



Introducción: intermediarios útiles

¿Cuál es la diferencia entre estas palabras antes y después de que se publiquen? ¿Publicar ocurre en un momento concreto? ¿Es posible señalar el momento en el cual las palabras dejan de ser inéditas y se publican? ¿Qué es, a fin de cuentas, publicar?

No faltan las descripciones y opiniones sobre esto. Para John Thompson, los editores son “mercaderes de cultura” (o, como se refirió Ned Ward a Jacob Tonson, magnate editorial del siglo XVIII: “Mercader en jefe de las musas”); para Gary Stark, son “empresarios de la ideología”. Cass Canfield, presidente de Harper & Row y miembro de una generación de grandes editores estadounidenses que incluye a Bennet Cerf y Jason Epstein, es todavía más lírico: “Soy un editor, una criatura híbrida que contiene una mezcla de varias partes: una parte de soñador, otra de jugador, otra de hombre de negocios, otra de partera y otras tres de optimista”.

Un lugar común es el editor de dos caras, como Jano, con un ojo en la cultura y el otro en el comercio. El escritor y crítico Raymond Mortimer sostiene que la edición es “un arte, un oficio y un negocio”, para secundar la formulación de Émile Zola del artista visual que es a la vez poeta y trabajador. Para Richard Nash, la edición es “el negocio de hacer cultura”, mientras la editora Diana Athill la define como “un negocio complejo que compra, vende y fabrica o hace que se fabrique. Lo que compra y vende son productos de la imaginación humana, los materiales para hacer los libros y diversos derechos legales. Lo que fabrica nunca es lo mismo de un producto al siguiente” (Athill, 2000, 6). Hunter S. Thompson afirmaba que los editores son una combinación de negociantes y ejemplos de ineptitud, gente “notoriamente perezosa para hacer números, a menos que los acompañen signos de dólar”. Muchos han sido muy incisivos. El escritor de libros infantiles Maurice Sendak fue todavía más



estridente: “Editar es una profesión escandalosamente estúpida. O se ha convertido en eso [...] nadie sabe qué hacen los editores. Me pregunto si siempre ha sido así”. El filósofo A. J. Ayer fue cáustico: “De haber sido poco listo, me habría dedicado a un trabajo simple como la edición. Es el trabajo más fácil en que puedo pensar”. Y fue Goethe quien vio a los editores como “cohortes del diablo”. Basten estos comentarios para entender que la edición siempre ha estado sujeta a interpretación.

Quizá, como era de esperarse, el comentarista más agudo fue Oscar Wilde, quien dijo con su inconfundible capacidad de síntesis: “Un editor no es más que un intermediario útil”.¹

EMBAUCADORES Y HUMANISTAS, O POR QUÉ NECESITAMOS UNA TEORÍA DE LA EDICIÓN

La edición no se parece a la mayoría de las industrias. Debe lidiar con cuestiones de valores intangibles y morales. No es igual a las artes o las ciencias, pues se obsesiona con estados financieros y márgenes de utilidad. Publicar es algo extraño. Los libros son susceptibles de análisis en una escala industrial: con una inversión suficiente, un número determinado de ejemplares puede producir con seguridad rendimientos crecientes. No obstante, también son fenómenos culturales exclusivos o experimentales, como las bellas artes o el ballet, cuyas limitaciones de distribución forman parte de sus valores propuestos: el simbólico y el financiero.

La edición es la industria creativa por excelencia.² Representa el potencial reproductivo de la imprenta, la primera tecnología

¹ Véanse Thompson (2010), Stark (1981) y Nash (2012); para Cass, véase *The New York Times* (1986); para Hunter S. Thompson, véase www.theguardian.com/books/2005/feb/21/hunterstompson (consultado el 5 de julio de 2014); para Sendak, véase Brockes (2012); para Ayer, véase Knowles (2008); para Goethe, véase Esposito (2013); para Wilde, véase Cole (1989).

² Esto fue un problema. A medida que esta actividad, a lo largo del siglo XIX, se convertía cada vez más en una industria, el noble mundo de



de producción y distribución masivas de objetos culturales e intelectuales, que generó nuevos modos de organización alrededor del taller, del impresor humanista y de la “fijación tipográfica”. La propagación de la imprenta en toda Europa fue asombrosamente rápida y provocó revoluciones en la religión, la ciencia y la educación (Eisenstein, 1980). Podría decirse que, más que cualquier otro factor, la impresión y la edición crearon la propia modernidad. Incluso antes de Gutenberg, en los *scriptoria* medievales y en los grandes centros antiguos de conocimiento existían ya muchas funciones relativas a la edición; después de todo, desde entonces se producían libros (en formato de rollo). La edición ocupa un lugar único en la historia cultural y debemos preguntarnos qué efectos tuvo esto en otras industrias creativas.

Así, tenemos una extraña práctica pero también una antigua protoindustria que fungió como matriz para una de las áreas de crecimiento más rápido en la economía contemporánea. Ahora tenemos también una industria en crisis.

Por más perverso que pueda parecer, incluso haciendo a un lado los medios digitales, la edición está en crisis. De hecho, la edición siempre está en crisis. La actual presenta síntomas desagradables. El proceso de consolidación industrial fue desenfrenado. Nuevos métodos de trabajo y culturales desplazaron sutilmente las ortodoxias del Viejo Mundo. Las tiendas de cemento y ladrillo luchan por su supervivencia, sobre todo en las culturas angloestadunidenses.³ Los costos, de manera inevitable, continúan al alza. Son alarmantes las macrotendencias, como el declive de la lectura de formatos extensos, el auge de los medios alternativos y la presión sobre los tiempos de las audiencias, que

la edición de libros se encontró en algo semejante a una crisis de identidad, al considerarse por encima de las implicaciones de la mecanización y el trabajo industrial y, al mismo tiempo, al entusiasmarse por el potencial productivo de la tecnología. Mientras la mayoría se inclinó por la segunda opción, algunos editores, como William Morris (Kelmescott Press), se manifestaron incondicionalmente por el rechazo de la “industria” (Stetz, 2007).

³ El hecho más contundente, a este respecto, es el colapso en 2011 de Borders, la mayor cadena de librerías en Estados Unidos.

no hacen más que empeorar. Disminuyen los catálogos de los editores comerciales y los editores académicos padecen los cortes presupuestarios de la educación superior, mientras los editores de textos educativos encuentran una competencia creciente en sus mercados.

Y entonces aparece el reto digital. Al centralizar poder, erosionar valor y romper los desgastados modelos de negocios sin dificultades, los editores quedaron atrapados en una carrera en la que intentan no rezagarse, superar los obstáculos y adaptarse al cambio. Los editores comerciales están atrapados, como los fabricantes tradicionales de computadoras, entre poderosos productores río arriba (es decir, autores y agentes literarios) y distribuidores y minoristas río abajo, como Amazon y Barnes & Noble. La ganancia reside en la combinación eficiente de ambos, lo que da origen a una vulnerabilidad estructural expuesta ahora por la red.

Nunca ha sido más fácil la autopublicación —ya sea de novelistas inexpertos o de académicos avezados—, lo que plantea cuestiones estratégicas no sólo para la industria sino, en primer lugar, para el significado de publicar. La edición es difícil para quienes son ajenos a ella porque ya es intensamente competitiva. En pocos sectores hay una inversión de capital intelectual equivalente con utilidades tan magras. En suma, conforme a los estándares de muchas industrias globales, pocos campos reúnen niveles similares de talento con resultados tan exigüos. De los antiguos gigantes mediáticos a los ágiles debutantes nativos de la red, los nuevos actores circulan a pesar de todo. Está por verse qué diferencias harán entidades asociadas como Thomson Reuters y Penguin Random House, o cómo crecerán los editores en los mercados emergentes. El cálculo editorial está cambiando en el mundo digital, con pocos obstáculos para ingresar, rápidas tasas de crecimiento y relaciones directas entre consumidores.

A través de los siglos, el cambio ha sido la norma para los editores, les haya gustado o no. De alguna manera las ventas de libros se mantuvieron en ascenso. No obstante, esto oculta oportunidades perdidas: al definir, erróneamente, su papel como productores de libros, los editores se colocaron una camisa de



fuerza, perdieron la ocasión de incluir nuevos formatos y se marginaron. Quizá sea un resultado inevitable de la especialización y la segmentación del mercado. Quizá no. De cualquier manera, los editores necesitan una idea más documentada de su función, que les permita enfocarse en competencias esenciales en tiempos difíciles mientras elaboran una noción más amplia de sus actividades. En el futuro, tal vez reaccionen con más agilidad a los cambios tecnológicos y vean en ellos una oportunidad y no una amenaza. Es fácil ignorar las grandes cuestiones, pero esto deja a los editores sin una identidad clara, cuando tenerla nunca ha sido tan importante como ahora. La ausencia de definición deja a los editores muy expuestos a las veleidades de la historia y la tecnología.

En un plano más teórico, nuestro concepto de mediación está en conflicto. En un libro de Denis McQuail (2010) sobre estudios de la comunicación, ahora canónico, se enumeran algunas metáforas de la mediación: como ventana, espejo, filtro, puerta de entrada o portal, señal en el camino, guía o intérprete, foro o plataforma, como acto de divulgación, de interlocución. La mediación, al igual que la edición, es problemática y elusiva. Una teoría de la edición es una teoría de la mediación, acerca de cómo y por qué los bienes culturales requieren una mediación. Es la historia detrás de los medios más que una historia del medio en sí (libros o palabras en este caso), y desempeña un papel predominante para entender las comunicaciones.

La edición es una actividad, un modo de producción: es un trabajo arduo. Al mismo tiempo, tiene que ver con juicios, gusto, estética y ejercicio de la razón, así como con un uso considerable de recursos, financieros o de otra índole. Es todo menos algo sencillo. No obstante, en su mayoría, los libros sobre edición, historia del libro o estudios culturales parten de una comprensión de la edición sin cuestionarla. Si bien ésta se ha explorado con detalle, tanto en su historia como en el presente, no se ha teorizado adecuadamente.

La gente siempre buscará comunicarse. En la actualidad se publican más libros que nunca. Por un lado tenemos una necesidad humana, un sector en expansión y, con internet, un florecimiento

general de las comunicaciones sin precedentes en la historia. La lectura de formatos extensos no ha muerto; por el contrario, está en sus años dorados. Tenemos también una industria, un juego de estándares y un modo de vida amenazados. ¿Qué está sucediendo? Necesitamos ir más allá de las descripciones anecdóticas, de los supuestos sin comprobar, de la propaganda industrial y de definiciones de diccionario no especializado para entender en verdad lo que *significa* publicar. Necesitamos verificar estos supuestos y ver, si es posible, qué concepto de edición surge.

Necesitamos más claridad. Con frecuencia, publicar se equipara con hacer público algo. ¿Es esto suficiente? ¿Se requiere que la edición sea siempre comercial, y en ese caso cuál es su relación con el capitalismo y la obtención de utilidades? ¿Debe la edición trabajar con la tecnología y el cambio tecnológico o en contra de ellos, y cómo? Los panfletos disidentes, la aplicación en red de *The Financial Times*, las sonatas de Bach y *The Sims* son, todos, materiales publicados. ¿Cómo es posible? Para comprender la edición, para imaginar cómo se las arreglará para sobrevivir y prosperar en un periodo de desafíos sin paralelo, necesitamos apreciar por qué ya había un problema antes de la tecnología digital.

Esto es relevante más allá de cuestiones teóricas o estratégicas. La edición de verdad importa. Está en el corazón de nuestra literatura y de nuestro conocimiento, de nuestra sociedad civil, de nuestras esferas públicas y nuestras discusiones políticas. La edición impulsa nuestras ciencias y fortalece nuestra cultura. La edición no es un medio pasivo; forma parte de nuestras vidas y sociedades, pues las moldea, las guía y, muchas veces, incluso las controla. Aunque rara vez examina su interior, la edición contribuye a definir nuestro mundo. A través del tiempo, esa combinación clásica de embaucadores y humanistas ha tenido un impacto sin parangón. Esto exige una mirada más atenta.

Desde mi punto de vista, una teoría de la edición debe considerar lo siguiente:

- el carácter público e institucional de la edición, que explique qué es lo que hace público algo;
- el papel de la edición como un acto de mediación;



- las perspectivas históricas divergentes;
- las formas divergentes de los medios de publicación;
- aspectos como el riesgo (financiero), la relación con el contenido y la conformación del mercado, y
- la historia de la edición y cómo influye en su vinculación con el entorno digital en la actualidad.

EL ARGUMENTO

Mi argumentación sugiere primero que la edición está lejos de ser algo sencillo. Pese a emplear a cientos de miles, incluso millones de personas en todo el mundo, comprender lo que constituye la edición no es tan fácil como parecería. ¿Cómo se compara la edición de videojuegos o música con la de libros, por ejemplo? ¿Cómo opera la larga historia de la edición y la rica diversidad actual en nuestras nociones de lo que ésta puede ser?

La edición digital, un ejemplo de lo que Clayton Christensen (1997) llamaría “innovación perturbadora”, sólo complica las cosas. Ahora que cualquiera puede publicar o convertirse en editor, ¿qué significa en realidad publicar? En multitud de materiales se discute cómo la tecnología digital ha impactado a la edición, pero expertos y ejecutivos suelen enfocarse en los avances más superficiales y de corto plazo. Si bien las cuestiones en apariencia importantes, como los formatos de los libros electrónicos y las tácticas de mercadotecnia digital, son sin duda dignas de interés, pasan por alto los aspectos fundamentales y de mayor alcance que se desprenden de la estructura de internet. Los fundamentos de la escasez y de la propiedad intelectual, la función de guardián, conector y mediador, están rodeados por fuerzas que a menudo los editores contemporáneos no entienden del todo.

Hasta que la edición perciba con claridad cómo el panorama tecnológico se convierte en un dilema de negocio medido en décadas, la práctica entera, tal como está constituida en el presente, irá agotándose. La edición no se desmoronará o saldrá de escena de golpe, como parecen pensar algunos partidarios de lo digital; la edición se contraerá poco a poco y se refugiará en su propia

introducción: intermediarios útiles ■ XXIII

irrelevancia. Para quienes creemos que la edición desempeña un papel importante y útil en el mundo, ninguna de estas opciones resulta agradable.

El núcleo de mi argumentación elabora una teoría de la edición a partir de cuatro conceptos clave: marcos y modelos, filtrado y amplificación. Juntos constituyen la verdadera máquina de contenido. Parto de la premisa de que la edición nunca se separa del contenido. Dondequiera que se encuentre la edición, está el contenido. La conclusión es que una teoría de la edición surge de una teoría del contenido, y ahí es donde aparecen los marcos y los modelos. El contenido se enmarca —se empaqueta para su distribución y se presenta a un público— de acuerdo con un modelo. El concepto de marco y de modelo viene con cierto bagaje y abundantes detalles, cruciales para una comprensión completa del funcionamiento de la edición, que se explorará en los capítulos 3 y 5, respectivamente, junto con cuestiones propias de la relación de la edición con la tecnología y el comercio.

Sin embargo, el verdadero núcleo de la edición reside en el filtrado y la amplificación. Publicar tiene que ver con seleccionar. Incluso quienes recurren a la autopublicación filtran: después de todo, eligen una obra —a saber, una hecha por ellos mismos— para publicarla. Aun en su versión más incluyente, la edición implica un proceso de filtrado marginal. De no existir este proceso estaríamos simplemente lidiando con el medio mismo, y no con los editores dentro de ese medio. El proceso completo de enmarcado en realidad está diseñado para amplificar textos. La edición tiene que ver con la expansión, a partir de un prototipo con el que se producen múltiples copias. El modelo es la razón por la cual se busca la expansión, por la cual se quiere amplificar (por lo común por razones económicas, pero, como se demostrará, no sólo por ello). Si publicar significa algo, si el contenido público significa algo, es porque se apoya en la idea de la amplificación.

Por último, relaciono esta teoría o “sistema” de edición con el entorno digital en maduración. Algunas observaciones al inicio de esta introducción se desarrollan a detalle. El cambio en la conformación del mercado, la creciente aparición de nuevos mo-



delos de propiedad intelectual, la idea de la curaduría y las estrategias derivadas de organizaciones nativas de internet se exploran como posibles respuestas al desafío de las redes digitales. No pretendo aplicar la teoría de manera instrumental, sino contribuir a una reflexión acerca de las profundas implicaciones en la deriva general de la edición. Si este argumento se propone algo, es que quede claro que la edición es algo complejo.

Los lectores que busquen argumentos actualizados sobre el entorno digital deben concentrarse en los capítulos 2 y 6. La mayoría de mis comentarios con miras al futuro acerca de la conformación del mercado, la edición como servicio, las licencias abiertas, la “edición esbelta”, la curaduría y el Nuevo Editor se encuentra en el capítulo 6. A quienes busquen el argumento principal acerca de edición, contenido, medios y economía editorial les servirán los capítulos 3, 4 y 5. Desde luego, en opinión del autor, la mejor manera de leer el libro es la tradicional: de principio a fin.

Por “edición” aludo sobre todo a la edición de libros. Sin embargo, cuando circunscribimos los significados de edición y limitamos nuestra comprensión a libros o textos, empobrecemos nuestra visión. De hecho, es difícil distinguir entre diversos tipos de edición. En este razonamiento, “edición” pende de una cuerda floja entre un enfoque estrecho sobre los libros y el amplio mundo de la “edición de contenidos”, que oscila entre ambos.

¿UNA TEORÍA DE LA EDICIÓN?

El estudio de los libros y de la edición es ahora una característica permanente y aceptada dentro del panorama académico. En pocos años, los estudios sobre la edición registraron enormes avances para explicar esta práctica cambiante. Para nombrar sólo a unos cuantos de los autores eminentes en esta área, John Thompson (2005, 2010) explora en detalle los modelos y el trasfondo de la edición angloestadunidense; Albert Greco (2005, 2007) investiga la compleja economía de las editoriales y los mercados del libro; Claire Squires (2007) dilucida los aspectos

introducción: intermediarios útiles ■ xxv



productivos de la mercadotecnia en la edición contemporánea; escritores como Miha Kovac (2008), Angus Phillips y Adriaan van der Weel (2011), junto con un grupo de blogueros, ofrecen miradas agudas sobre la revolución digital. Sin embargo, todavía existen vacíos en nuestros conocimientos y enfoques. Por ejemplo, el aún indispensable *Oxford Companion to the Book* (2010) tiene sólo una entrada para la voz “edición”, centrada en su función financiera, que demuestra cómo los avances en la historia del libro no se traducen necesariamente en una mayor valoración de la edición, sin la cual la historia del libro sería irreconocible.⁴

El estado del conocimiento sobre la edición ha sido, a pesar de los avances mencionados, en gran medida insuficiente. Su estatus como disciplina académica es todavía indefinido, y en ocasiones está poco desarrollado, atrapado entre áreas de estudio más extensas y establecidas, como la historia del libro y los estudios sobre ciencias de la información. En la década de 1980, el crítico literario John Sutherland definió nuestra comprensión de la edición como “un agujero en el centro de la sociología de la literatura” (Sutherland, 1988, 576). Para él era muy claro que no faltaba conocimiento histórico sino un enfoque más teórico: “la historia de la edición, mientras florece con un extraordinario vigor juvenil, carece de un marco teórico coherente” (Sutherland, 1988, 576). Fue más allá y planteó este caso —el proyecto de esta investigación— aún con más claridad:

La historia de la edición [...] parecería menos necesitada de una colaboración colectiva que de una nueva base teórica de la cual partir. Esa base es ajena a las teorías heredadas, centradas en el texto, y canónicamente exclusivas, en las cuales, por ejemplo, se basa el propio estudio académico de la literatura. Y sin una formulación teórica, investigar la historia de la edición muy rápidamente se hunde en casos arduos e intratables [Sutherland, 1988, 588].

⁴ Desde luego, el *Companion* contiene información muy rica acerca de la edición, pero de manera indirecta por lo que se refiere al libro.

Mucho ha cambiado desde que Sutherland escribió lo anterior, sobre todo la publicación de las investigaciones mencionadas, pero, como todo en la edición, los cambios van más despacio de lo que cabría suponer. Las incursiones teóricas, tan comunes en los estudios culturales y de las ciencias de la información, son todavía relativamente raras. El ensayo de Richard Nash (2013) “The Business of Literature” es un ejemplo insólito y bienvenido: polémico, lírico y reflexivo. Nash describe la edición como un agente radical involucrado no sólo en la publicación de libros sino en el marco del capitalismo y la cultura moderna. Simone Murray (2006), casi veinte años después que Sutherland, formula un reclamo sobre la precaria identidad de los estudios sobre la edición: donde debería ser crítica y contar con investigaciones profundas e intensivas, con frecuencia se queda en lo formativo o anecdótico.

Este estudio, siguiendo las investigaciones recientes sobre esta materia, se propone elaborar una “teoría de la edición”. Para algunos, el concepto y la idea pueden ser anatemas. La teoría tiene demasiadas connotaciones negativas, pues parece ser algo oscurantista, anacrónico y confuso, demasiado ajeno al toma y daca característico de la edición. Sin duda, este intento no trata de superar a nadie en las apuestas de inteligibilidad. Por el contrario, mi objetivo es recuperar lo útil de la teoría, para poder decir: “sí, un entendimiento de la edición dictado por el sentido común es perfectamente aceptable las más de las veces, pero también hay un valor en puntos de vista más complejos y matizados”. Tómese la figura del autor (o, mejor, del Autor) como analogía. Antes cada quien sabía lo que un autor hacía: escribía libros, y fin de la historia. Después surgieron algunos asuntos difíciles. Los “nuevos críticos” estadounidenses, como W. K. Wimsatt y Monroe Beardsley, empezaron a argumentar que lo importante eran las opiniones y las interpretaciones de los lectores; las intenciones del autor eran irrelevantes para nuestra comprensión de la literatura. Roland Barthes llevó la noción un paso adelante cuando proclamó la famosa “muerte del autor” y la primacía del lector en la construcción del significado.



Michel Foucault (1980) tomó un camino diferente con la “descentralización” del autor. ¿Cuál es —se preguntó— la obra del autor? Si tomamos la recopilación de los textos de cualquier autor, ¿se puede llamar a esto su *obra*? Si aceptamos que cualquiera es un autor, ¿entonces todo lo que escribe, todos los papeles, recibos, notas efímeras y triviales, también son parte de su obra? Lo que constituye la obra de un autor es, en una reflexión más profunda, más complicado de lo que habíamos pensado. En respuesta, Foucault describió la “función del autor”; los autores esencialmente tienen dos nombres idénticos, el nombre que utilizan en su “vida real” y su nombre como autor, que sirve para agrupar un conjunto de obras. De esta manera, incluso un conjunto de textos que casi seguramente no fueron escritos por la misma persona se agrupan en una función autoral, como hacemos con nombres como Hipócrates o Hermes Trismegisto.

En gran parte de la historia muchas obras, como los poemas épicos, no requieren de un autor: forman parte de una herencia común. Luego, en los siglos xvii y xviii, cada vez fue más común preguntar “¿quién lo escribió?” Este creciente énfasis autoral coincide con el desarrollo del aparato legal de la propiedad intelectual; una vez que los autores eran dueños de sus textos, necesitaban una función autoral para identificarlos. En última instancia, Foucault piensa que la función del autor regula nuestro sistema de discurso, ordenado por el autor, como parte de nuestra era “burguesa”, que se caracteriza por el individualismo, la propiedad y el comercio.

La cuestión no es si Foucault *et al.* tienen o no razón, sino que sus argumentos enriquecen nuestra comprensión de la autoría. Hacen justicia a la increíble complejidad del mundo. Podemos aceptar o rechazar estos argumentos, pero no podemos hacer lo mismo en el sentido de que quizá la autoría no es tan simple como escribir libros, de que tanto los lectores como los escritores crean el significado y de que, en primer lugar, las sociedades al igual que los individuos son responsables de producir categorías como la autoría.

No necesitamos una teoría de la edición para emplearla como un complemento improvisado de la teoría literaria. No obstante,



sí requerimos una teoría de la edición para explicar, en una coyuntura crítica, algo acerca de lo que es y hace la edición.⁵ En palabras del consultor editorial Mike Shatzkin (2012), “tratar de explicar la edición, o incluso entenderla, es todavía un gran reto”. Debemos seguir afrontándolo.

Éste es un trabajo de síntesis. Se basa en muchas ideas que he retomado de los analistas de la edición y que circulan en innumerables blogs, tuits, conferencias, revistas, libros y otros foros donde se discute el futuro de la industria y se plantea cómo puede responder al desafío digital. Este libro las coloca en un marco histórico y teórico más detallado. No se limita a lo que significa publicar sino a la relación entre la edición impresa y la digital, y cómo se condicionan entre sí. Estoy en deuda con importantes trabajos en una diversidad de campos: estudios sobre la edición y comentarios sobre la industria editorial, desde luego, pero también historia del libro, estudios sobre ciencias de la información, teorías culturales y literarias, estudios empresariales y financieros, historia y biografía, sociología y la extensa pero aún en ciernes literatura sobre el entorno digital. Éste es, sin duda, un estudio interdisciplinario y sinérgico. Es todavía un bosquejo, un ensayo en el sentido que daba Montaigne al término: una tentativa, parte de un debate en curso y no un análisis definitivo. Necesariamente es de largo alcance y acepto de buena gana la necesidad de hacer correcciones y revisiones de acuerdo con cada área.

Mi posición es la de investigador y practicante de la edición digital. Espero que esto me conceda tanto una visión panorámica como una detallada de los cambios que están ocurriendo en la edición.⁶ Al apreciar los cambios editoriales desde dentro y en oca-

⁵ Se puede adaptar otro título a partir de la obra del sociólogo Göran Therborn (2008), *What Does the Ruling Class Do When It Rules?* [¿Qué hace la clase dirigente cuando gobierna?]: ¿qué hacen los editores cuando publican?

⁶ Bruno Latour (2005, 33) sostiene que “como regla, es mucho mejor establecer por omisión que el investigador está siempre en un momento reflexivo *detrás* de aquellos a quienes estudia”, lo que deja al autor en la extraña posición de perseguir su propia cola.

siones tratar de inducirlos, esta experiencia ha sido estimulante y en extremo instructiva. En sus oficinas, los editores digitales sienten la emoción y el riesgo de una nueva frontera, un viaje cuyo destino se desconoce. Quienes investigan la edición son afortunados; se trata de una industria increíblemente abierta y autorreferencial. Los editores, quizá debido a sus antecedentes académicos, están más preparados que otros para pensar, interpretar y comunicar lo que hacen, por qué y cómo. Este libro en parte consta de comentarios de la propia industria, sin —espero— aceptar a ciegas las creencias y autodescripciones cotidianas de una industria locuaz, inteligente y protectora de sus intereses. La reflexión y la conciencia de sí han sido compañeras constantes de los editores.

También evito confiar demasiado en la bola de cristal, pues consultarla a menudo es pecar de ingenuo. El futuro de la edición es uno de los temas centrales, pero eso no equivale a decir que *x* o *y* son *el* futuro de la misma. En el mejor de los casos, se analizan trayectorias de larga duración, algunas con ciertas probabilidades de éxito, aunque no esquivo algunas conclusiones estratégicas y prescriptivas. Como sucede con toda buena hipótesis, debe haber conclusiones verificables. Sobra decir que quienes aún buscan un análisis completo del negocio editorial, con respuestas sencillas acerca de lo que deben hacer en un mundo interconectado, sufrirán una decepción. Esto no significa que el trabajo sea inútil; sólo significa que no es útil si esperan los “10 pasos para el éxito editorial” o algo de esa índole. Si es que hay una fórmula mágica, qué daría yo por conocerla. Mi atención se centra en la *longue durée*: los editores como hierofantes culturales e informáticos, las grandes cuestiones sobre el comercio, la tecnología y el impacto de los medios digitales. Un sinnúmero de escritores le dicen qué hacer a los editores, y este volumen se inclina por un planteamiento más matizado y no tanto por uno puramente numérico. El análisis se concentra en lo que de manera general llamamos editores “tradicionales”. Por ejemplo, los ejecutivos en Twitter o Amazon difícilmente ven el futuro con la angustia existencial de quienes practican la “edición de árboles muertos”, como les gusta llamarla en el Silicon Valley. Creo que

la edición, tanto la tradicional como la nueva, la impresa y la digital, es importante y aún ofrece un valor incalculable para el contenido, los generadores de contenido y el mundo en general. A pesar del entusiasmo y los avances de la tecnología digital, sería una gran pérdida si los editores de “árboles muertos” se convirtieran en editores igualmente muertos.