

# El libro en la era digital

## La revolución oculta\*

### ■ John B. Thompson

*Traducción de Diana Luz Sánchez Flores*

*Se han hecho muchas especulaciones acerca del impacto de la revolución digital en el negocio editorial. A finales de los noventa y principios del siglo XXI se gastaron cientos de miles de dólares en impulsar el libro electrónico, pero éste no ha logrado el despegue que mucha gente esperaba.*

**John B. Thompson.** Sociólogo nacido en Estados Unidos, es profesor en la Universidad de Cambridge, Inglaterra, donde radica. Experto en medios de comunicación con especial énfasis en el mundo editorial.

**A**ntes que nada, quiero agradecer a la Universidad Veracruzana, y a la doctora Celia del Palacio en particular, por haberme hecho esta invitación. Es un gran honor para mí recibir este reconocimiento.

Una feria del libro es una ocasión en la que nos vemos rodeados por este objeto cultural que es el libro. Nos sentimos abrumados por la cantidad de libros nuevos que se producen cada año. Estamos frente a una industria que se originó hace más de quinientos años, cuando Gutenberg inventó la imprenta. Y si caminamos por los pasillos de esta feria tendremos la impresión de que se trata de una industria floreciente. Pero ¿qué es lo que realmente sabemos acerca de esta industria en la actualidad? ¿Qué sabemos sobre el estado de salud de las miles de empresas que están produciendo libros? ¿Qué papel juega el libro en nuestra cultura, caracterizada por el desarrollo cada vez mayor de la imagen? ¿Tiene acaso un futuro el libro en esta nueva era digital? Muchos expertos han pronosticado su muerte. El libro, dicen, desaparecerá tal como le sucedió a los acetatos de vinil y se conver-



John B. Thompson. Foto: Miguel López

tirá en una reliquia de los tiempos pasados. Lo que vemos a nuestro alrededor, dentro de unos años será, según ellos, un museo. ¿Tienen razón?

Lo cierto es que nuestro conocimiento acerca del libro en esta era orientada hacia lo digital es muy escaso. Y si sabemos tan poco es porque nadie se ha tomado la molestia de estudiar ese mundo. Esta es una de las grandes paradojas de nuestra situación de académicos. Pues una de las pocas industrias en las que tenemos un papel activo como usuarios es ésta. Escribimos libros, leemos libros, les pedimos a nues-

\* Palabras pronunciadas con motivo de la recepción de la Medalla al Mérito Universitario, en el marco de la FILU 2007.

tros alumnos que lean libros, somos gente de libros. Y sin embargo la única industria de medios de la que no sabemos prácticamente nada es la industria editorial.

Esa fue una de las razones por las que, en el año 2000, me di a la tarea de realizar este estudio sobre la industria de la edición. A falta de tiempo para abordar todas las cuestiones que analicé en él, me limitaré a tres preguntas: Primera, ¿qué tipo de herramientas académicas y teóricas necesitamos para analizar el mundo del libro? Segunda, ¿qué podemos aprender aplicando estas herramientas al sector específico de la industria del libro? Y, por último, ¿tendrá futuro el libro dentro de esta era digital o desaparecerá tal como ha sido predicho?

¿Cómo debemos estudiar este mundo del libro? ¿qué tipo de herramientas conceptuales y teóricas necesitamos? Como sociólogo, tomaré como punto de partida la teoría de los campos elaborada por mi colega francés Pierre Bourdieu.

Un campo es un espacio estructural que está ocupado por individuos u organizaciones. La posición que ocupan éstos depende de la cantidad de capital social y cultural que posean. De manera que un campo es un espacio estructural de recursos y poder que posee sus propias formas de competencia.

¿De qué modo nos ayuda esto a comprender el mundo del libro que vemos a nuestro alrededor? En primer lugar, nos obliga a aceptar que lo que llamamos el mundo del libro es en realidad una pluralidad de mundos. Es como si tuviéramos diferentes juegos: el ajedrez, las damas o el *monopoly*. Alguien puede ser muy bueno en uno de ellos pero desconocer por completo el otro. Esto es en gran medida lo que sucede en el mundo de la edición. La gente trabaja en un campo pero no tiene la menor idea de lo que sucede en otro. Otro punto en el que nos sirve la teoría de los campos de Bourdieu es para ver cómo cada uno de ellos posee su propia dinámica. A esta dinámica yo la llamo la lógica del campo, y muchas veces la gente que trabaja dentro de ese campo particular desconoce cuál es esa lógica. Mi tarea como sociólogo es escuchar lo que pasa cotidianamente en él y después distanciarme para tratar de darle un sentido. Sería algo parecido a escuchar a un grupo de gente que habla correctamente una lengua y tratar de reconstruir las reglas de su gramática. Mi argumento es muy sencillo: que cada campo de la edición posee su propia lógica, y cuando se reconstruye la lógica del campo, se puede entender cómo cambia a lo largo del tiempo y qué es lo que cada uno de los actores del campo pueden o no pueden hacer.

En otras palabras, reconstruyendo la lógica del campo podemos entender cómo llegamos a donde es-

tamos y hacia dónde vamos. Yo he estudiado la lógica de varios campos, desde los libros de interés general hasta la edición universitaria. Dado que nos encontramos en un evento organizado por una universidad, y que la UV cuenta con una editorial académica muy renombrada, centraré mi exposición en este campo en particular y echaré un vistazo al mundo de la edición académica en lengua inglesa, un mundo representado por editoriales como Oxford University Press, Harvard University Press o Cambridge University Press, así como a otros editores un tanto más comerciales, como Blackwell y Routledge, nombres que son muy familiares para quienes están dentro del mundo académico. Concentrémonos, pues, en este mundo y preguntémonos qué está pasando en el mundo de la edición académica.

Cuando caminamos por los pasillos de la feria y nos detenemos frente al *stand* de Oxford University Press, por ejemplo, podemos preguntarnos qué tipo de mundo es el que ocupa esta empresa editorial y qué está pasando en él. Empezaré con una simple observación: en la actualidad el campo de la edición académica no goza de buena salud; de hecho está pasando por serias dificultades. En los últimos 45 años las editoriales académicas en lengua inglesa han tenido la peor situación en décadas. ¿A qué se debe esto? ¿Cómo podemos explicarlo?

Si hablamos con los administradores de estas casas editoriales descubriremos un hecho sorprendente: en los últimos 20 a 30 años las ventas de los estudios monográficos han descendido drásticamente. Si retrocedemos a los años setenta encontraremos que la mayoría de los editores académicos imprimían de 2 a 3 mil ejemplares de cada uno de estos títulos, incluso en ediciones empastadas, y lograban venderlos. Pero ya en los ochenta y noventa las ventas de estos libros descendieron sensiblemente. En la actualidad, la mayoría de los editores académicos están imprimiendo de 400 a 500 ejemplares de sus títulos. En otras palabras, en sólo dos décadas el mercado de los libros académicos se colapsó. Y esto, más que cualquier otra cosa, está transformando el mundo de la edición académica.

En realidad se ha creado una especie de crisis. Preguntémonos, pues, por qué está sucediendo esto. Se han hecho muchas especulaciones. Mucha gente lo ha atribuido al surgimiento de internet. Los lectores, dicen, están tomando su información de ese medio. Pero ¿es cierto? La respuesta contundente es que no, no tiene nada que ver con el internet. La respuesta está en otro lado, es más compleja.

Tiene que ver más bien con las presiones que están sufriendo las bibliotecas universitarias, las cuales son un mercado crucial para los libros académicos. En los años ochenta y noventa, los bibliotecarios se

*No existe solución electrónica al problema de la edición académica. Así como la revolución digital no ha sido el origen de los problemas de ese campo, tampoco es su solución. Los problemas son más bien de tipo económico y cultural, no técnicos. Los problemas técnicos ya se han resuelto.*

enfrentaron al hecho de que los precios de las publicaciones periódicas se incrementaron año con año. Y esas publicaciones dentro del mundo académico son lo que uno llamaría “materiales indispensables”. A los bibliotecarios les resulta muy difícil cancelar sus suscripciones a este tipo de publicaciones. Éstas forman series y a ellos les disgusta tener una serie incompleta. Lo que hicieron entonces fue reducir los recursos que antes utilizaban para la compra de libros, en aras de seguir adquiriendo las publicaciones periódicas. De modo que los editores están vendiendo menos libros y los ingresos por venta a bibliotecas se han reducido en consecuencia. Esta es la causa real del descenso hasta de 20 por ciento en las ventas de libros.

¿Qué han hecho los editores académicos para lidiar con este dramático descenso? Varias cosas: reducir costos, subir los precios, reducir los tirajes, desaparecer áreas temáticas completas. Áreas como, por ejemplo, la de estudios latinoamericanos, cuyas ventas bajaron mucho, se redujeron o cancelaron definitivamente.

Los académicos se han dado cuenta de estos cambios aunque no entienden a qué se deben. Pero hubo una estrategia particularmente importante para las empresas editoriales. Yo la llamo migración de campo y consiste en que los editores de este campo están tratando de reducir su dependencia de los estudios académicos. En otras palabras, han tratado de diversificarse migrando hacia otros campos de la edición. Y hay tres campos particularmente importantes para ellos: los libros de interés general, la publicación de obras regionales y los libros de texto. Algunos editores académicos migraron hacia un campo de lectores más amplio. Ejemplos típicos son Harvard y California University Press, pero podrían mencionarse muchos más.

Otros centraron su atención en publicaciones para alguna región. En este caso el pionero fue University of North Carolina Press. Y muchas editoriales británicas, especialmente las más comerciales, como Blackwell y Routledge, han tratado de reinventarse a sí mismas como editores de libros de texto. Pero todas estas estrategias estaban llenas de peligros porque los editores académicos no tenían las habilidades para insertarse exitosamente en las nuevas categorías. Conocían su juego pero no el del nuevo campo, de modo que al final de cuentas casi todas acabaron perdiendo su dinero.

Vemos pues que la edición académica tiene una lógica muy clara. Es un campo complejo pero con una historia sencilla. El drástico incremento en la compra de publicaciones periódicas llevó a un descenso igual de drástico en la compra de monografías académicas. Esto obligó a los editores a adoptar diversas estrategias para afrontar el problema, tales como la mencionada migración a otros campos. Y si mi hipótesis es correcta, todo lo que ha sucedido en el mundo de la edición en lengua inglesa en los últimos 30 años, estaría resumido en ese diagrama y el panorama no es nada alentador. Son tiempos difíciles para la edición académica.

¿Qué pueden hacer entonces los editores académicos? ¿Existe alguna solución y, en caso afirmativo, cuál es? En realidad hay varias cosas que pueden hacerse, pero en esta ocasión me limitaré a proponer una. Mucha gente piensa que la solución al problema que acabo de esbozar sería electrónica. Se han hecho muchas especulaciones acerca del impacto de la revolución digital en el negocio editorial. A finales de los noventa y principios del siglo XXI se gastaron cientos de miles de dólares en impulsar el libro electrónico, pero éste no ha logrado el despegue que se esperaba.

Muchas de estas especulaciones estaban un tanto equivocadas porque se basaban en el supuesto de que el cambio tecnológico era inevitable. Mi enfoque será muy diferente. Yo siempre tomo la tecnología en su contexto. ¿Qué hace la gente con la tecnología, qué espera de ella y cuánto está dispuesta a pagar por ella? La idea lanzada por los periodistas de que la revolución digital traerá el fin del libro, se ha simplificado demasiado.

Podemos distinguir cuatro niveles diferentes en los que se lleva a cabo esta revolución digital: el primero es lo que podríamos llamar sistema operativo y flujo de la información; es decir, cómo se transformaron los sistemas de información al convertirse en digitales. El segundo nivel es el del manejo del contenido. El proceso de elaboración de un libro en la actualidad es totalmente digital. ¿Qué hace un autor? Un autor codifica su pensamiento en un archivo digital, escribe en su computadora y todo el proceso de edición consiste en manipular de manera digital ese archivo. Esto es lo que yo llamo la revolución oculta en la edición. El tercer nivel es el de las ventas y la



*El resultado paradójico es que, lejos de provocar la muerte del libro, la revolución digital le ha dado nueva vida a éste. De hecho está volviendo inmortal al libro, porque permite tener en catálogo y en forma indefinida un título imprimiendo en pequeños números uno a la vez. Esta es una de las grandes paradojas de la revolución digital. En vez de morir, el libro ha incorporado la revolución digital a su ser, extendiendo su vida en formas que nadie había predicho.*

mercadotecnia. No me extenderé mucho en él pero es tremendamente importante. El mejor ejemplo es el de Amazon, que ha transformado el mundo de las ventas al menudeo. Para muchos editores académicos, Amazon es el cliente más importante en la actualidad. El cuarto nivel es el de la entrega/distribución. Como vemos, la revolución digital en el mundo del libro está viva y actuante.

A los comentaristas les encanta hablar sobre el libro y la edición electrónicos, pero en realidad este asunto es secundario. Ven ese punto como el fin de la civilización tal como la conocemos, como la derrota final de Gutenberg. De cualquier modo es indudable que si los editores pudieran entregar el contenido de los libros a los lectores en forma electrónica, eso tendría un impacto grandísimo en el negocio de la edición. Significaría un cambio total y por ello no es sorprendente que se sientan ansiosos. Es lógico: han invertido muchísimo dinero en esto. Algunos de sus experimentos han resultado verdaderos desastres, otros han tenido mediano éxito y de otros más no se conoce aún el resultado final. Pero después de 15 años de ensayos, al menos podemos sacar algunas conclusiones, entre ellas las siguientes.

No existe solución electrónica al problema de la edición académica. Así como la revolución digital no ha sido el origen de los problemas de ese campo, tampoco es su solución. Los problemas son más bien de tipo económico y cultural, no técnicos. Los problemas técnicos ya se han resuelto.

La pregunta es más bien si alguien está dispuesto a comprar contenidos de libros en línea y cuánto estaría dispuesto a pagar. Si existiera un mercado para esto, estoy seguro de que sería institucional más que individual. La idea de que nosotros los individuos estemos listos para comprar libros electrónicos individuales en nuestros aparatos, un escenario que muchas veces se nos proyectó, no se ha realizado. Lo más probable es que las instituciones, como la UV, compren acceso a colecciones académicas, para que los estudiantes tengan acceso a ellas a través de sus computadoras.

Pero eso no significará que desaparezcan los libros impresos y tampoco que la revolución digital no vaya a tener impacto en el mundo de la edición. Al contrario, la única revolución que está teniendo lugar es la revolución oculta. Una revolución en los procesos más que en los productos. El producto final para los usuarios normales es el mismo. Pero por detrás de la escena el libro ha sido reconstituido, ahora como un producto enteramente digital.

En la actualidad los editores están creando archivos digitales de los contenidos de sus libros, todos los archivos recientemente producidos existen en la forma de archivos digitales, y todos estos archivos se reúnen para crear colecciones digitales. Igualmente, otros editores están retomando sus títulos anteriores y los están convirtiendo al formato digital. De este modo se preparan para una posible revolución en el futuro, pero por el momento esa demanda aún no existe. La gente sigue prefiriendo comprar libros. Y si observamos cómo se ha desarrollado esta revolución, veremos que está dando resultados totalmente opuestos a los que predijeron los periodistas. Hace diez años ellos predecían la muerte inevitable del libro, pero debido a la utilización de los procesos electrónicos, los libros se están manteniendo en catálogo durante mucho más tiempo que nunca antes. Y los títulos que ya estaban agotados están siendo revividos. Esto se ha hecho posible debido a la economía de la impresión digital, que es muy diferente de la impresión en offset tradicional. El resultado paradójico es que, lejos de provocar la muerte del libro, la revolución digital le ha dado nueva vida a éste. De hecho está volviendo inmortal al libro, porque permite tener en catálogo y en forma indefinida un título imprimiendo en pequeños números uno a la vez. Esta es una de las grandes paradojas de la revolución digital. En vez de morir, el libro ha incorporado la revolución digital a su ser, extendiendo su vida en formas que nadie había predicho. Todos los signos parecen indicar que el libro impreso en papel estará con nosotros durante los años próximos. 