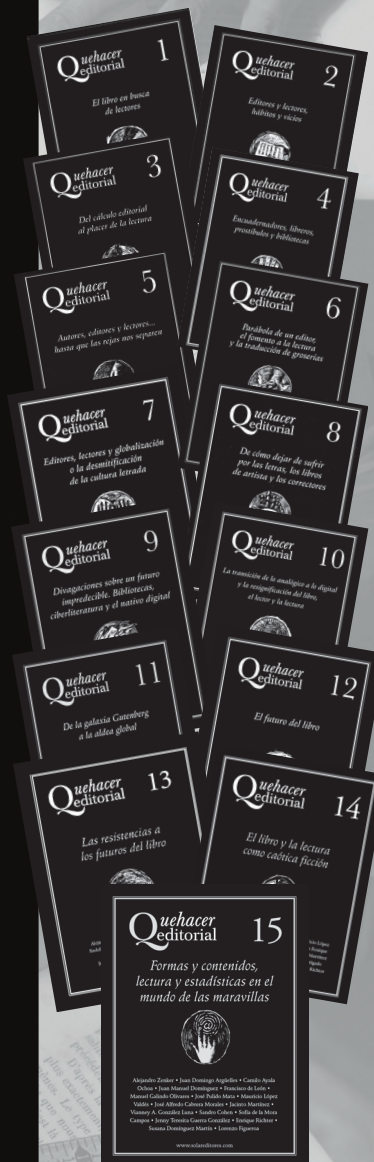
La revista se propone como un foro abierto de información, análisis y debate en torno al libro en una época de rápida evolución, no sólo tecnológica, sino también política, cultural y social. Queremos contribuir a la preservación del libro en cualquiera de sus soportes presentes y futuros, y a su progreso e innovación. Percibimos el libro como una herramienta para el desarrollo de la cosmovisión de la humanidad, tanto desde el punto de vista de la adquisición de conocimientos, como de la recreación y el goce hedonista, lúdico.

Esperamos colaborar con quienes comparten el oficio de hacer llegar la palabra del autor al lector, para comprender mejor la época que nos tocó vivir y saber no sólo adecuarnos a lo que la tecnología y las transformaciones políticas, económicas, sociales y culturales nos imponen, sino aventajarlas, adelantarnos a los tiempos y hacer propuestas que favorezcan, ante todo, la lectura.

www.solareditores.com

E

Ediciones del Ermitaño





Ediciones del Ermitaño

Colección Yo medito, tú me editas



www.solareditores.com
www.quehacereditorial.com

YO **m**EDITO
TÚ **m**E EDITAS



Es hora de la **FORMACIÓN EDITORIAL**

Obtén todas las competencias que necesitas para avanzar en tu carrera editorial como:

Especialista en **Asistencia editorial**

Con los manuales:

Contratación de derechos de autor

Autor(es): Isabel María Pérez Pichardo
Páginas: 424

Corrección de textos

Autor(es): Manuel Luque Campello
Páginas: 272

Elaboración de reseñas para productos editoriales

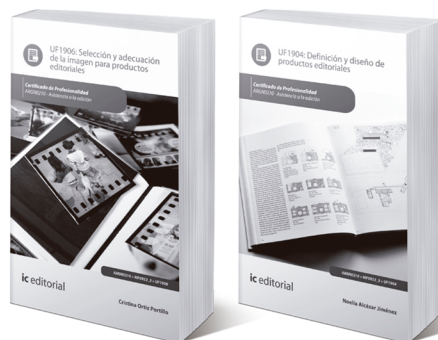
Autor(es): Noelia Alcázar Jiménez
Páginas: 146

Definición y diseño de productos editoriales

Autor(es): Noelia Alcázar Jiménez
Páginas: 260

Gestión del producto editorial

Autor(es): Ismael Gálvez Clavijo, María Gema Orellana Pelayo
Páginas: 288



Presupuesto, viabilidad y mercado del producto editorial

Autor(es): Emilio José Checa Hinojo
Páginas: 220

Selección y adecuación de la imagen para productos editoriales

Autor(es): Cristina Ortiz Portillo
Páginas: 196

Tratamiento de textos para contenidos editoriales

Autor(es): M^a Carmen López Ramírez
Páginas: 218

Encuétranos en la FIL Stand L6 y JJ1 o en www.iceditorial.mx

Otros certificados relacionados

| Desarrollo de productos editoriales multimedia

| Diseño de productos gráficos

| Reprografía

Calle 2, núm. 21. Col. San Pedro de los Pinos
Delegación Benito Juárez, 03800 México, D.F.
T. (+52) 1 55 6695 8379

www.iceditorial.mx
comercialmx@iceditorial.com

Es hora de la **FORMACIÓN EDITORIAL**



Obtén todas las competencias que necesitas para avanzar en tu carrera editorial como:

Especialista en Producción editorial

Con los manuales:

Análisis y control de la desviación presupuestaria del producto editorial

Autor(es): María José Sorlózano González

Páginas: 152

Contratación y supervisión de trabajos de impresión, encuadernación, acabados y gestión de materias primas

Autor(es): Lourdes Farratell Castro

Páginas: 192

Elaboración del presupuesto editorial UF0249

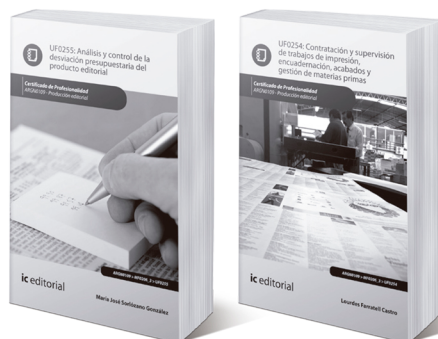
Autor(es): Emilio José Checa Hinojo

Páginas: 176

Contratación y supervisión de trabajos de preimpresión

Autor(es): Laura Bustamante Roqué

Páginas: 162



Especificaciones de calidad de la materia prima

Autor(es): Patricia Pedraza Bueno

Páginas: 150

Especificaciones de calidad en impresión, encuadernación y acabados

Autor(es): Claudia López Iglesias

Páginas: 240

Especificaciones de calidad en preimpresión

Autor(es): Gabriel López Alcausa

Páginas: 314

Planificación del producto editorial

Autor(es): Emilio José Checa Hinojo, Jorge

Expósito López

Páginas: 412

Encuétranos en la FIL Stand L6 y JJ1 o en www.iceditorial.mx

Otros certificados relacionados

| Desarrollo de productos editoriales multimedia

| Diseño de productos gráficos

| Reprografía

Calle 2, núm. 21. Col. San Pedro de los Pinos
Delegación Benito Juárez, 03800 Mexico, D.F.
T. (+52) 1 55 6695 8379

www.iceditorial.mx
comercialmx@iceditorial.com



ILLAC

Instituto del Libro
y la Lectura, A.C.

www.illac.com.mx

El objetivo general del ILLAC es realizar y fomentar la investigación, la docencia y la difusión en materia de las ciencias y artes del libro y de los procesos y hábitos de lectura. Lo hemos creado como una iniciativa de la sociedad civil, convencidos de que somos los individuos que intervenimos tanto en la producción como en el ciclo del libro quienes tenemos que atacar de frente los grandes retos que este país enfrenta en materia del libro y la lectura.

La producción de
Quehacer editorial 15,
se realizó íntegramente en las instalaciones
de Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V.
Calle 2 número 21, San Pedro de los Pinos,
México, D.F. +52 (55) 5515-1657.
Se terminó de imprimir en
febrero de 2016.
solar@solareditores.com

www.solareditores.com

En su composición se utilizaron tipos
Schneidler Light de 9, 10, 11, 12 puntos
y Eras Medium y Demi de 9, 11, 12 y 14.
El tipo Schneidler, usado en la serie *Quehacer editorial*,
se basa en la tipografía de los impresores venecianos
del periodo renacentista y comparte con ella su gracia,
belleza y proporciones clásicas. Es un tipo fino y legible
tanto para textos extensos como para carteles y folletos.
Una de las características más originales de esta fuente
son sus signos de interrogación. F. H. Ernst Schneidler,
diseñador de fuentes y maestro tipógrafo, concibió
originalmente la *Schneidler Old Style* en 1936
para la Fundidora Bauer.