



JOAQUÍN RODRÍGUEZ

Edición 2.0. Sócrates en el hiperespacio

Prólogo de Manuel Rodríguez Rivero, Melusina, Barcelona, 2008, 424 pp.

Publicado en coedición con **madrí+d:**
<http://www.madrimasd.org/>
<http://www.melusina.com/catalogo.php>

La acertada utilización de la parábola de Sócrates en el Fedro sobre la irrupción de la escritura en escena en la Grecia clásica, da paso a un libro vivo, que reúne en sus páginas reflexiones, referencias bibliográficas e información sobre los nuevos y viejos hábitos de lectura, el proceso de edición, las librerías y las nuevas herramientas tecnológicas, que dejan al lector exhausto y ávido de más y más páginas de blanco sobre negro, o de dirigirse al blog de su autor, pues es allí donde nacieron esas reflexiones y donde hoy ya continúan.

Durante 354 páginas, Rodríguez dibuja la figura del Sócrates del siglo XXI sobre todo en el discurso de gran parte de las asociaciones de editores y librerías, que se resisten a imaginar el libro en otro formato que no sea el del papel y la tinta, o la lectura en otra metáfora que no sea la del pescador (pp. 169-172); es decir, esa lectura lineal, silenciosa y reflexiva que la estructura del libro —como hasta ahora lo conocemos—, tanto ha propiciado.

Aunque quizá, “uno de los futuros del libro pasa, paradójica e incuestionablemente, por su destrucción” (p. 136). ¿Será así? O mejor debemos aceptar las palabras del gran editor francés independiente, Christian Bourgois, al que Joaquín Rodríguez cita, al afirmar que “el futuro del libro sigue siendo el libro”

(p. 72). Sin embargo, quizá no sean éstas ideas opuestas, si bien debemos entender que el formato papel y sus diversas manifestaciones, ya no es el único en el que vamos a conocer al libro, ni el único con el que éste se va a comercializar: habrá que trabajar con nuevos formatos y nuevas fórmulas que convengan a los Sócrates y los Fedros de la actualidad; a nativos e inmigrantes digitales; y también a los atormentados por el “síndrome de la angustia lectora” (pp. 340-342) (en el que también una se reconoce).

En el caso del autor de este libro, él no esconde su preocupación respecto al cambio en los hábitos de lectura y en los efectos que en ellos están teniendo los nuevos medios. Sin embargo, dice: “La cuestión no es demonizar o no los soportes y medios digitales, cosa que no me propongo, sino reflexionar sobre los peligros que las capacidades y competencias asociados a la lectura corren... en un entorno que no las necesita ni las cultiva” (p. 348). Rodríguez también se convierte en momentos en el alter ego del maestro de Platón.

La resistencia a estos ni la plantea, quizás porque no tiene sentido hacerlo. Podremos convertirnos en apocalípticos o integrados, adoptar el papel de Sócrates o de Fedro, pero el mundo digital seguirá girando, evolucionando y transformando nuestro entorno y a nosotros mismos, aun cuando no queramos verlo. Queda ver en qué medida el mundo de la edición y el libro está sabiendo entender esos cambios y aprovecharlos.

Ejemplos de empresas y admirables proyectos no faltan en estas páginas; proyectos como la biblioteca digital alemana Zeno.org; Google Book Search (del que hace un interesante análisis en las pp. 147-148; 123-124; 297-298), Wikipedia y Wiki Scanner (pp. 145-146; 164-165, etc.), la Open Library (pp. 139-140) o Archive.org (pp. 179-180); atrevidas propuestas editoriales como las de Random House, o Simon and Schuster (pp. 136-137), Harper Collins (pp. 89-90), la editorial O'Reilly (pp. 135-136) o el servicio de publicaciones de la Universidad Politécnica de Catalunya (pp. 135-136); u osadas librerías de la web 2.0, como CreateSpace, Tractatus Logicus-Digitalicus hacen acto de presencia. Quien quiera saber más sobre los retos a los que se enfrenta la edición en estos momentos, aquí encontrará una fuente de referencias importante.

Pero *Edición 2.0. Sócrates en el hiperespacio* reflexiona también acerca de los problemas que acucian al libro en general y al mundo de la edición en particular. Varios comentarios le merecen las políticas que han destruido la idea del “precio fijo” del libro (pp. 36-37; 69-70) afectando de forma evidente al pequeño editor, muchas veces el más arriesgado y creativo y, lo que es tan o más importante, la diversidad de ideas y la creatividad, aproximando más el libro si cabe al mundo del negocio, con el que exclusivamente muchos lo identifican hoy en día.

De hecho, él mismo nos habla de prácticas que se han convertido en habituales en la gran industria editorial, por ejemplo la confianza depositada exclusivamente en la imagen gráfica de las portadas para la venta de sus libros por parte de algunas editoriales (p. 42). Triste, pero cierto. El marketing también domina esta parte de nuestras vidas y como técnica de ventas funciona. Allí están las estadísticas para demostrarlo.

Pero no nos equivocamos, hay críticas ciertamente, y muy agudas y directas, a la industria editorial y a aspectos colaterales (como la inexistencia de una formación específica para la educación del editor en su arte), pero, ante todo, su discurso es a favor del editor que sabe hacer las cosas y que ama su trabajo, y lo convierte exactamente en eso: Arte. De ninguna otra manera podemos leer su reconocimiento al trabajo de editores como Rowohlt, o Christian Bourgois.

Un editor que debe ya encontrar su lugar en el mundo de



LIBROS



JOAQUÍN RODRÍGUEZ
Edición 2.0. Sócrates en el hiperespacio

los contenidos digitales porque indefectiblemente lo tiene como organizador y cribador del caos estructurado que es la red.

Y eso le lleva a hablar de la necesidad de que la industria plantee nuevos modelos de negocio si no quiere fenecer, a que repense los procedimientos editoriales, de que busque cómo adaptarse a un nuevo lector y a un nuevo mercado, ya que (estamos absolutamente de acuerdo con él en que)

Fedro no va a cambiar, nos dice, es joven y querrá utilizar los medios que su época pone a su alcance, así que esforcémonos por desarrollar cerebros bitextuales, es decir, sigamos cultivando la lectura tradicional porque nos asegura que nuestras competencias cognitivas habituales seguirán manteniéndose (abstracción, anticipación y planificación, inferencia, etc.), y acompañemos y tutelemos el uso y aprendizaje de las nuevas tecnologías por parte de nuestros hijos, porque hoy está comenzando a gestarse un nuevo tipo de cerebro, el cerebro digital (p. 198).

Y al igual que cambia la industria editorial, mientras el formato papel se resiste afortunadamente a desaparecer — con propuestas tan sugerentes como las que relata de la editorial Taschen—, el negocio librero debe seguir el mismo camino. En una de sus referencias al modelo de negocio creado por Amazon (pp. 83-84; 143-144) lo dice de una manera clara: “Más vale colocarse a la cabeza, innovar y arriesgarse, porque de otra manera vendrán otros que lo hagan por nosotros” (p. 144).

Finalizaremos esta reseña con una referencia al mundo de la edición científica, que analiza en los últimos capítulos del libro. Allí indica que ésta, hoy en día, ya es imaginada únicamente en lo digital. Seguramente ya nadie pone en duda eso. Lo que queda aún por definir es el papel que las propias universidades van a tener en la gestión de la producción editorial que generan sus miembros, en la que hasta hace poco tenían poco que decir. Probablemente hasta que Harvard University, ante el nuevo mundo de la edición en red y en abierto que vio pasar ante sus ojos, planteó un hecho que en esta nueva situación se hacía factible porque surgía de una filosofía lógica. Es la que aparece explicada en el documento escrito por Thinh Nguyen, *Open Doors and Open Minds. What faculty authors can do to ensure open access to their work through their institution* (SPARC/Science Commons White Paper, Cambridge, MA/Washington, DC, 2008. http://www.arl.org/sparc/bm~doc/open-doors_v1.pdf). Como explica Rodríguez, nosotros también entendemos que, en general y en el caso de las universidades

de forma específica:

Publicar en abierto responde a una demanda insoslayable propia del campo científico, que redunda en beneficio de todos y devuelve a la comunidad lo que la comunidad previamente ha dado (p. 225)

A esto, añadimos nosotros, democratiza el acceso a contenidos restringidos a unos cuantos. Ahora habrá que ver las posibilidades con que se encuentran y la valentía con la que saben afrontar este reto. Algunas ya han dado pasos de gigante en este sentido.

Terminamos de leer este segundo libro de la trilogía que su autor comenzó con *Edición 2.0. El futuro del libro* (también editado por Melusina) y, comenzamos a esperar la llegada del tercero. Como inmigrantes digitales que somos, aún hay tareas para las que el papel es insustituible, porque ciertas reflexiones sólo llegamos a hilarlas después de haber puesto nuestra mirada en blanco sobre negro.

Paz Villar Hernández