

Edición, libro y lectura: espacios de autoría, visibilidad y socialización

Publishing, books and reading: Spaces of authorship, visibility, and socialisation

José-Antonio Cordón-García; María Muñoz-Rico

Note: This article can be read in its English original version on:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86940>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

Cordón-García, José-Antonio; Muñoz-Rico, María (2022). "Publishing, books and reading: Spaces of authorship, visibility, and socialisation". *Profesional de la información*, v. 31, n. 2, e310205.

<https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.05>

Artículo invitado recibido el 18-01-2022



José-Antonio Cordón-García ✉
<https://orcid.org/0000-0002-8569-9417>

Universidad de Salamanca
Grupo E-Lectra de Investigación sobre
Lectura y Edición Digital
Francisco de Vitoria, 6-16
37008 Salamanca, España
jcordon@usal.es



María Muñoz-Rico
<https://orcid.org/0000-0002-7333-4832>

Universidad de Salamanca
Grupo E-Lectra de Investigación sobre
Lectura y Edición Digital
Francisco de Vitoria, 6-16
37008 Salamanca, España
ricom@usal.es

Resumen

El libro y su entorno han estado en permanente transformación a lo largo de la historia, experimentando cambios que han afectado a sus formatos, disposiciones textuales, formas de lectura, sistemas de producción y distribución, así como a su consideración social como instrumento de transmisión del conocimiento. Uno de los mayores cambios ha tenido lugar en el siglo XXI con la irrupción en toda la cadena de valor editorial de los formatos digitales. Si en épocas precedentes las transformaciones habían afectado a uno u otro de los elementos mencionados, la revolución digital incide en todos simultáneamente, pues modifica las formas de crear las obras, de producirlas, de distribuirlas y de consumirlas, introduciendo también por primera vez un elemento de intermediación entre el lector y la lectura: el dispositivo que, en sus diferentes variedades, implica un elemento de complejidad adicional. En el momento actual, y después de casi dos décadas de recorrido, se pueden constatar los avances y retrocesos que se han producido en esta andadura, los logros y carencias desde el punto de vista de la edición, en la que se aprecia un reforzamiento de las grandes empresas, al tiempo que el surgimiento de un sistema de autopublicación que representa una ruptura con los sistemas tradicionales. Desde el punto de vista de la autoría, se ha acentuado el valor de la marca, del carisma o del prestigio, al tiempo que se está produciendo un movimiento de creación al margen del sistema, que renuncia a la posteridad y el reconocimiento en beneficio de la visibilidad. Una autoría sujeta también a la influencia de las redes sociales con sus efectos positivos, en forma de proyección, y negativos, en forma de nuevas formas de censura. Y finalmente, desde el punto de vista de la lectura, se aprecia un recorrido ambivalente que discurre entre las sendas de una tradición muy potente, vinculada con el libro impreso, y la lectura digital, asentada desde el punto de vista de las prácticas, pero en su vertiente más conservadora e imitativa con respecto a los formatos analógicos, en la que van surgiendo nuevas propuestas e iniciativas más innovadoras que recaban la atención de sectores en crecimiento, pero todavía minoritarios de la sociedad. El entorno digital avanza y se consolida pero todavía no ha aprovechado toda la potencialidad que le permitirían los avances tecnológicos.

Palabras clave

Autoría; Libros; Libros electrónicos; Edición; Lectura; Autopublicación; Censura; Audiolibros; Lectura digital; Lectura social; Dispositivos de lectura; Acceso abierto; Impresión bajo demanda.

Abstract

Over the course of history, the book and its environment have been in permanent transformation, undergoing changes that have affected its format, textual arrangement, form of reading, and production and distribution systems, as well as its social consideration as an instrument for the transmission of knowledge. One of the greatest changes has taken place in the 21st century with the emergence of digital formats throughout the publishing value chain. If in previous eras the transformations had affected one or other of the mentioned elements, the digital revolution has impacted on all of them simultaneously, as it has modified the ways in which works are created, produced, distributed, and consumed. Also, it has introduced for the first time an element of intermediation between the reader and reading: the device, which, in its different varieties, implies an element of additional complexity. At the present time, and after almost two decades, we can see the advances and setbacks that have occurred on this journey; the achievements and shortcomings from the publishing point of view, in which a strengthening of the big companies can be appreciated; and the emergence of a system of self-publishing that represents a rupture with traditional systems. From the point of view of authorship, the value of the brand, of charisma and prestige, has been emphasised, while a movement of creation is taking place on the fringes of the system that renounces posterity and recognition in favour of visibility. This approach to authorship is also subject to the influx and influence of social networks with their positive effects, in the form of projection, and negative ones, in the form of new ways of censure. Finally, in terms of reading, there is an ambivalent route that runs between the paths of a very strong tradition, linked to the printed book, and digital reading, established from the point of view of practices, but in its more conservative and imitative side with respect to analogue formats; in the digital sphere, new proposals and more innovative initiatives which are attracting the attention of growing but still minority sectors of society are emerging. The digital environment is progressing and consolidating, but it has not yet taken advantage of all the potential that technological advances could provide.

Keywords

Authorship; Books; E-books; Publishing; Reading; Self-publishing; Censure; Audiobooks; Digital reading; Social reading; Reading devices; Open access; Print on demand.

Agradecimiento

A Elena P. Hernández Rivero por la traducción.

1. Introducción

Una de las obras fundamentales de Jack Derrida, *De la grammatologie*, contaba con un capítulo, el primero, cuyo sugerente y atractivo título era “El fin del libro, el comienzo de la escritura” (Derrida, 1967), en el que contraponía la idea del libro como totalidad, vinculada con la idea de cierre y de final, a la de escritura con un sentido más abierto y permeable. En 2011, como homenaje al autor y llamada de atención hacia un fenómeno disruptivo que estaba causando profundas modificaciones en el entorno editorial, la edición digital y la aparición de nuevos dispositivos de lectura, apareció una contribución que con el título de “El final del libro, el principio de la lectura” parafraseaba y participaba, en cierto modo, de las ideas del referente mencionado (Cordón-García, 2011), aunque impregnado de eso que Roszak (2008) denominó “El culto a la información”.

Los hechos, posteriormente, y con más de 10 años de andadura, han ido matizando estas reflexiones, no tanto para contradecirlas, sino para relativizar algunas de las tendencias apuntadas en ellas. Muchas de las líneas abiertas en esos momentos preliminares, de las expectativas suscitadas por los avances tecnológicos que se contemplaban desde una perspectiva excesivamente voluntarista e idealizada, se han visto atemperadas por una realidad impuesta por el mercado y el contexto cultural. Las investigaciones llevadas a cabo en este campo han demostrado que los lectores tienden a mostrar un comportamiento bastante conservador en sus prácticas de lectura, aunque esta se haga en formatos digitales, a seguir los estándares instituidos por la historia del códice a lo largo de cientos de años. No es extraño por lo tanto que los libros electrónicos funcionen como libros en papel, pero en formato digital, con cubierta, página de título, índice, introducción, etc., y que los desarrollos más experimentales y acordes con el nuevo entorno, como los libros electrónicos enriquecidos o los libros-aplicación no hayan conseguido un nicho claro, estando en claro retroceso por su falta de viabilidad comercial (Bienvault, 2022). Aunque sus posibilidades de expansión en el mercado de las tablets les auguraba un futuro mejor, sobre todo en el ámbito de la literatura infantil, sus costes y la exigencia de una actualización permanente en entornos tecnológicos cada vez más diversificados, provocaron un efecto disuasorio en los sectores que contaban con los recursos y la infraestructura para su desarrollo. Google no ha llegado a implicarse en este mercado, y Amazon, que podía haber desempeñado una función importante en el mismo, al fracasar en su estrategia de incorporación de las tablets a su elenco de dispositivos de lectura, tampoco llegó a apostar por el mismo. Otros factores que influyeron fueron:

- la articulación de una política de precios insuficiente para los nuevos formatos;
- la dificultad para emplear las herramientas de marketing tradicionales para productos que exigían una elevada capacidad adquisitiva;
- la paulatina cesión de protagonismo por parte de las tablets en beneficio de los smartphones.

Estos años han sido también los de la pérdida de importancia del libro como contenedor de un discurso global y estructurado, al menos en el ámbito científico. Un debilitamiento que se ha extendido a los sistemas de valoración de la actividad investigadora, en los que las monografías han ido perdiendo importancia de manera paulatina. Quizá, volviendo a Derrida, llevara razón cuando afirmaba que

“ El entorno digital avanza y se consolida pero todavía no ha aprovechado toda la potencialidad que le permitirían los avances tecnológicos ”

“Yo diría que la escritura científica siempre ha sido ajena al libro, que el libro siempre ha sido de algún modo impugnado, más o menos en secreto y hoy de formas nuevas y declaradas” (Derrida, 1968).

Esta situación se desenvuelve en un contexto claramente expansivo para la industria que, después de la debacle que supuso para todo el circuito editorial el colapso provocado por la pandemia de la Covid-19, recupera el pulso reforzando las cifras previas a esta. Con ser cierta esta reanimación, también lo es que los datos muchas veces responden a eso que **Guillaud** (2021) denominaba “imaginación estadística”, esto es, la construcción colectiva de una visión de las cifras amparadas no tanto en lo que son sino en lo que podrían ser, de tal manera que se extrapolan significados e interpretaciones que sobrepasan lo que un apunte meramente cuantitativo evidencia. Las estadísticas sobre la lectura no informan sobre esta, sino sobre lo que suponemos que ha de ser. Esta suerte de relato imaginario abunda en interpretaciones o ensoñaciones optimistas sobre fundamentos poco sólidos, amparados en manifestaciones mal identificadas, como el acto de leer y sus consecuencias.

Los hechos en relación con el libro y la lectura muestran que los cambios históricos no deben ser interpretados como rupturas epistemológicas sino más bien como la reorganización de principios culturales preexistentes que, en numerosas ocasiones, no se han podido desarrollar por falta de los instrumentos adecuados. Después de una década de andadura, la edición digital no ha representado esa revolución radical y definitiva que se presumía en sus inicios, sobre todo porque no ha conseguido alcanzar el aura y la simbología que, según **Han** (2021), afecta a los objetos físicos. Invoca el filósofo al también filósofo Walter Benjamin, quien consideraba que “los libros tienen su destino”, para afirmar que los libros electrónicos no son un objeto, sino una información, carentes de un rostro inconfundible, de una fisonomía, del vínculo intenso que revisten los libros tradicionales. Los libros electrónicos, sostiene, no tienen rostro ni historia, se leen sin las manos y, sin el tacto físico, no se crean vínculos. Aunque son muchos los factores que confluyen en esta “restauración” del equilibrio de fuerzas entre la tradición y la innovación, este componente emocional al que apela Han, reviste una importancia crucial y será determinante en los próximos años. El pensamiento de Han no es nuevo. Señalaba Platón que el conocimiento absoluto estaba en las formas, de manera que toda ciencia dependerá de la manera en que cristalicen estas (**Havelock**, 2005).

De cualquier modo, lo que es innegable es que los cambios existen y que estos han ido modificando nuestras percepciones más asentadas respecto a los componentes del mundo editorial, sobre todo en lo referente a los conceptos de autoría y lectura, sometidos a un fuerte proceso de liberalización, socialización y apertura hacia experiencias inexistentes en los modelos precedentes. Desde el punto de vista de la producción se han seguido reforzando los procesos de concentración y de dominación de las grandes plataformas que, sin embargo, apenas han avanzado en la renovación de propuestas acordes con los nuevos entornos, en consonancia con un lectorado muy conservador, poco receptivo a innovaciones que sobrepasen el cambio de sistema de lectura (de papel a digital aunque con un fuerte carácter imitativo), o los dispositivos para la misma, con evoluciones muy elementales y redundantes.

2. La autoría: de la singularización a la creación expandida

El concepto de autor ha sido uno de los más controvertidos y discutidos en los debates teóricos en el seno de las industrias culturales, en general, y en el de la editorial en particular. Además de generar una bibliografía específica, y de constituir una línea de investigación profusamente practicada desde la Sociología, la Psicología, el Derecho, la Economía, etc., ha sido uno de los elementos que más transformaciones ha experimentado en la última década.

Si el nacimiento de la función editorial en el siglo XIX había facilitado igualmente el nacimiento del escritor en el sentido profesional del término, esto es, la existencia de una nueva clase de autores que vivían de sus escritos, también había establecido el hito fronterizo entre la formulación de “yo escribo” a la confirmación de “yo soy escritor”, el paso de un acto a una identidad. La publicación se convierte en la única objetivación susceptible de transformar la actividad de escritura en identidad de escritor. Es lo que distingue el proyecto de escribir “para los otros” de la escritura para “uno mismo”. La planificación editorial favorece la emergencia del fenómeno indeleble de la identificación profesional a través de tres elementos clave para entender la figura del escritor a partir de entonces:

- autopercepción (se percibe como escritor);
- representación (se expone como tal);
- designación (es reconocido por otros).

En este contexto la publicación permitía el paso de lo privado a lo público, de lo informal a lo formalizado gracias a la intervención editorial. Posibilitaba la constitución en el espacio, permitiendo el acceso a un mercado y a un público, e instaurando en el tiempo la durabilidad del estatus de autor. Era por la mediación de un objeto, el libro impreso, bajo

la marca de un editor reconocido, que el acto de escribir escapaba a su estatus de acción para convertirse en factor de identidad, instrumento de cualificación de una persona a la vez durable, comunicable a otros, aceptable por el interesado y compartible con la sociedad. La prueba de la publicación permitía una medida de la calidad y un cambio en el estado del sujeto, formalizando mediante contrato el paso a la continuidad temporal que conferían una editorial y un público de lectores. La percepción de esta línea divisoria instituida por el contrato editorial, la configuración de un antes y un después fundacional, formaba parte de la constitución de la profesionalidad escritora. Ningún original, en sus diversos estadios, se podía considerar definitivo, ninguna obra editada, hasta que no aparecía encuadernada e inscrita en el circuito de validación editorial, disponible para un público, independientemente de que fuera leída. La conformación del campo editorial, en el sentido que **Bourdieu** (2011) atribuye al término, se basaba precisamente en la preexistencia de todo un conjunto de filtros y sistemas de valoración articulados en torno a los sistemas de selección y evaluación editorial. El dimensionamiento de la propia estructura de campo se vertebraba en torno a los espacios conformados por la función editorial. El campo no podía existir fuera de ésta.

La modernidad, además, había instituido la retribución como fundamento de la identidad del escritor, el paso de la “función de autor” (aquel que escribe una obra original y la publica) a la “condición de autor” (aquel que vive de sus escritos) y se había hecho bajo una condición paradójica pues su regulación se hacía mediante el sistema de derechos de autoría, que fija unas cantidades según unidades de obras vendidas, estableciéndose una relación mercantil de pago por unidad de soporte adquirido, de tal manera que el autor vinculaba su viabilidad al funcionamiento de un mercado de bienes intangibles y altamente volátil.

Esta situación, con algunas variantes, ha permanecido estable hasta fechas recientes en las que la figura del autor ha adquirido una condición multiforme, con abundantes signos de diferenciación respecto a su estatus reglado durante decenios, dando lugar a nuevas formas de escritura y autoría que rompen con la concepción cerrada vinculada al régimen impreso y redimensionan la concepción creativa dando lugar a la aparición de nociones que redirigen la función en un sentido polimórfico, extrayéndola en muchos casos del propio circuito editorial. La vinculación contractual y tecnológica propia del sistema impreso se diluye en una variedad de formas que amplían considerablemente el campo editorial.

Si hemos de singularizar los cambios más significativos operados en esta última década habría que centrarlos en tres fenómenos:

- autopublicación;
- apertura; y
- socialización.

Tres claves de un proceso en el que se aprecia un progresivo distanciamiento del sistema editorial convencional, una ruptura de campo, tal y como había sido concebida en sus estándares más consolidados (**Cordón-García, 2016; Cordón-García; Gómez-Díaz, 2018**) y la emergencia de nuevos parámetros de caracterización de la escritura y la autoría (**Cuquerella, 2018; Mora, 2021; Thompson 2021a**). En realidad, comienzan a configurarse procesos que se retroalimentan y experimentan una confluencia, todavía tangencial, pero que opera de manera creciente en las prácticas editoriales. En este sentido, la autoría convencional, más ceñida al medio impreso, se va contaminando de las formas y modos de las prácticas digitales, tanto para la captación de elementos innovadores, como para dotación de visibilidad en las redes y la con de un mercado muy digitalizado tanto en sus procesos como en sus actividades lectoescritoras.

Si en el medio impreso los autores constituían un contingente inconmensurable, cifrándose por millones su número, con la deslocalización y desintermediación que instaura el medio digital, la cifra crece exponencialmente. **Shatzkin** (2021) consideraba como uno de los tres momentos disruptivos del sector editorial el nacimiento del sistema de autopublicación de *Amazon, Kindle Direct Publishing (KDP)*, en la primera década del siglo XXI. Efectivamente, por primera vez en la historia se establece un sistema desintermediado de publicación, amparado por una plataforma con vocación de integración vertical y voluntad totalizadora en el sector del libro. Es cierto que la autopublicación había existido con anterioridad, pero es la estructura digital la que le confiere todo su potencial de proyección e impacto mediático. Su evaluación desde entonces ha sido tal que, en el momento actual, existe una infraestructura empresarial completamente profesionalizada al servicio de los autores independientes que, independientemente de la calidad de los contenidos, cuentan con abundantes plataformas para la exposición de sus obras. En un estudio desarrollado por la empresa *Book On Demand* sobre la naturaleza y características de la autoedición en Europa (**BOD, 2020**), se analizaban algunos aspectos significativos de esta, entre los que destacan todos los relacionados con la intervención de los autores en socialización y visibilidad de sus obras, un signo distintivo que articula la nueva condición del escritor. La generación de “comunidad” esto es, el uso de blogs, sitios web, redes sociales y creación de vínculos entre los propios autores, ocupa un porcentaje alto de la actividad de estos, con variaciones entre los países. La colaboración con responsables de webs y blogs muestra también porcentajes significativos, evidenciando el interés de los autores por la promoción de sus obras mediante este recurso. En España, por ejemplo, estas colaboraciones alcanzan al 91% de los autores autoeditados, pero en otros países no le van a la zaga pues en Alemania el porcentaje es del 81% y en Francia del 83%.

Se trata de un sistema híbrido en el que conviven lo voluntarioso, la ingenua aspiración por verse publicado, con el afán más comercial y pragmático. *Kindle Direct Publishing* es un buen ejemplo de ello. Perteneciente a *Amazon*, instaura unos algoritmos promocionales que condicionan poderosamente las formas de publicación de sus autores, imponiendo unos

ritmos de trabajo y unos plazos de publicación cada vez más cortos, condicionando, según **McGurl** (2021), la cultura literaria y la conducta de los escritores. El formato se traduce en tiempo, y este en velocidad. La forma breve y, en general, seriada, constituye la tendencia preponderante de la edición contemporánea digital, como se verá posteriormente. En este contexto *Amazon* lanzó *Kindle Vella* en el verano de 2021, una nueva ramificación de su complejo ecosistema para la generación de libros serializados, listos para ser consumidos desde el móvil. Se trata de capítulos cortos, de entre 600 y 5.000 palabras, que se van librando consecutivamente. El sistema está diseñado para que autores y lectores puedan estar en contacto, de tal manera que los primeros puedan adaptarse al gusto cambiante de su público.

La batalla se ha desplazado de la mera publicación, a la de la visibilidad. Los autores compiten no tanto por ser leídos, sino por ser encontrados, reconocidos y mencionados (**Muñoz-Rico; Cerdón-García**, 2022). Esta dimensión adquiere especial importancia en una economía de prototipos como la del libro, en la que cada obra lanzada al mercado compite con todo el resto de los concurrentes, cada libro de una editorial pugna por la ocupación de espacios y capital simbólico con los que, por una parte, revisten la misma imagen de marca y, por otra, se benefician de los mismos mecanismos de marketing y publicidad. Incluso cada libro que publica un autor compite con el resto de los suyos, competencia que se agudiza a medida que la inercia editorial y la edad literaria del creador producen segmentos coincidentes. Una contienda que se libra en el terreno de la atención y que se desencadena en los expositores de las librerías, en los anaqueles de las bibliotecas o en el espacio privado de las colecciones domésticas. Aunque, en sentido contrario, esta singularidad favorece la aparición de factores de arrastre coadyuvantes para un título o un autor cuando concurren elementos de retroalimentación externa como son la concesión de premios, la traslación de un texto al espacio cinematográfico o cualquier otro hecho que confiera significación social al escritor o a sus publicaciones. Autor, editor y obra se ven constreñidos por las determinaciones de un mercado fuertemente selectivo, tanto en cuanto a escenarios físicos, como en cuanto a espacios emblemáticos de representación de los textos.

En este contexto, la condición de autor se va conformando con los signos convencionales que le otorgaban verosimilitud e identificación, como su pertenencia a un sello editorial, pero estos ya no son imprescindibles y, además, integran marcamientos de índole estrictamente digital, como su web, blog o cualquier otro elemento que los sitúe en el tráfico virtual. De la figura solipsista y autocomplaciente, encerrada en su universo creativo, se ha pasado a la presencia generalizada en redes sociales de todo tipo, con intervenciones regulares que sostienen su imagen y su marca. El autor se ha visto forzado a socializar sus prácticas profesionales iniciando dinámicas en las que, como señalara **Barthes** (1967), el relato se ramifica en una hermenéutica múltiple, al hilo de la pérdida de autonomía de este frente a las construcciones de observadores e intérpretes. Como señala **Vitali-Rosati** (2018), el espacio digital ha devenido en una cuestión de dinámica colectiva en tanto que producida por una continua interacción entre personas, máquinas, algoritmos y plataformas. El autor se ubica en un nuevo entorno en el que, como indica **Žižek** (2021) la ansiedad no surge por ser vigilado sino por no ser contemplado por otros en todo momento.

Esta notoriedad social se traduce en un modelo de autor cuya identidad la conforman no solo sus producciones sino la del elenco de seguidores que pivotan en su entorno, generando un corpus de interacciones que alimenta sustancialmente los mensajes originarios (**Fülöp**, 2019). El autor no es solo el autor, sino todas las instancias en las que, por mediación de la editorial, si existe, y sus medios, o por intervención de sus seguidores, aparece y se integra. De ahí la importancia que han cobrado para muchas editoriales los clubs de seguidores organizados en torno a un autor o una obra (**Cruz-Martín**, 2016). Se trata de redes de lectores interesados en la replicación, intercambio de información y creación de tramas en torno a los temas o personajes de una obra, que tienden a viralizar la misma (**Coppa**, 2017), y a crear situaciones de memoria participativa (**Potts et al.**, 2018) gracias a las interacciones que se producen no solo con las obras, sino entre los propios implicados en las redes. El análisis del fenómeno *fanfictions* en sí mismo, y de sus denominaciones, ha sido objeto de numerosos estudios académicos (**Peyron**, 2018), debido al impacto del *fandom* en la vida cotidiana y su repercusión en una economía de entretenimiento multimillonaria. De esta manera, el crecimiento de redes de seguidores y la necesidad de adaptar la producción a sus necesidades ha dado lugar a la existencia de múltiples productos derivados que integrarían el corpus de un título de manera inseparable de este (**Jacobs**, 2018).

Las apoyos y visibilidad proporcionados por las redes de seguidores han cobrado tanta fuerza que han invertido el sentido del proceso. La calidad o proyección de un autor no es la que genera un entorno de seguidores, sino que es este el que propicia la aparición de nuevos autores. Es la “marca” del autor la que favorece las inmersiones del sector editorial convencional en el atípico universo de un mercado en cierto modo cautivo. Si **Morrison** (2013) había planteado un universo distópico en el que los autores se habían convertido en marcas intercambiables y reproducibles sin solución de continuidad, la posición y visibilidad de muchos de los autores actuales está determinada por su impacto social, constituyendo las redes el caladero en el que encontrar una garantía de viabilidad comercial.

En este sentido, **Mora** (2021) ha caracterizado una nueva forma de autoría, denominada como “escritura a la intemperie”, definida por:

- un concepto más abierto en su identidad creativa;
- su dominio de los fundamentos técnicos y de los medios instrumentales para la difusión de la obra;
- su vocación heterodoxa;
- su postura iconoclasta ante la conformación de legitimidades y creencias de carácter canónico.

Se trataría de autores que no persiguen el éxito vertical, la duración, sino el horizontal, esto es el impacto, el alcance, de tal manera que este no radica tanto en la sanción comercial o crítica sino en la viralidad, en la consecución de un contingente de receptores cada vez más amplio que, a su vez, participan en la difusión de los escritos. Son autores que apuestan por la innovación y por el uso de las herramientas que la red pone a su disposición para favorecer esta, entroncando, en cierto modo, con las propuestas pioneras que en su momento hicieron autores como Janet Murray en su obra premonitrice *Hamlet en la holocubierto* (Murray, 1997). Autores que, además, en gran medida, rompen con la lógica del mercado en tanto que se acogen a fórmulas no retributivas para la difusión y distribución de sus escritos, empleando fórmulas distintivas del acceso abierto en sus diversas manifestaciones.

Después de una década de andadura la edición digital no ha representado esa revolución radical y definitiva que se presumía en sus inicios, sobre todo porque no ha conseguido alcanzar el aura y la simbología que, según Han (2021) afecta a los objetos físicos

Se podía afirmar que ha surgido una generación de autores para los que la legitimación prescriptiva adquirida a través de la aplicación de filtros editoriales, garantes de la calidad formal y expositiva, carece de valor, o al menos del conferido hasta ahora por la tradición y la ortodoxia. Una creación, en palabras de Escandell-Montiel (2020), exocanónica, cuyos fundamentos se alejan de los entornos impresos y se integran plenamente en las lógicas digitales, propiciando la consolidación de movimientos alternativos, periféricos, pero cada vez más próximos a una centralidad generacional.

La autoría aparece articulada en tres polos cuyos rasgos distintivos estarían ajustados a tres sistemas editoriales que coexisten paralelamente, aunque con numerosas intersecciones entre ellos:

1) El autor convencional, preocupado por el mercado, la promoción, visibilidad y la calidad de las obras en el caso de la edición literaria, cuya principal preocupación es el rendimiento editorial y, subsecuentemente, su reconocimiento en la estructura de campo tradicional. Anclado en el medio impreso, frecuenta los espacios digitales para la promoción y viralización de sus títulos. Permanece en el sistema regido por el copyright y derechos subsidiarios. No se trata de un autor con un perfil homogéneo pues en este grupo se integrarían tanto los partidarios de una edición más comercial, como quienes revisten una filiación más independiente y aspiran a vivir de sus escritos sin renunciar a cierta legitimación de carácter canónico cobijada bajo parámetros de calidad.

2) El autor autoeditado. Habitualmente es fruto de la fagocitación selectiva operada por los filtros editoriales convencionales, un mercado al que ha recurrido en numerosas ocasiones persiguiendo la sanción de un sello reconocible, así como una distribución ambiciosa. Su desembocadura en la autoedición responde a la necesidad de satisfacer unas aspiraciones por publicar que encuentran hueco en empresas cada vez más profesionalizadas. Suele emplear la edición híbrida como sistema habitual de publicación. Los espacios digitales le sirven como plataforma de impulso para su obra y medio natural de promoción de esta. Buen conocedor de los instrumentos y recursos existentes en las redes sociales aprovecha estas para visibilizar su producción, realizando pequeñas inversiones tanto en publicidad como en diseño y presentación de sus títulos. Aunque no es su objetivo primordial, las ventas y el funcionamiento de un mercado que se alimenta sobre todo de los sistemas de suscripción, constituye uno de sus estímulos creativos. Se ubicaría en una concepción tradicional de la autoría, en tanto que sus aspiraciones y sus comportamientos están incardinados a la integración en un sistema de publicación más o menos convencional. Cuando puede da el salto a la edición estandarizada.

3) El autor a la intemperie. Desprovisto de las exigencias de legitimación normalizadas, se trata de un escritor cuyo hábitat natural es la Red, en el más amplio sentido del término. Maneja con soltura las aplicaciones de edición de diversa naturaleza para conseguir la máxima visibilidad de sus escritos. Se trata de un autor muy activo que favorece las interacciones con otros autores y con los lectores, propiciando una permanente renovación de los mensajes. Reelabora su discurso al hilo de las intervenciones y comentarios que recibe, y asume la experimentación y la innovación como parte de su ADN creativo. Su régimen jurídico está presidido por el acceso abierto, y las licencias *Creative Commons*, pues su pretensión no son las ventas sino la recepción libre de sus obras. La permeabilidad con los dos sistemas anteriores es escasa, excepto en el caso de algunos autores literarios proclives a la innovación y la incursión en formas creativas complementarias de su producción habitual.

Cualquier consulta a suplementos literarios, revistas especializadas, o incluso listas de más vendidos permitiría observar que, aunque coyuntural, esta tipificación reviste rasgos cada vez más identificables. En estos últimos años, entre los autores consagrados, pero también entre los más mediáticos y rentables, se han ido introduciendo otros que provienen de la autoedición y que, gracias a la movilización en redes sociales, y al éxito de ventas en la web han sido captados por la edición convencional, convirtiéndose a su vez en autores comercialmente muy rentables. Se podría considerar esta evolución como un proceso natural, que afecta a una cadena editorial que ha ido integrando los comportamientos y prácticas de carácter inicialmente periférico en el núcleo de su actividad. Lo singular del proceso es el paso de lo opcional a lo prescriptivo, y la dependencia de los sistemas de valoración en redes sociales, obligando a sus protagonistas a reforzar los vínculos con estos y responder a las expectativas de sus lectores/seguidores. Mientras que la actividad del autor en un período predigital concluía con la entrega del manuscrito y, en todo caso, con la participación en las campañas de lanzamiento de la obra, esta se ha convertido ahora en una fase intermedia, de transición, en la que los elementos promocionales cobran una importancia insoslayable para cualquier empresa cultural.

Los sistemas de reconocimiento y recomendación se han desplazado desde lo institucional y canónico hacia lo social e informal, articulando un modelo en el que los autores cada vez son más dependientes de partidarios o detractores para su valoración personal y rendimiento comercial.

Este deslizamiento ha originado la creación de un modelo, de una estructura, presidida por la lógica perversa de la participación, en la que la suerte de un autor se juega en el veredicto incierto que dictaminan las redes. Las puntuaciones en *Amazon*, las consideraciones en *Goodreads*, *Facebook* o *Twitter* pueden representar la consagración o la miseria, según los vientos de la opinión y los termómetros de lo políticamente correcto. La cultura de la cancelación, la censura más descarnada, constituye uno de los rasgos más sorprendentes e imprevisibles de la evolución de internet, que se ha erigido como factor determinante y de identificación de la autoría contemporánea.

3. La creación cancelada

Las redes sociales instauran un sistema de consagración de los autores sin precedentes, pero también la posibilidad de proceder a su derribo de manera inmisericorde, con un alcance y proyección inéditos (**Baltasar**, 2018). Durante los últimos años asistimos a un proceso de revisión retrospectiva de autores y obras sometidos a criterios de depuración ideológica, en su sentido más descarnado, mediante el cual se procede a la supresión de títulos, a la reescritura de textos, o a la eliminación de los anaqueles de las bibliotecas de las obras o escritores cuyas actitudes o propuestas no encajan con la sensibilidad dominante. Se trata de un proceso que afecta a toda la cadena del libro desde la creación a la recepción.

Las formas de censura que se han instaurado en la sociedad actual adquieren rasgos que combinan el ensañamiento con la sutileza, lo cultural con lo personal, el linchamiento con el victimismo, la reivindicación con la exclusión. Aunque la práctica crematoria, desgraciadamente, sigue vigente, la censura ha evolucionado hacia comportamientos más tenues, pero no por ello menos efectivos y capciosos (**Sapiro**, 2021). La virtualización de las relaciones sociales ha motivado que toda persona se haya convertido en esclava de su visibilidad y, en palabras de **Sibilia** (2018), de su extimidad, en la medida en que la observación, la vigilancia mutua, se ha erigido en la conducta que gobierna las redes. Una vigilancia que reviste una doble dirección, del sistema hacia los individuos, en el sentido que señalan **Zuboff** (2020) y **Wu** (2020), y de los individuos entre sí. Zuboff puso en circulación el concepto de “capitalismo de la vigilancia”, para referirse a nuestra era como un momento histórico en el que los comportamientos, actitudes y opiniones están sujetos a la observación y control de un sistema articulado para comerciar con ellas. La filosofía subyacente en esta consideración es que nada está exento de este control, que se expande y crece en la medida en que es capaz de conseguir mayores niveles de comunicabilidad, y de incrementar cuantitativamente las conexiones y enlaces entre individuos que están interactuando en torno a cualquier tema. Para **Wu** (2020) cada resquicio de nuestra atención puede ser blanco de la explotación comercial, en un proceso que se ha ido extendiendo de manera lenta pero inexorable, y se ha terminado convirtiendo en una posición por defecto con respecto a la mayor parte del tiempo y el espacio que ocupamos. El control de los usuarios en la Red ha pasado de un objetivo inconfeso a una actividad parasitaria y acrítica, en la que se habría prescindido de lo que Armonía Somers conceptuaba como “el oficio de leer”. Subraya Remedios Zafra que no solo estamos normalizando compartir públicamente vivencias y emociones, intimidad, relaciones y reconocimiento, sino su conversión en una nueva forma de capital al usarlo como base de intercambio público (**Zafra**, 2021). Sometidos a la intemperie de las redes, los individuos se debaten entre dos frustraciones, la de la invisibilidad y la del estrellato. La primera conduce al anonimato, al vacío, a la inexistencia virtual, solo admisible cuando no es fruto del ostracismo forzado sino de la voluntad persistente. La segunda impele a la intervención permanente, al estado de ansiedad inherente a una actividad ininterrumpida de acciones y omisiones que sostengan una realidad hecha de fugacidad y obsolescencia.

En esta lógica de la vigilancia y la explotación de las vivencias, se favorecen las interacciones polémicas y los debates agresivos, aprovechando que, como señala **Lanier** (2021), los diseños que celebran la noosfera tienen a estimular al troll interior que los humanos llevamos dentro. La virulencia de esta agresividad se incrementa exponencialmente cuando se dirige hacia alguien que reúne capital simbólico, social y económico, como es el caso de muchos autores, y manifiesta opiniones que trascienden sus fronteras de grupo. Esta transgresión de los límites se devuelve en forma de censura, no hacia la actividad del sujeto, sino hacia su persona, englobando todas las formas posibles de exclusión y negación. Son lógicas que se instauran en entornos ideológicos completamente distintos, imponiendo una cultura de la sospecha, que desemboca en la hostilidad y el linchamiento, alimentando la autocensura, el miedo a disentir, a discutir, a hablar u opinar en terrenos etiquetados o marcados como especialmente sensibles. En cierto modo, como indica **Nacarino-Bravo** (2018), responden a una pulsión puritana, victimizadora y negadora de la libertad individual, que evoca lo que **Deleuze** (2008) denominó como microfascismos, esto es, actividades de censura que surgen siempre del grupo contra los individuos y son montajes elaborados por muchas y diversas interacciones sociales. El desarrollo exacerbado de las políticas de identidad determina el encuadre en grupos, con las dinámicas consiguientes de la delimitación de fronteras entre el endogrupo y el exogrupo, por una parte, y la articulación de la vivencia según categorías, genéricas o cruzadas, judío blanco, LGTBQIA (lesbianas, gays, trans, bisexuales, intersexuales, queer), etc. **Du-**

“ En los últimos años han surgido nuevas formas de escritura y autoría que rompen con la concepción cerrada vinculada al régimen impreso y lo redimensionan, extrayéndolas en muchos casos del propio circuito editorial ”

breuil (2019) mantiene que son rasgos propios del capitalismo digital, en el que los algoritmos buscan sumarnos a una identidad, de la naturaleza que sea. Una identidad que se funda en sí misma se conoce y reconoce por perfiles que le son específicos, que no se puede discutir y goza de derechos exclusivos, incluido el de silenciar a los que no aceptan sus criterios. Se trata de otra forma de tiranía, la de la actuación (**Cardon**, 2018), que incrementa el eco y la viralidad en los entornos digitales, amplificando las posibles espirales de crítica y de silencio sobre determinadas personas o cuestiones sociales. Si el concepto de tribu estaba plenamente asentado para definir colectivos sociales diferenciados, como los de los intelectuales, los escritores, profesores, etc., que habían sido bien caracterizados por la sociología desde las formulaciones de la Escuela de Fráncfort hasta Pierre Bourdieu, los fenómenos grupales se han ido asentando paulatinamente. El sentido de pertenencia se ha fortalecido por una argamasa tan potente como la establecida por las formas de integración virtual, que añaden a los ritos de paso tradicionales, el vínculo permanente a través de sistemas de alerta y revisión casi omniscientes, determinantes de los modelos de integración y de exclusión, pues toda militancia se articula frente a otros, a los que se aplica una dialéctica que no excluye la condena. Umberto Eco, no sin cierta ironía, había escrito que:

“Tener un enemigo es importante no solo para definir nuestra identidad, sino también para procurarnos un obstáculo con respecto al cual medir nuestro sistema de valores y mostrar, al encararlo, nuestro valor. Por lo tanto, cuando el enemigo no existe, es preciso construirlo” (**Eco**, 2012).

Como señala Olivier Ertzscheid, en un artículo de título muy ilustrativo: “Autodafèbook” (**Ertzscheid**, 2018), asistimos a nuevas formas de inquisición favorecidas por la viralidad y el intercambio global. Muñoz-Machado indicaba que la misma facilidad con que se pueden publicar todo tipo de pensamientos, facilita también la crítica a los mismos, que deja de ser equilibrada cuando se convierte en ataques a la persona y descalificación genérica de su quehacer, para acabar en fórmulas similares a las propiciadas en el siglo XVI (**Muñoz-Machado**, 2013). Ciertamente, en estos casos la hoguera es simbólica o solo para los libros. Además, se trata de procesos muy difíciles de combatir pues, como afirma **Gómez-de-Ágreda** (2019), la apelación a la razón no puede enfrentarse al dictado de las emociones.

Las narrativas dominantes se valen de ellas no solo para ofrecer una visión particular de la realidad sino, sobre todo para construirla (**Aparici; García-Marín**, 2019) y manipularla. Se planteaba **McIntyre** (2018) si la verdad importa tanto como los sentimientos, afirmando que en realidad la censura no es necesaria cuando se puede enterrar la verdad bajo una pila de patrañas. El fenómeno es planetario y la persecución puede ejercerse sobre cualquiera. Lo decisivo, siempre, es la ceremonia sacrificial y el escándalo público. Como indica **Salmon** (2019), se ha pasado de la censura de las obras a la persecución de los autores, de los textos censurados a las cabezas cortadas. La censura empieza a contar con una gramática y unos procedimientos que son privativos del entorno digital, en el que, parafraseando a **Tannen** (1999), es mucho más propicio el enfrentamiento que el consenso. El idioma como medio de intercambio no busca el entendimiento, como diría **Baudrillard** (2010), sino la abolición de la función simbólica. Habría que preguntarse con **Said** (2006) si es necesario que el culto al humanismo como ideal educativo y cultural vaya acompañado de infinidad de páginas llenas de exclusiones más propias de una lista de la compra, del predominio de una minoría de autores y lectores selectos y autorizados, y de un tono de mezquino rechazo. Como mantenían **Lipovetsky y Juvin** (2011), vivimos en una época que tiene la libertad en la boca y las tijeras del censor en la mano.

La emergencia del discurso del odio va impregnando todas las esferas de la vida, y singularmente las de la cultura. **Anders** (2019) lo define como la autoafirmación y la autoconstitución por medio de la negación y la aniquilación del otro. Una afirmación subrayada por **Emcke** (2020), para quien vivimos en sociedades hipocondríacas, temerosas de la contaminación que pueden representar los otros, que emplean las redes sociales como armas arrojadas, instalados en una suerte de burbujas desconectadas, que se esconden en el anonimato para generar estructuras de propaganda y manipulación. Se trata de un discurso que reviste un carácter internacional (**Tamayo**, 2020), globalizado, que involucra a sectores enteros de la sociedad con relatos infundados, muchas veces paranoicos, y con una fuerte motivación ideológica. Si para Roland Barthes, el relato es una de las grandes categorías del conocimiento, nos encontramos en un momento en que la primacía alcanzada por el mismo es superior a la de los hechos, que han pasado a ocupar un lugar subsidiario, relegando a estos a pura interpretación, como preconizó **Nietzsche** (2008). Está fallando la “tercera silla” de la que hablaba **Thoreau** (2021), la que implica la conversación social y la empatía con el otro. Hemos pasado de un capitalismo lingüístico, en el que todas las intervenciones en la Red podían ser capitalizadas por los grandes conglomerados de la información, convirtiendo cada palabra en mercancía, y migrando de la economía de la atención a la de la expresión (**Kaplan**, 2012), a un capitalismo de la vigilancia, en el que lo falso se despliega dentro de arquitecturas técnicas tóxicas (**Ertzscheid**, 2019) que posibilitan un círculo de retroalimentación de mentiras, y en el que como indica **González-Sainz** (2021), lo real ya solo es el estrépito. **Echevarría y Almendros** (2020) hablan de las tecnologías cognitivas para ilustrar el fenómeno de la orientación, modificación y dominación de los comportamientos de las personas en los entornos digitales, una transformación epistemológica que reviste consecuencias inevitables en el desarrollo de discursos sancionadores y críticos contra algo o contra alguien. De constatar la muerte simbólica del autor, como habían hecho Barthes, Foucault o Derrida, se pasó a pedir la muerte real, como ocurrió con Rushdie, y a la banaliza-

“ Autor, editor y obra se ven constreñidos por las determinaciones de un mercado fuertemente selectivo, tanto en cuanto a escenarios físicos, como en cuanto a espacios emblemáticos de representación de los textos ”

ción de la muerte como con los hashtags contra Rowling, en una suerte de Ventana de Overton en la que lo inasumible finalmente es aceptado con naturalidad. **Ferraris** (2017) hablaba de la documentalidad para referirse a la nueva articulación de las acciones sociales, conformando un nuevo realismo en el que la actividad y la participación constituyen sus señas de identidad. Pero lo cierto es que esta realidad va desapareciendo de un imaginario que desdice las evidencias, que no están ancladas en los hechos sino en la ideología y la interpretación, en una gramática subjetiva en la que cada cual puede erigirse en hermeneuta de un conocimiento que confunde su naturaleza con los procedimientos de acceso al mismo (**Ferran-Sáez**, 2018).

Los autores se han visto compelidos a una desquiciada competición por la visibilidad, en la cual es inevitable su concurso para la alimentación de múltiples espacios en la Red. Pero ese gran escaparate mediático y de proximidad crea mitos lo mismo que los derriba, pues el concepto de invulnerabilidad es un espejismo, lo mismo que el de incondicionalidad, y muchas veces el de respeto. En la Red no existen filtros efectivos y franquear los mismos representa una tentación irresistible y casi fáustica por participar en una orgía de información inacabable, siempre disponible y renovada. Una suerte de espejo en el que puede contemplarse una realidad profunda e invisible en el mundo tangible, pero que puede transformarse en hostil sin solución de continuidad (**Levi**, 2019). La naturaleza líquida de un sistema que propicia al mismo tiempo el menosprecio y la alabanza, la creación de legiones de seguidores al tiempo que de virulentos detractores, obliga a introducirse con prudencia en un juego tan sugerente como perverso, en el que se contraponen la vanidad y el orgullo, no siempre en igualdad de condiciones, y en el que, como sugiere **Ertzscheid** (2021), opera la *Ley de Brandolini*, esto es, que la cantidad de energía necesaria para refutar la idiotez es un orden de magnitud mayor que la necesaria para producirla. Vivimos en una gigantesca virtualidad contaminada de conjetura, que viene a sumarse a las mentiras de siempre, la íntima y la social (**Muñoz-Rengel**, 2020). Una suerte de industria de la mentira (**Villanueva**, 2021) que articula un entorno de raigambre hiperrealista, en la medida en que, como afirma D'Ancona, se trata de una modalidad de discurso en el que desaparece la brecha entre lo real y lo imaginario, y en el que la conducta más habitual ha sido la de elegir un bando en lugar de evaluar las evidencias (**D'Ancona**, 2019). Afirmaba Eco que

“hay que distinguir entre devotos del hermetismo, siempre chapuceros y poco fiables, con tendencia a falsear las fuentes o a equivocarse en las citas, y estudiosos serios” (**Eco**, 2021).

4. La edición: concentración, acceso abierto y edición bajo demanda

El sistema editorial se encuentra inmerso en un movimiento contradictorio en sus fundamentos, cuya naturaleza ya detectó Bourdieu al establecer la dicotomía entre la cultura del interés, de la ganancia y la rentabilidad a ultranza y la de la creación altruista e independiente (**Sapiro**, 2019). De ahí la existencia de dos tendencias contrapuestas, una tendente a la globalización y concentración empresarial, con todo lo que ello comporta de endurecimiento y limitación en las oportunidades de publicación (**Schiffrin**, 2019), así como de pérdida de biodiversidad (*IAIP*, 2014; **Voisard**; **Chibani-Jacquot**; **Mollier**, 2021), y otra defensora del acceso abierto a la cultura, sin más restricciones, cuando las hay, que las establecidas por los autores.

Si la posmodernidad había acabado con los relatos explicativos de carácter general, instaurando un período de discontinuidad hermenéutica en las condiciones históricas y de desarrollo empresarial, las tecnologías de la información y la comunicación insertaron un nuevo relato, el de la globalización, en el que los algoritmos y la internacionalización sustituyen a las lógicas de la razón. En esta deriva se integra el concepto de *Transmodernidad* (**Rodríguez-Magda**, 1989), que ha ido adquiriendo el valor de un nuevo paradigma geopolítico, epistemológico, gnoseológico y social, en tanto que agrupa postulados como la preeminencia del mercado frente a la política, la aplicación de una lógica borrosa, o la defensa de la razón digital y el constructivismo. El mundo editorial se ha deslizado en gran medida hacia esa dinámica en la que, como señala **Bauman** (2017) la cultura se concibe como la capacidad para cambiar de tema y posición muy rápidamente. En este sentido, **Han** (2019) puso de manifiesto cómo los espacios culturales se superponen, se atraviesan, se yuxtaponen, de tal manera que el proceso de globalización tiene un efecto acumulativo y que es la sensación de lo hiper, y no de lo trans, inter o multi, lo que refleja de modo exacto la espacialidad de la cultura actual. Se produce una desespacialización en el sentido de que todos los lugares son idénticos en la configuración de una hiperculturalidad.

Las grandes firmas editoriales han adoptado esa mecánica expansiva desde hace muchos años. Para *Random House*, *Hachette*, *Planeta*, o en el ámbito digital, *Amazon*, *Google*, *Apple*, la necesidad de encontrar los medios de afirmar su presencia internacionalmente constituye un imperativo inmediato.

La fusión de las editoriales *Random House* y *Penguin* (*Bertelsmann* y *Pearson* como empresas matrices) en 2013, representó el control del negocio editorial de libros físicos y digitales de ficción y no ficción en todo el mundo. Este proceso de concentración editorial tuvo una incidencia especial en el caso de España, por cuanto en 2014 el macrogrupo absorbió a uno de los grupos editoriales emblemáticos en la historia de la edición: *Santillana*. La compra de *Santillana Ediciones Generales*, por 72 millones de euros, incluía algunos de los sellos más significativos del sector editorial: las españolas *Aguilar*, *Alfaguara*, *Punto de Lectura*, *Altea*, *Suma de Letras* y *Taurus*, y también las editoriales brasileñas *Objetiva*, *Foglio* y *Fontanar*. En 2018, lo hizo con la editorial *Salamandra*, una de las editoriales independientes de referencia en España. Otras como *Anaya* y *Anagrama* ya formaban parte de un gran grupo, en el caso de *Anaya* de la francesa *Hachette*, y *Anagrama* ya estaba controlada en un 99% por el italiano *Feltrinelli*.

Fruto de este fenómeno, en apenas dos años, las conocidas como *Big Six*, las seis mayores editoriales de los Estados Unidos y del mundo, pasaron a ser *Big Four*. Sellos de gran tradición, como *Doubleday*, *Knopf*, *Pantheon*, *GP Putnam's Sons* y *Viking*, son ahora simples marcas comerciales de grandes conglomerados internacionales. La fusión de *Macmillan* y *Springer* evidenciaba la importancia de las economías de escala para los grandes editores, y cómo la empresa que quedara fuera de este movimiento carecería de proyección a medio plazo. Con la integración de estas empresas se crea un grupo editorial con un volumen de negocio de casi 1.500 millones de euros y 13.000 empleados, que incluye la totalidad de *Springer Science+Business Media* (propiedad de fondos gestionados por *BCP*) y la mayoría de *Macmillan Science and Education (MSE)*, propiedad de *Holtzbrinck*, en concreto *Nature Publishing Group*, *Palgrave Macmillan* y el negocio global de *Macmillan Education*.

Rüdiger Wischenbart publica anualmente un informe sobre la industria editorial mundial. En el correspondiente a 2020 ofrece datos de los cinco mayores grupos editoriales donde se pueden apreciar los altos niveles de rentabilidad que ostentan en los últimos años, en los que han tenido lugar los principales movimientos de absorción (**Wischenbart; Fleischfacker, 2020**).

En diciembre de 2019 el conglomerado multimedia *Bertelsmann* se convirtió en el único dueño de *Penguin Random House*. Para ello pagó 675 millones de dólares (606 millones de euros) por el 25% de las acciones que aun pertenecían al grupo *Pearson*. *Bertelsmann* y *Pearson* habían fusionado sus grupos en 2013. La primera era propietaria del 53% de las acciones del nuevo conglomerado y *Pearson* del 47%. En 2017 *Bertelsmann* incrementó su participación al 75%. Desde el punto de vista editorial, la compañía genera el 50% de la ficción literaria producida en inglés, con unas 300 editoriales individuales.

En noviembre de 2020 el *Grupo Penguin Random House (PRH)* planteó la adquisición de otro de los gigantes del mercado americano, *Simon and Shuster*, por 2.175 millones de dólares (1.800 millones de euros). Esta compra se convertirá, si finalmente el *Departamento de Justicia* de Estados Unidos la admite, en la más cuantiosa de la edición americana. Con la incorporación de *Simon and Shuster PRH* se convertiría en el primer grupo americano por volumen de facturación, triplicando las cifras del siguiente. La integración de la editorial supone la de una plantilla de 1.500 trabajadores, 2.000 títulos anuales, 35 sellos editoriales, y un catálogo de 35.000 obras. Como señala **Esposito (2020)**, esta operación dio lugar a la aparición de un nuevo modelo de empresa, que denomina 360°. Sería aquella cuya estrategia se dirige a todos los ámbitos y direcciones intentando la conquista y el dominio del mercado internacional. *Amazon*, *Elsevier*, *Netflix*, *Ingram*, y ahora *Penguin Random House* podrían integrarse con pleno derecho en esta categoría. Esposito señala cuáles son las condiciones para convertirse en una empresa 360°:

- contar con una posición dominante en el mercado;
- capacidad para adquirir otros servicios, teniendo en cuenta el modelo de escala;
- voluntad de desagregar la plataforma;
- poseer una visión contextualizada del lugar de la edición en el seno de la organización, teniendo en cuenta que muchas de las operaciones no serán de naturaleza estrictamente editorial.

Analizado exclusivamente desde el punto de vista de la comercialización, la posición de *Penguin Random House* es, por ahora, inexpugnable. McIlroy, realizaba un estudio sobre la concentración editorial entre los big 5 (antes de la adquisición de *Simon and Shuster*) y la distribución entre los mismos de los grandes lanzamientos de mercado y el dibujo resultante es contundente. Según el mismo, *Penguin Random House* acaparaba en 2019 el 40% de los bestsellers publicados, frente a un 15,5% de *HarperCollins*, 15% de *Hachette*, 12,7% de *Macmillan* y 9,6% de *Simon and Shuster*. Entre los cinco grandes acaparaban un 92,5% de todos los bestsellers del mercado (**McIlroy, 2020**). En esa misma línea *HarperCollins* adquirió la división comercial de *Houghton Mifflin Harcourt* por 349 millones de dólares. Por su parte, el grupo *Hachette* realizó la compra de *Workman Publishing*, una de las pocas editoriales independientes que quedaban en Estados Unidos, por 240 millones de dólares.

El sector de los audiolibros ha sido otro de los afectados por este proceso de concentración cuyo objetivo final es el de la ampliación de mercados e infraestructuras productivas. Una de las empresas que han experimentado un crecimiento más importante en los últimos años, la sueca *Storytel*, bien implantada en numerosos países del mundo, entre ellos España, compró *Audiobooks.com*, con lo que posibilitaba la ampliación del negocio hacía el mercado de los audiolibros en inglés. Por su parte, *RBmedia*, una editorial de audiolibros perteneciente al grupo de capital riesgo *KPR* compraba *Booka*, afincada en Barcelona, así como una sección de *McGraw-Hill* dedicada a la producción de este tipo de productos para el mercado profesional.

Los grandes grupos editoriales canibalizan todo lo que puede representar algún tipo de competencia, o lo que les pueda permitir expandirse en territorios nuevos o ya colonizados. Esta expansión no es solo de carácter empresarial sino también de servicios, prestaciones y ofertas de funcionalidades que pueden acaparar la atención del comprador y segmentar el mercado por componentes inherentes al valor añadido. Uno de los aspectos en los que tanto *Amazon*, como *Apple* o *Penguin* han invertido es en los sistemas de recomendación, que se han ido sofisticando cada vez más, desde el punto de vista de uso de los algoritmos que sirven para trazar perfiles lectores y compradores, pero también, desde la elaboración de programas especializados.

La consecuencia de todos estos procesos de concentración es que la bibliodiversidad y la competencia se ha reducido drásticamente (Shatzkin; Paris, 2019). Las fusiones y adquisiciones han afectado a grupos centenarios que se habían mantenido incólumes durante casi todo su recorrido. El problema es que cuando las empresas se van concentrando va disminuyendo su exposición al riesgo, su apuesta por la innovación, y las iniciativas más controvertidas se van relegando a un papel coyuntural u oportunista. El objetivo es la expansión de las audiencias, no su diversificación, el dominio del mercado (se calcula que la fusión de *PRH* con *Simon and Shuster* le permitirá controlar el 70% del mercado literario americano), no su enriquecimiento cultural, en definitiva, el monopolio sobre la cadena de valor del libro, con la subsiguiente precarización y dependencia de los distintos actores de este. Con la operación de compra de *Simon and Shuster*, *Bertelsmann* consolida su cuarta posición en el ranking editorial mundial, superada únicamente por conglomerados editoriales científico-técnicos como *Reed Elsevier*, *Thomson-Reuters* y *Pearson* (Wischenbart; Fleischfacker, 2020). La adquisición fue cuestionada por el *Departamento de Justicia* de los Estados Unidos, apelando a las leyes antimonopolio, por lo que este proceso ha quedado suspendido hasta que se resuelva judicialmente. La compra de *Simon and Schuster* se puede interpretar también como un movimiento obligado de respuesta al creciente poder de *Amazon* en la industria editorial, no solo en la venta de libros, sino en todo el sistema que constituye su estructura de promoción y difusión (McGurl, 2021).

El deslizamiento hacia lo social e informal ha originado la creación de un modelo, de una estructura, presidida por la lógica perversa de la participación, en la que la suerte de un autor se juega en el veredicto incierto que dictaminan las redes

Las fusiones y los procesos de concentración editorial se han sucedido de manera recurrente en los últimos años. Y aunque las más llamativas son las que afectan a los movimientos emprendidos por los grandes grupos, no son las únicas. Por ejemplo, *Bloomsbury*, grupo británico fundado en 1986, con un catálogo que incluye varios premios *Nobel*, *Pulitzer*, etc. decidió expandir sus actividades en Estados Unidos con la adquisición de la editorial académica *ABC-CLIO*, fundada en 1955, con sede en California. Con 23.000 títulos en su catálogo la compra permite a *Bloomsbury* abrir el mercado hacia el sector académico y mejorar sus opciones en la difusión digital. Por su parte, en Francia, *Vivendi* prosigue la compra del grupo *Lagardere*, una operación que deberá culminar en diciembre de 2022; y *Hachette Livres* está en pleno proceso de fusión con el grupo *Editis*, con más de 150 años de andadura.

En otro contexto, *Overdrive* adquirió *Kanopy* en 2021, una operación destinada sobre todo al control de los servicios multimedia por parte de la plataforma de lectura digital dedicada al préstamo de libros electrónicos y audiolibros, fuertemente implantada en los EUA y expandiéndose a otros países del mundo. *Overdrive*, a su vez, fue adquirido en 2015 por *Rakuten*, y en 2020 por *KKR*, una firma de inversión global que, en los últimos años ha apostado por los contenidos digitales. En este mismo contexto informativo-documental, la adquisición más significativa ha sido la de *ProQuest* por *Clarivate*, por más de 5.000 millones de dólares. De la adquisición se excluyó a *Bowker*, que sigue integrada en *Cambridge*. Aunque la compra suscitó la oposición de *SPARC* (*Scholarly Publishing and Academic Resources Coalition*), que reúne varios cientos de bibliotecas de investigación de todo el mundo, su ejecución se realizó sin ningún problema.

5. Hacia un nuevo paradigma editorial: la edición abierta

Frente a estos procesos de concentración que restringen la oferta y limitan la independencia y diversificación editorial, durante los últimos años se ha ido consolidando un movimiento hacia la apertura y el acceso a los contenidos que, aunque centrado fundamentalmente en la edición científica, se va expandiendo a la más comercial. De modelos centralizados se ha pasado a modelos distribuidos (Maxwell et al., 2019).

Si uno de los signos más destacados en la articulación de la creación contemporánea ha sido el de la liberación de esta hacia estándares abiertos y deseditorializados, la edición ha caminado por una senda parecida en la que se han simultaneado el control de calidad en la producción de contenidos, con una mayor accesibilidad a estos. Aunque el movimiento tiene su origen y principal fortaleza en la comunicación científica, y particularmente en el de las revistas, paulatinamente se ha ido extendiendo a los libros y a sectores no exclusivamente científicos. Se trata de procesos que, surgidos de la iniciativa individual de investigadores y asociaciones profesionales, se han ido institucionalizando, concitando el apoyo de organismos oficiales nacionales e internacionales en sus planes estratégicos, y contagiando su filosofía a iniciativas editoriales en principio alejadas de sus propósitos. En este sentido el siglo XXI ha sido testigo de una profunda disrupción en las prácticas editoriales. Las tecnologías digitales han generalizado la restringida práctica de la publicación, permitiendo modular esta según quién puede publicar y cuándo, gestionar tanto el medio utilizado como los canales a través de los cuales se consume la información. Una plétora de herramientas, aplicaciones, infraestructuras, y modelos hacen posible un futuro en permanente transformación (Reijnen; Rasch, 2020).

Lo que comporta todo el movimiento es un elemento de mayor amplitud y carácter categorial, como es la incorporación de los intereses del lector, sea investigador o ciudadano ajeno a la ciencia, al proceso de comunicación, pasando de mero consumidor a copartícipe de la producción. Este movimiento se aprecia en las editoriales científicas no solo en el hecho de que la lectura se haya abierto a cualquier persona interesada en los contenidos, sino en la asunción de que, total o parcialmente, y en el ámbito de los libros, se acepta la premisa de la disponibilidad, bien de un capítulo, bien de una colección, bien de algunos de los títulos del catálogo editorial.

En esta línea los procesos de evaluación también se han sumado a esta filosofía buscando la creación de capital cultural y no solo económico, así como la construcción de comunidades en torno a contenidos o temas. Frente a la mera dataficcación de los datos, e interpretaciones meramente cuantitativas de estos, se persigue que el proceso de evaluación integre a toda la comunidad interesada, como hace *MITP Works in Progress (WiP)* que recoge escritos en las primeras etapas de su elaboración, sometidos a un proceso abierto de revisión por pares. Este programa brinda a los autores el beneficio de la retroalimentación de la comunidad, así como la posibilidad de publicar una versión de su trabajo antes de una publicación más formal. Los *WiP* son examinados por la editorial y posteriormente se publican en *PubPub* para una discusión abierta. Los comentarios son moderados por los autores y facilitados por el personal de la editorial. Después del período de revisión abierta, los autores pueden revisar el trabajo y enviarlo para su consideración para publicación formal.

En la medida en que los procesos editoriales se incorporan a una filosofía más abierta e informal, alejada de los rígidos protocolos de la selección se puede hablar de performatividad editorial, con un carácter muy similar al conferido por **Vitali-Rosati** (2018) a la editorialización: no existen protocolos predefinidos, ni marcos estandarizados sino que la actividad editorial responde a un entorno abierto en el que las interacciones modulan unos resultados e interpretaciones no controlados en el proceso editorial. Es performativo en el sentido de que produce sus propias normas; no representa las cosas sino que las produce. El espacio de la edición se ha desplazado desde lo estético y representacional hacia lo operativo, en el sentido de que tendemos a trabajar e interoperar con los objetos digitales y no a consumirlos de una manera más o menos pasiva.

Este nuevo paradigma determina una reconfiguración de las relaciones convencionales entre creación y producción, en el sentido de que se trata de procesos que se simultanean, rompiendo la linealidad y sucesión de la edición tradicional. Una reconfiguración que afecta no solo a los procesos sino también a los contenidos, de tal manera que se impone lo relacional sobre lo modular. Las interacciones generadas entre los diferentes actores permiten articular modelos semánticamente significativos de relación entre el todo y las partes, no solo en cuanto a la estructura del contenido, sino también entre las personas y objetos involucrados en el proceso de publicación. El diseño y el desarrollo interactivo de la publicación posibilitan la intervención de actores diversos en una dinámica cuya clave se define por la interoperabilidad (**Doctorow**, 2021). Conseguir esta ha sido una aspiración del sector editorial, pero también de los lectores, para evitar posiciones dominantes en el mercado y favorecer la portabilidad de contenidos, imposible en los sistemas propietarios como el mantenido por *Amazon*. La *Federación Europea de Editores* lanzó un manifiesto en 2019 (*European Publishing Federation*, 2019) postulando en su punto 4 esta cuestión, considerada como sustancial para defender los derechos de los lectores. En el mismo sentido el *Parlamento Europeo* aprobó la *Ley de mercados digitales* en diciembre de 2021, en la que se postula el reforzamiento de la interoperabilidad y se establecen límites para las llamadas “adquisiciones asesinas” (esto es, la compra por parte de las grandes plataformas de empresas más pequeñas para acabar con sus innovaciones y la competencia que estas implican). Entre las medidas incluidas en la ley se incluye la posibilidad de los usuarios de desinstalar aplicaciones preinstaladas, abriendo la posibilidad de que se elijan las del operador que se prefiera. En Francia, la *Sociedad de autores* y el *Sindicato Nacional de la Edición* han mostrado su apoyo a estas medidas, postulando que se refuerce aún más el principio de la interoperabilidad (*SNE*, 2021).

El acceso abierto por un lado, y la interoperabilidad por otro, comparten el objetivo de eliminar barreras y favorecer la comunicación, aunque para ello ha de producirse, tal y como señalan **Cantrell** y **Donaldson** (2022), una equidad estructural entre todas las partes interesadas cuyas condiciones de partida son desiguales en materia de financiación y viabilidad. La apertura de modelos y sistemas redundan en beneficio de la sociedad, pero para ello han de arbitrarse políticas públicas de apoyo al proceso y eliminar las desigualdades, sin que se resientan los sistemas de control de calidad inherentes a toda actividad editorial.

6. Desagregación de la cadena: edición bajo demanda

Uno de los problemas de la edición mundial ha sido, desde siempre el de “los demasiados libros”. Un problema que adquiere un triple sentido:

- el del exceso de producción cuando esta no se adapta a los gustos y capacidad de absorción de los lectores, generando un desbordamiento en el número de títulos;
- cuando los ejemplares publicados, la tirada, yerra en el cálculo del posible impacto y recepción por parte de los compradores, generando un desbordamiento en el número de obras devueltas, almacenadas o, en última instancia, destruidas;
- cuando las obras no alcanzan a sus lectores potenciales por falta de visibilidad, provocando un estrangulamiento en el circuito natural de distribución.

Al regirse el sistema editorial por la lógica de una economía de prototipos, presidida por los efectos colaterales de una economía de la atención en la que la lectura reviste un carácter residual, la mayor dificultad que experimenta el sector radica en que todo libro llegue a sus lectores potenciales, y en que las dos esferas sean aproximadamente coincidentes, de tal manera que no haya más libros que lectores (problema de producción), ni más lectores que libros (problema de ejemplares disponibles para la venta o el préstamo). Con la edición electrónica se resolvió parcialmente el problema al operar sobre un escenario en el que la demanda activaba la disponibilidad del contenido. Pero con ser importante el

paso, este no solucionaba el colapso en los sistemas de distribución física de las obras. Los sistemas de impresión bajo demanda, esto es, la publicación de una obra previa petición del interesado, imprimiéndose solo el número de ejemplares solicitados, habían funcionado con escasa fortuna en el mundo editorial desde las postrimerías del siglo XX, y aunque fueron saludados en su momento como un posible revulsivo para los sistemas tradicionales (Sánchez-Paso, 2003), no fue hasta la segunda década del siglo XXI cuando la tecnología permitió arbitrar sistemas de producción eficaces y rentables para editores y usuarios. Hasta el punto de que Shatzkin (2021) no duda en considerar que su consolidación, junto a los sistemas de autopublicación, está provocando un reordenamiento del panorama estructural y comercial de la edición. En realidad, argumenta que se trata de la tercera gran disrupción en el sector editorial, después de la primera, protagonizada por la reestructuración de la red de ventas minorista impuesta por Amazon, que quitó protagonismo a los sistemas de distribución convencionales para ir imponiendo la demanda online de libros físicos; y de la segunda en la que también se está reduciendo el papel de los editores en la distribución y venta de libros. Un fenómeno atribuible a la actividad de empresas como Amazon e IngramSpark, que han permitido a los autores situar sus libros en el mercado de manera efectiva y directa sin la intervención a través de un editor (Hunt, 2021). Frente al sistema de producir para vender, la impresión bajo demanda representa un cambio de paradigma invirtiendo el orden del proceso: primero vender y después producir, articulando un ajuste perfecto entre oferta y demanda.

En España el modelo ha funcionado de manera regular, con repercusiones crecientes en el negocio editorial. En 2021 se presentaba en los medios de comunicación una obra que había alcanzado el número 1 en ventas, tanto en Amazon como en las librerías independientes, 60 millones de lecturas en Wattpad, con la particularidad de carecer de ejemplares en stock. La clave del modelo de éxito radicaba por una parte en la importancia de las redes sociales en su viralización y visibilidad pero, sobre todo, en la transformación de la cadena de suministro de la obra volcada en la impresión bajo demanda. En la actualidad unas 400 editoriales trabajan con este modelo, representando un crecimiento del 30% respecto al año 2020, unos porcentajes mucho más elevados si se computan las ventas, que supusieron un aumento del 800% de los libros bajo demanda en España. Una de las razones de esta fuerte expansión radica en la participación de una extensa red de librerías, agrupadas bajo el portal de Podibooks, creado en 2021, con un stock de más de tres millones de títulos. Como señala en un informe la líder del sector, Podiprint,

“Con soluciones bajo demanda de tienda online, conexiones segmentadas de metadatos e integraciones a medida con los sistemas de gestión de las editoriales, la integración del modelo bajo demanda ha dejado de ser una opción complementaria para convertirse en parte de la estrategia de distribución y venta nacional e internacional” (Martínez, 2022).

Pero la potencialidad de estos nuevos sistemas apunta hacia una evolución más disruptiva con los modelos tradicionales pues, como apunta Shatzkin (2021) se estaría creando una generación de nuevos actores para los que la edición en lugar de constituir un negocio, en el sentido convencional del término, sería una función integrada entre los servicios propios de una institución o empresa, de tal manera, señala el autor, que la publicación de libros permitiría la elaboración de productos *ad hoc* para un público específico.

7. Espacios de la lectura: tradición, modernidad y economía de la atención

Si bien los objetos cambian nuestra relación con la realidad, las apropiaciones de estos suelen estar diferenciadas culturalmente en el espacio y en el tiempo. El libro constituye un buen ejemplo de ello, pues en él se han ido cruzando durante siglos tradiciones culturales con innovaciones tecnológicas que han ido modificando la manera de percibirlo e integrarlo en el comportamiento colectivo, en un trayecto que ha ido desde la consagración como invocación de autoridad inapelable (Compagnon, 2020) a una posición mucho más débil y relativizada en función de la aparición de nuevas formas comunicativas. La esforzada naturalización de la lectura como algo inherente a la formación convencional, alcanzada con la generalización de la alfabetización en la segunda mitad del siglo XX, se vio alterada por las nuevas exigencias planteadas con la aparición de los formatos digitales, que implicaban la interposición de barreras añadidas de carácter tecnológico a las cognitivas ya existentes.

La consecuencia de todo ello es que los nuevos sistemas nacieron bajo la filosofía de la continuidad, única forma de garantizar las transiciones generacionales que implica toda innovación sin producir obstáculos infranqueables. Como se ha subrayado por numerosos investigadores (Bogost, 2021; Baron, 2021a; 2021b; Wulf, 2021; Wolf, 2018), la receptividad respecto al entorno digital de un lector particular depende del grado en que estos objetos se ajusten a la idea previa que se tiene del libro. Cuando esta ha sido impregnada por un concepto fuertemente asentado como es el estándar impreso y el formato código, las nuevas propuestas tecnológicas no podían más que reproducir este en otro contexto. De ahí la persistencia del modelo que ha existido en la evolución de la lectura de estos últimos años, en la que, a pesar de haberse atrevido con saltos cualitativos y más experimentales, estos han quedado relegados a un espacio periférico solo frecuentado por investigadores y un lectorado minoritario. Los medios existentes reproducen en su mayoría el modelo tradicional, con alguna diferencia que aprovecha el espacio digital para ampliar la información, pero siem-

Las formas de censura que se han instaurado en la sociedad actual adquieren rasgos que combinan el ensañamiento con la sutileza, lo cultural con lo personal, el linchamiento con el victimismo, la reivindicación con la exclusión

pre dentro un marco conservador que evita ahuyentar al lector tipo, por utilizar la expresión acuñada por Umberto Eco (**Argüello-Guzmán**, 2020). Los dispositivos de lectura se han estabilizado en una línea de innovación muy tímida y poco renovada, hasta el punto de que se puede afirmar que se han agotado las posibilidades permitidas por ese encuadre conservador. Los dispositivos de tinta electrónica se han ido despojando de elementos superfluos, variando los tamaños, los niveles de grises y los formatos admisibles, pero siempre dentro de un sistema de integración de las formas impresas en todas sus prestaciones.

Las tablets y smartphones, aunque inicialmente parecieron iniciar una senda más innovadora, mediante la creación de aplicaciones y obras interactivas, finalmente se han visto compelidas a la incursión en el mismo mercado convencional, buscando la captación de clientes poco interesados en incómodas rupturas tecnológicas. Decía **Baron** (2021a) que la lectura digital se diferencia de la convencional sobre todo por las estrategias y el esfuerzo mental utilizado, y los lectores siempre han sido más proclives a la economía que al exceso. Incluso, como en el caso de *Amazon y Barnes and Noble*, se ha producido un abandono de la fabricación de estos dispositivos ante la falta de viabilidad de un mercado prometedor. No es extraña la irónica sentencia de Immerwahr, cuando se pregunta por las necesidades que implican los nuevos medios:

“En épocas anteriores, si me hubieran preguntado si era necesario algún equipo para leer, habría dicho una silla cómoda. ¿Ahora? Gotas para los ojos” (**Immerwahr**, 2021).

O para los oídos se podría añadir, dada la aceleración que ha experimentado este nuevo medio en la transmisión de contenidos de todo tipo. Cuando en febrero de 2020 *Penguin Random House* decidió retirar todo su catálogo de las plataformas de audiolibros en *Streaming*, no fue porque esta división del negocio editorial fuera poco productiva sino, al contrario, porque le resultaba mucho más rentable la venta individual de títulos. El gigante editorial mostraba con esta decisión el impacto que han representado los audiolibros en la industria de estos tres o cuatro últimos años, hasta el punto de que, en algún momento, se ha vaticinado su predominio sobre el mercado de los *ebooks*. En 2019 *Harris Interactive* presentó en el certamen *Future Books* un informe bajo el curioso título *Generation Headphone*, la generación de los auriculares, haciéndose eco de la existencia de un sector de la población muy sensibilizado hacia todo tipo de contenidos transmitidos por audio, y que constituirían un nicho seguro para el consumo de los audiolibros, cuyas cifras de crecimiento aporta el informe como argumento inapelable (*Future Books*, 2019).

El *Digital Consumer Book Barometer* ofrece información detallada sobre el funcionamiento de libros y audiolibros en los mercados de Alemania, Austria, Suiza, Italia, España, Canadá, Brasil y México. En su última edición (**Wischenbart; Fleischhacker**, 2021), indica que los audiolibros crecieron un 32% de media en ventas en todos los países estudiados. En el Reino Unido, según el informe de la *Asociación de Editores Británicos* para el mismo período estos habrían crecido un 70%. Unos datos confirmados por *Nielsen* (**Anderson**, 2021), que apunta a la posibilidad de la multitarea como una de las razones de este crecimiento, un argumento que se puede encontrar en otros estudios (**Tattersall-Wallin**, 2022).

Son algunas de las muchas evidencias existentes sobre la consolidación del audiolibro como un sector en crecimiento, con unas cotas de aceptación y uso cada vez más generalizadas en la sociedad (**Snelling**, 2021; **Thompson**, 2021b; **Gustafsson**, 2021). Se puede decir que los audiolibros han pasado de ser un subproducto periférico del libro impreso a constituirse en centro de la publicación y la lectura digital (**Have; Pedersen**, 2020).

España participa igualmente de este interés (**Magadán-Díaz; Rivas-García**, 2020) lo que ha tenido su reflejo en informes de producción como el de *Bookwire* (2021), que incluye también a Latinoamérica, o de recepción como *Hábitos de lectura y compra de libros* que, desde el año 2018, abrió una sección especial dedicada al audiolibro. Sin embargo, los resultados que aparecen en este informe contrastan de una manera bastante radical con los porcentajes que figuran en otras fuentes. Por ejemplo, en el informe de 2018 (*FGEE*, 2019) se indica que solo un 2,5% de la población de 14 o más años escucha audiolibros con una frecuencia trimestral, y de estos un 1,1% lo haría semanalmente. Cuando se interroga a los lectores de libros, su última lectura estaba en formato de libro solo para un 0,1% de estos. Este porcentaje sube ligeramente en años posteriores, hasta un 3%, pero siempre dentro de un rango muy inferior al que sería presumible según las estadísticas aportadas por otros estudios. Posiblemente la explicación a estas disonancias se encuentre en la formulación de las preguntas o en el grado de conocimiento de los nuevos formatos que los interrogados poseen. Muchos lectores, habituados a escuchar *podcasts* y programas culturales, que incluyen la lectura de extractos o de libros enteros, no consideran que esta actividad sea equiparable a la lectura o escucha de un libro, y por lo tanto no lo manifiestan cuando se les pregunta sobre ello. Si en próximos informes se profundiza más en la naturaleza de esta actividad posiblemente se podrán aquilatar mejor los datos.

A medida que los audiolibros se han vuelto cada vez más populares, son variadas las voces que alertan sobre la falta de equivalencia entre estos y las obras convencionales, surgiendo el interrogante sobre el trasvase de beneficios, las competencias exigidas y la carga cognitiva del nuevo medio (**Tattersall-Wallin**, 2021). ¿Escuchar un libro requiere el mismo esfuerzo mental que leerlo? ¿Qué habilidades se movilizan en uno y otro caso? **Willeumier** (2020) sostiene que el cere-

Las grandes firmas editoriales han adoptado esa mecánica expansiva desde hace muchos años. Para *Random House*, *Hachette*, *Planeta*, o en el ámbito digital, *Amazon*, *Google*, *Apple*, la necesidad de encontrar los medios de afirmar su presencia internacionalmente constituye un imperativo inmediato

bro actúa de forma diferente cuando se procesa el habla que cuando se hace una lectura, pues entender lo que se está leyendo activa el lado izquierdo (principalmente las áreas asociadas con el procesamiento del lenguaje), mientras que entender lo que se está escuchando activa ambos. Aunque, por otra parte, sostiene que el procesamiento semántico de la información ocurre en las mismas áreas corticales, involucrando múltiples redes cerebrales. Sin embargo, para **Lindstedt** (2021) no se pueden contraponer las estructuras narrativas complejas, las perspectivas cambiantes, la polifonía narrativa, las oraciones largas y sinuosas y los aspectos visuales de un texto a un medio que se basa únicamente en la audición, y que representa un empobrecimiento manifiesto respecto a su referente textual.

Independientemente de la consideración que merezcan los audiolibros desde el punto de vista cognitivo, y de la valoración que se haga en cuanto a su capacidad de transmisión de la información, y mejora de la comprensión (**Singh; Alexander**, 2022) si el sector editorial no se ha implicado de una manera decidida y mayoritaria en su desarrollo no es por una cuestión de principios, sino económica. El verdadero freno en el desarrollo de estos radica en los elevados costes de producción, en los que intervienen la necesidad de estudios para las grabaciones, de ingenieros de sonido para garantizar la calidad de estas, de narradores experimentados, etc. Esto supondrá una barrera de entrada infranqueable para las empresas que quieran apostar por el audio como producto de calidad, pero que no cuenten con los recursos necesarios para hacer frente a estos costes de inversión en el producto final.

8. Tiempos de la lectura: inversión de la pirámide de atención

Quizá el cambio más radical que afecta a la lectura no tenga tanto que ver con los medios, el sistema empleado o el formato, sino con el tiempo dedicado a ella y los cambios operados en la naturaleza y extensión de los textos. Los nuevos entornos digitales y la generalización del smartphone como herramienta de acompañamiento, en muchos casos adictiva, ha provocado que esta actividad ocupe unas cotas temporales impensables en otros momentos de la historia. Ferraris habla de la *documanitá* (**Ferraris**, 2021) como una evolución de la *produmanitá*, la sociedad industrial centrada en la producción de bienes materiales. La *documanitá*, en cambio es la propia de un sistema cuya razón fundamental es la producción de contenidos de todo tipo que, además, en sus diversas formas, están siempre disponibles y en continua circulación. Si la lectura en la era predigital se distribuía de una manera fragmentaria entre las actividades cotidianas, pudiendo ocupar, entre el público culto, picos de intensidad variable repartidos entre la lectura de prensa, libros, artículos etc., en la actualidad se ha transformado en una actividad continua distribuida de manera regular a lo largo del día, pero centrada principalmente en textos informales, presentes en diversas redes sociales, sistemas de mensajería, chats, etc., cuya consulta se realiza fundamentalmente a través del teléfono móvil. Se trata además de textos breves que, atendiendo a la lógica de la economía de la atención, consumen poco tiempo individual, aunque su multiplicación, la agregación de una atención multiplicada por los requerimientos del sistema, produce un resultado global abundante en horas, como demuestran todos los estudios dedicados al análisis del comportamiento en redes sociales o sistemas similares, pero poco intensivo en dedicación desagregada. Si la presencia del lector, con su estética particular de inclinación sobre el texto y gesto de concentración, era algo infrecuente en los escenarios del paisaje urbano, ahora este se ve diariamente invadido por cientos de miles de personas que consultan y leen mensajes, noticias, y todo tipo de textos en sus dispositivos, aprovechando cualquier momento libre, incluso los breves instantes de un semáforo o de una parada de autobús, con la particularidad de que se trata de una actividad que se puede ejercer tanto parados como en movimiento.

Los textos formales también se han contaminado de esta reducción del tiempo requerido, como una reproducción de los fenómenos de *shrinkflation*, mediante los cuales se mantienen los precios de los productos a costa de una disminución de las cantidades de estos. Servicios de noticias en los que la entradilla o el encabezado satisface las necesidades informativas de una sociedad presidida por la premura y la aceleración de los tiempos, novelas escritas a partir de diálogos de *WhatsApp*, las denominadas *chat stories*, que han encontrado en la aplicación *Hooked* su nicho ideal, etc. *Amazon*, siempre atento a la evolución del mercado, lanzó *Rapids*, una aplicación dirigida al público infantil, en la que la lectura se desarrolla a modo de chats. La aplicación *12 minutes* persigue resumir cualquier obra en ese breve tiempo, con el objetivo, manifiestan sus creadores de ayudar a desarrollar los hábitos de lectura aprovechando “esos micromomentos inútiles de la jornada, como hacer cola en un banco, estar en el autobús o el tren...”. Son muchas las iniciativas en esta línea que abundan sobre la necesidad de ejercer de manera permanente un ejercicio de autovalidación informativa, mediante canales formales e informales que, invariablemente, involucran al acto de leer.

9. A modo de conclusión

En 2020 una obra sobre la historia del libro y de la lectura recibía en España el *Premio Nacional de Ensayo*, otorgado por el *Ministerio de Cultura* a la obra de reflexión más sobresaliente publicada el año anterior. Se trataba de *El infinito en un junco*, cuyo subtítulo rezaba: *la invención de los libros en el mundo antiguo* (**Vallejo**, 2020). Su autora, Irene Vallejo, era poco conocida fuera del mundo académico. El libro se publicó en septiembre de 2019 por la editorial *Siruela*, y desde entonces no han parado de sucederse las ediciones a pesar de que, cuando estaba en la cima de su éxito, se produjo el gran parón de la actividad comercial inducida por la pandemia de la Covid-19, que obligó a cerrar las librerías de todo el país y trasladar la actividad de estas al entorno digital. Según la consultora *GfK*, había vendido 50.549 ejemplares desde su lanzamiento hasta finales de agosto de 2020, ocupando el puesto número 11, el primero para un ensayo, en la lista de las obras más exitosas del mercado editorial español. En la actualidad ha vendido más de 400.000 ejemplares, con 41 ediciones y traducciones a múltiples idiomas.

El *Premio Nacional de Ensayo* se otorga desde 1975, y en su casi medio centenar de ediciones era la primera vez que se concedía a una obra centrada en el libro y la lectura, si exceptuamos, quizá, el otorgado en 1992 al filósofo Emilio Lledó por *El silencio de la escritura*, aunque esta obra estaba más centrada en el proceso comunicativo y el papel del lenguaje en la filosofía.

Lo singular del caso es el protagonismo otorgado a una obra sobre la historia del libro y, sobre todo, el entusiasmo despertado por esta, no entre la academia, sino entre la sociedad en general. A este éxito no es ajena la situación de un sector en transición, desde hace casi una década, cuando la irrupción de la edición digital rompe con una tradición centenaria, inaugurando un período que podríamos caracterizar con el título de la última obra de Thompson: *Las guerras de los libros* (Thompson, 2021b).

Parafraseando a este autor, son muchas las guerras en las que se debaten los libros, no resueltas todavía, ni en trance de serlo:

- guerras de las definiciones (audiolibros, etc.);
- guerras de las cifras, las métricas o las ponderaciones;
- guerras de los formatos (impreso-digital; dispositivos; textos extensos-breves; libros-audiolibros, etc.);
- guerras de la concentración y la bibliodiversidad;
- guerras de la disponibilidad;
- guerras de la accesibilidad;
- guerras del rendimiento cognitivo;
- guerras del reconocimiento (sobre todo el académico basculado hacia los artículos).

Se trata de guerras en las que la tradición reviste una gran importancia. En la edición digital la adopción de formatos repetitivos y homotéticos (pdf y epub) está muy extendida y ha moldeado tanto las prácticas creativas como los métodos de distribución (Cordón-García, 2020).

Lo paradójico de la situación es que hemos comprobado que los nuevos hábitos y demandas de la sociedad en materia digital se han traducido en nuevas formas y estilos de publicación, pero en el campo del libro se ha hecho dentro de un contexto menos innovador que el previsible hace unos años (Borsuk, 2020), sin aprovechar todas las oportunidades que ofrece la tecnología. La industria editorial ha reforzado su *status quo*, con escasas incursiones en las líneas de innovación pergeñadas por iniciativas pioneras tendentes a la liberación de contenidos tanto en la creación, como en la producción y recepción. Después de casi dos décadas de andadura se sigue planteando la reinención del libro digital con el objeto de poder implementar experiencias como la de la realidad aumentada, la integración de sistemas concurrentes de audio y video, la optimización en los sistemas de socialización e intervención sobre los contenidos, la extrapolación de estos a otros formatos como el audiolibro, la integración de la inteligencia artificial, etc.

Nos encontramos en un momento de apertura y confluencia de proyectos, de modelos que revisten un carácter ambivalente, pues participan de una propensión hacia la innovación, identificable tanto con las nuevas generaciones de lectores como de editores, pero también de una fuerte reserva hacia la misma, amparada por el umbral de seguridad, la zona de confort, que proporciona la tradición. Como diría Apollinaire, somos paseantes de las dos orillas entre las que intentamos trazar puentes, aunque no siempre transitables, deambulando entre sistemas cuyo carácter efímero levanta un muro de incógnitas sobre el futuro, sobre la evolución y formas que adoptaran las prácticas de lectoescritura y de edición. Instalados en la provisionalidad, volvemos a las palabras del viejo Marx: Todo lo sólido se desvanece en el aire.

Las interacciones generadas entre los actores permiten articular modelos semánticamente significativos de relación entre el todo y las partes, no solo en cuanto a la estructura del contenido, sino también entre las personas y objetos involucrados en el proceso de publicación

10. Referencias

Anders, Günther (2019). *La obsolescencia del odio*. Valencia: Pre-Textos. ISBN: 978 84 17143 99 2

Anderson, Porter (2021). "Nielsen's look at audiobooks in the United Kingdom: 'curiosity, multitasking'". *Publishing perspectives*, November 30.
<https://publishingperspectives.com/2021/11/niensens-look-at-audiobooks-in-the-united-kingdom-curiosity-multitasking-covid19>

Aparici, Roberto; García-Marín, David (2019). *La posverdad: una cartografía de los medios, las redes y la política*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 84 17690 49 6

Argüello-Guzmán, Luis-Alfonso (2020). "El lector modelo: Umberto Eco". *Question/Cuestión*, v. 2, n. 66.
<https://doi.org/10.24215/16696581e490>

Baltasar, Basilio (ed.) (2018). *El linchamiento digital: acoso, difamación y censura en las redes sociales*. Sevilla: Jot Down Books. ISBN: 978 84 948084 6 3

- Baron, Naomi S.** (2021a). *How we read now: strategic choices for print, screen, and audio*. New York: Oxford University Press. ISBN: 978 0 1900 8409 7
- Baron, Naomi S.** (2021b). "Op-Ed: When reading to learn, what works best for students - printed books or digital texts?". *Los Angeles times*, May 10.
<https://www.latimes.com/opinion/story/2021-05-10/digital-books-reading-learning-pandemic>
- Barthes, Roland** (1987). *El susurro del lenguaje: más allá de la palabra y la escritura*. Barcelona: Paidós. ISBN: 978 84 493 3804 5
- Baudrillard, Jean** (2010). *La ilusión vital*. Barcelona: Siglo I. ISBN: 978 84 323 1448 3
- Bauman, Zygmunt** (2017). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica. ISBN: 978 84 375 069 5
- Bienvault, Hervé** (2022). "La transition numérique à l'aune de Nikos Kazantzaki". *Aldus*, 10 janvier.
https://aldus2006.typepad.fr/mon_weblog/2022/01/6-la-transition-num%C3%A9rique-%C3%A0-laune-de-nikos-kazantzaki.html
- BOD** (2020). *Estudio sobre la autopublicación en Europa 2019*. Books on Demand.
https://www.bod.com.es/fileadmin/user_upload_es/sobre-bod-y-prensa/BoD_Estudio_sobre_autopublicacion_Europa_2019.pdf
- Bogost, Ian** (2021). "Ebooks are an abomination". *The Atlantic*, September 14.
<https://www.theatlantic.com/books/archive/2021/09/why-are-ebooks-so-terrible/620068>
- Bookwire** (2021). *Evolution of digital market (ebooks, audiobooks and podcasts) in Spain and Latin America*.
https://www.bookwire.de/fileadmin/downloads/whitepapers/Bookwire_Dosdoce_Spanish_Markets_Digital_Report_2021.pdf
- Borsuk, Amaranth** (2020). *El libro expandido*. Buenos Aires: Ampersand. ISBN: 978 987 4161 43 7
- Bourdieu, Pierre** (2011). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 339 1397 5
- Cantrell, Melissa H.; Donaldson, Michael R.** (2022). "Perspectives on a 'unified approach' to the future of open access". *The scholarly kitchen*, January 11.
<https://scholarlykitchen.sspnet.org/2022/01/11/guest-post-perspectives-on-a-unified-approach-to-the-future-of-open-access>
- Cardon, Dominique** (2018). *Con qué sueñan los algoritmos: nuestras vidas en el tiempo del big data*. Madrid: Dado Ediciones. ISBN: 978 84 945072 8 1
- Compagnon, Antoine** (2020). *La segunda mano o el trabajo de la cita*. Barcelona: Acantilado. ISBN: 978 84 17902 41 4
- Coppa, Francesca** (2017). *The fanfiction reader: Folk tales for the digital age*. Ann Arbor: University of Michigan Press. ISBN: 978 0 472 07348 1
- Cordón-García, José-Antonio** (2011). "El final del libro y el principio de la lectura: los libros electrónicos y el fenómeno iPad". *Anuario ThinkEPI*, v. 5, pp. 132-138.
<https://thinkepi.profesionaldelainformacion.com/index.php/ThinkEPI/article/view/30483>
- Cordón-García, José-Antonio** (2016). "Ruptura del campo editorial: la autopublicación y sus derivados". *Anuario ThinkEPI*, v. 10, pp. 278-283.
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2016.61>
- Cordón-García, José-Antonio** (2020). "Lettura digitale: intelligibilità, usabilità e contesti". *Biblioteche oggi trends*, v. 6, n. 2, pp. 28-40.
<http://www.bibliotecheoggi.it/trends/article/view/1177/1383>
- Cordón-García, José-Antonio; Gómez-Díaz, Raquel** (eds.) (2018). *Lectura, sociedad y redes: colaboración, visibilidad y recomendación en el ecosistema del libro*. Madrid: Marcial Pons. ISBN: 978 84 912 3577 4
- Cruz-Martín, Ana** (2016). *El fenómeno de la fanfiction*. Girona: Universitat de Girona. Trabajo de fin de grado.
https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/13312/CruzMartinAnna_Treball.pdf
- Cuquerella, Ana** (2018). *Del café al tuit: literatura digital, una nueva vanguardia*. Valencia: Calambur. ISBN: 978 84 8359 448 3
- D'Ancona, Matthew** (2019). *Posverdad*. Madrid: Alianza. ISBN: 978 84 91813 97 2
- Deleuze, Gilles** (2008). *Dos regímenes de locos (textos y entrevistas, 1975-1995)*. Edición a cargo de David Lapoujade. Valencia: Pretextos. ISBN: 978 84 8191 850 2

- Derrida, Jacques** (1967). *De la grammatologie*. Paris: Minuit. ISBN: 978 2 707300126
- Derrida, Jacques** (1968). "Culture et écriture: la prolifération des livres et la fin du livre". *Noroit*.
<https://derridas-margins.princeton.edu/outwork/2018/culture-et-ecriture-la-proliferation-des-livres-et-la-fin-du-livre>
- Doctorow, Cory** (2021). "The future is in interoperability not big tech: 2021 in review". *Electronic frontier foundation*, December 24.
<https://www.eff.org/deeplinks/2021/12/future-interoperability-not-big-tech-2021-review>
- Dubreuil, Laurent** (2019). *La dictature des identités*. Paris: Gallimard. ISBN: 978 20 728 4318 1
- Echeverría, Javier; Almendros, Lola S.** (2021). *Technopersonas. Cómo las tecnologías nos transforman*. Gijón: Trea. ISBN: 978 84 17987 40 4
- Eco, Umberto** (2012). *Construir al enemigo y otros escritos*. Barcelona: Lumen. ISBN: 978 84 264 2158 6
- Eco, Umberto** (2021). *La memoria vegetal*. Barcelona: Lumen. ISBN: 978 84 264 0628 6
- Emcke, Carolin** (2020). *Contra el odio*. Madrid: Taurus. ISBN: 978 84 306 1874 3
- Ertzscheid, Olivier** (2018). "Autodaféfacebook: de l'interdiction des livres sur facebook et de l'inquisition de certaines formes instrumentales de viralité". *Affordance info*, 8 mar.
https://www.affordance.info/mon_weblog/2018/03/de-linterdiction-des-livres-sur-facebook-et-de-linquisition-de-la-viralite.html
- Ertzscheid, Olivier** (2019). "Bienvenue dans le world wide fake. La société dévisage". *Affordance info*, 2 june.
https://www.affordance.info/mon_weblog/2019/06/bienvenue-dans-le-world-wide-face.html
- Ertzscheid, Olivier** (2021). "La cuillère, le champagne et les antivax". *Affordance info*, 31 décembre.
https://www.affordance.info/mon_weblog/2021/12/cuillere-champagne-antivax.html
- Escandell-Montiel, Daniel** (2020). "Exocanonismo y estrategias de impulso para la literatura electrónica en lengua española". En: Borham-Puyal, Miriam; Diego-Sánchez, Jorge; García-Pérez, María-Isabel (coords.). *Documentando la memoria cultural: las mujeres en las (auto)narraciones exocanónicas*. Salamanca: Universidad de Salamanca, p. 281-292. ISBN: 978 84 9012 969 2
<https://doi.org/10.14201/0MM0018>
- Esposito, Joseph** (2020). "The 360° competitor". *The scholarly kitchen*, October 5.
<https://scholarlykitchen.sspnet.org/2020/10/05/the-360-competitor>
- European Publishing Federation* (2019). *FEP manifesto*.
<https://fep-fee.eu/EUROPEAN-PUBLISHING-MATTERS-The>
- Ferran-Sáez, Mateu** (2018). *La superficie: la vida entre pantallas*. Barcelona: ED Libros. ISBN: 978 84 09 03465 9
- Ferraris, Maurizio** (2017). *Movilización total*. Barcelona: Herder. ISBN: 978 84 254 3924 7
- Ferraris, Maurizio** (2021). *Documanità: Filosofia del mondo nuovo*. Roma: Laterza. ISBN: 978 88 581 3411 5
- FGEE* (2019). *Hábitos de lectura y compra de libros 2018*. Madrid: Federación de Gremios de Editores.
<https://www.cegal.es/habitos-de-lectura-y-compra-de-libros-en-espana-2018>
- Fülöp, Erika** (2019). "Digital authorship and social media: French digital authors' attitudes towards Facebook". *French cultural studies*, v. 30, n. 2, pp. 121-137.
<https://doi.org/10.1177/0957155819843414>
- Future Books* (2019). "Crunching the numbers: How 'data guy' Paul Abbassi rewrote the digital narrative". *FutureBook live 2019. Getting to know the speaker*.
<https://content.yudu.com/web/1vcls/0A1xp12/FutureBook2019/html/index.html>
- Gómez-de-Ágreda, Ángel** (2019). *Mundo Orwell*. Barcelona: Ariel. ISBN: 978 84 344 2978 9
- González-Sainz, José-Ángel** (2021). *La vida pequeña: el arte de la fuga*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 339 9925 2
- Guillaud, Hubert** (2021). "Nous défaire de nos imaginaires statistiques". *Internetactu.net*, Décembre 16.
<https://www.internetactu.net/2021/12/16/nous-defaire-de-nos-imaginaires-statistiques>
- Gustafsson, Helena** (2021). "The market for audiobooks". *Logos*, v. 32, n. 2, pp. 7-9.
https://brill.com/view/journals/logo/32/2/article-p7_2.xml
- Han, Byung-Chul** (2019). *Hiperculturalidad*. Barcelona: Herder. ISBN: 978 84 254 4062 5
- Han, Byung-Chul** (2021). *No cosas: quiebras del mundo de hoy*. Madrid: Taurus. ISBN: 978 84 306 2434 8

- Have, Iben; Pedersen, Birgitte S.** (2020). "The audiobook circuit in digital publishing: Voicing the silent revolution". *New media and society*, v. 22, n. 3, pp. 409-428.
<https://doi.org/10.1177/1461444819863407>
- Havelock, Eric A.** (2005). *Prefacio a Platón*. Madrid: Antonio Machado Libros. ISBN: 84 7774 717 2
- Hunt, Keel** (2021). *The family business: how Ingram transformed the world of books*. Berkeley: West Margin Press. ISBN: 978 1 5132 6721 0
- IAIP (2014). *International declaration of independent publishers*. International Alliance of Independent Publishers.
https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/international_declaration_of_independent_publishers_2014-6.pdf
- Immerwahr, Daniel** (2021). "The pandemic has forced our reading onscreen". *Perspectives on history*, April 29.
<https://www.historians.org/publications-and-directories/perspectives-on-history/april-2021/the-pandemic-has-forced-our-reading-onscreen-has-that-helped>
- Jacobs, Naomi** (2018). "Live streaming as participation: a case study of conflict in the digital/physical spaces of supernatural conventions". *Transformative works and cultures. Special 10th anniversary issue: The future of fandom*, v. 28.
<https://doi.org/10.3983/twc.2018.1393>
- Kaplan, Frederic** (2012). "Nos langues à l'heure du capitalisme linguistique". *FKaplan*, avril 12.
<http://fkaplan.wordpress.com/2012/04/12/nos-langues-a-lheure-du-capitalisme-linguistique>
- Lanier, Jaron** (2021). *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Barcelona: Debate. ISBN: 978 84 9992 917 0
- Levi, Simona** (dir.) (2019). *#Fake you: fake news y desinformación*. Barcelona: Rayo Verde. ISBN: 978 84 17925 06 2
- Lindstedt, Laura** (2021) "How stories change when they move from page to voice". *Literary hub*, June 14.
<https://lithub.com/how-stories-change-when-they-move-from-page-to-voice>
- Lipovetsky, Gilles; Juvin, Hervé** (2011). *El occidente globalizado: un debate sobre la cultura planetaria*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 339 6334 5
- Magadán-Díaz, Marta; Rivas-García, Jesús I.** (2020). "El audiolibro en España: ¿industria o modelo de negocio?". *Profesional de la información*, v. 29, n. 6.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.25>
- Martínez, Inés** (2022). "La venta de libros bajo demanda en España crece un 800% durante 2021". *Publishnew*, 14 enero.
<https://publishnews.es/la-venta-de-libros-bajo-demanda-en-espana-crece-un-800-durante-2021>
- Maxwell, John W.; Hanson, Erik; Desai, Leena; Tiampo, Carmen; O'Donnell, Kim; Ketheeswaran, Avvai; Sun, Melody; Walter, Emma; Michelle, Ellen** (2019). *Mind the gap: a landscape analysis of open source publishing tools and platforms*. The MIT Press.
<https://doi.org/10.21428/6bc8b38c.2e2f6c3f>
- McGurl, Mark** (2021). *Everything and less: the novel in the age of Amazon*. Brooklyn, NY: Verso. ISBN: 978 1 839 76385 4
- MacIlroy, Thad** (2020). "The power of Penguin Random House". *The future of publishing*, September 22.
<https://thefutureofpublishing.com/2020/09/the-power-of-penguin-random-house>
- McIntyre, Lee** (2018). *Posverdad*. Madrid: Cátedra. ISBN: 978 84 376 3869 0
- Mora, Vicente-Luis** (2021). *La escritura a la intemperie: metamorfosis de la experiencia literaria y la lectura en la cultura digital*. León: Universidad. ISBN: 978 84 18490 13 2
- Morrison, Ewan** (2013). "Fiction in 2043: looking back from the future". *The Guardian*, August 12.
<https://www.theguardian.com/books/2013/aug/12/fiction-2043-time-travel-war-and-peace>
- Muñoz-Machado, Santiago** (2013). *Los itinerarios de la libertad de palabra*. Barcelona: Crítica. ISBN: 978 84 9892 591 3
- Muñoz-Rengel, Jacinto** (2020). *Una historia de la mentira*. Madrid: Alianza. ISBN: 978 84 9181 889 2
- Muñoz-Rico, María; Cerdón-García, José-Antonio** (2022). *Lectura, fidelidad y adicción en la literatura de masas*. Gijón: Trea. ISBN: 978 84 18932 05 2
- Murray, Janet** (1997). *Hamlet on the holodeck: the future of narrative in cyberspace*. MIT Press. ISBN: 0 262 63187 3
- Nacarino-Bravo, Aurora** (2018). "Por la corrección política y en contra del puritanismo". *Letras libres*, 30 enero.
<https://letraslibres.com/politica/por-la-correccion-politica-y-en-contra-del-puritanismo>
- Nietzsche, Friedrich** (2008). *Fragmentos póstumos IV*. Madrid, Tecnos. ISBN: 978 84 309 4484 2

- Peyron, David** (2018). "Fandom names and collective identities in contemporary popular culture". *Transformative works and cultures. Special 10th anniversary issue: The future of fandom*, v. 28.
<https://doi.org/10.3983/twc.2018.1468>
- Potts, Liza; Beattie, Melissa; Dallaire, Emily; Grimes, Katie; Turner, Kelly** (2018). *Participatory memory: Fandom experiences across time and space*. Intermezzo. ISBN: 978 0 9864333 6 8
<http://participatorymemory.org/book/index>
- Reijnen, Leo; Rasch, Miriam** (eds.) (2020). *Here and now explorations in urgent publishing*. Amsterdam: Institute of Network Cultures. ISBN: 978 94 92302 57 1
https://networkcultures.org/wp-content/uploads/2020/05/Here-and-Now-Explorations-in-Urgent-Publishing-___-online.pdf
- Rodríguez-Magda, Rosa-María** (1989). *La sonrisa de Saturno: hacia una teoría transmoderna*. Barcelona: Anthropos. ISBN: 84 7658 188 2
- Roszak, Theodore** (2008). *El culto a la información: un tratado sobre alta tecnología, inteligencia artificial y el verdadero arte de pensar*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 84 9784 073 9
- Said, Edwar** (2006). *Humanismo y crítica democrática*. Madrid: Debate. ISBN: 978 84 8306 671 3
- Sánchez-Paso, José-Antonio** (2003). "La edición sin nombre". *Libros y bitios*, 10 enero.
<http://jamillan.com/celpas.htm>
- Sapiro, Gisèle** (coord.) (2019). *Las contradicciones de la globalización editorial*. Bogotá: Universidad de los Andes. ISBN: 978 958 774 910 6
- Sapiro, Gisèle** (2021). *¿Se puede separar la obra del autor?: Censura, cancelación y derecho al error*. Madrid: Clave Intelectual. ISBN: 978 84 123285 7 8
- Schiffirin, André** (2019). "La edición angloamericana: entre la despolitización y la comercialización". En: Sapiro, Gisèle (coord.). *Las contradicciones de la globalización editorial*. Bogotá: Universidad de los Andes, pp. 97-111. ISBN: 978 958 774 910 6
- Shatzkin, Mike** (2021). "Enterprise self-publishing is coming: the third great disruption of book publishing since the 1990s". *The idea logical company*, June 20.
<https://www.idealog.com/blog/enterprise-self-publishing-is-coming-the-third-great-disruption-of-book-publishing-since-the-1990s>
- Shatzkin, Mike; Paris, Robert** (2019). *The book business: what everyone needs to know*. New York: Oxford University Press. ISBN: 0 19 062806 5
- Sibilia, Paula** (2018). *La intimidad como espectáculo*. Mexico: Fondo de Cultura Económica. ISBN: 978 950 557 754 5
- Singh, Anisha; Alexander, Patricia A.** (2022) "Audiobooks, print, and comprehension: what we know and what we need to know". *Educational psychology review*. Online first.
<https://doi.org/10.1007/s10648-021-09653-2>
- SNE** (2021). *Législation sur les marchés numériques: pour lutter contre les pratiques déloyales des plateformes dans le secteur du livre, les représentants des auteurs, éditeurs et libraires demandent à la France d'enteriner la position ferme du Parlement Européen*. Syndicat National de l'Édition. Syndicat National de l'Édition.
https://www.sne.fr/app/uploads/2021/12/Communique_DMA_22Decembre2021_SNE_SLF_SGDL_SDLC.pdf
- Snelling, Maria** (2021). "The audiobook market and its adaptation to cultural changes". *Publishing research quarterly*, v. 37, n. 4, pp. 642-656.
<https://doi.org/10.1007/s12109-021-09838-1>
- Tamayo, Juan-José** (2020). *La internacional del odio: ¿Cómo se construye? ¿Cómo se deconstruye?*. Barcelona: Icaria. ISBN: 978 84 9888 979 6
- Tannen, Deborah** (1999). *La cultura de la polémica: del enfrentamiento al diálogo*. Barcelona: Paidós. ISBN: 978 84 493 0725 6
- Tattersall-Wallin, Elisa** (2021). "Reading by listening: conceptualising audiobook practices in the age of streaming subscription services". *Journal of documentation*, v. 77, n. 2, pp. 432-448.
<https://doi.org/10.1108/JD-06-2020-0098>
- Tattersall-Wallin, Elisa** (2022). "Audiobook routines: identifying everyday reading by listening practices amongst young adults". *Journal of documentation*, v. 78, n. 7, pp. 266-281.
<https://doi.org/10.1108/JD-06-2021-0116>

- Thompson, John B.** (2021a). *Book wars: the digital revolution in publishing*. Cambridge: Polity. ISBN: 978 1 5095 4678 7
- Thompson, John B.** (2021b). "The remarkable rise of the audiobook". *Logos* (Netherlands), v. 32 n. 2, pp. 10-19.
<https://doi.org/10.1163/18784712-03104013>
- Thoreau, Henry-David** (2021). *Walden*. Madrid: Errata Naturae. ISBN: 978 84 16544 42 4
- Vallejo, Irene** (2020). *El infinito en un junco: la invención de los libros en el mundo antiguo*. Barcelona: Siruela. ISBN: 978 84 17860 79 0
- Villanueva, Darío** (2021). *Morderse la lengua: Corrección política y posverdad*. Barcelona: Espasa. ISBN: 978 84 67 6198 7
- Vitali-Rosati, Marcello** (2018). *On editorialization: structuring space and authority in the digital age*. Amsterdam: Institute of Network Cultures. ISBN: 978 9492 30220 5
<https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/handle/1866/19868>
- Voisard, Anne-Marie; Chibani-Jacquot, Philippe; Mollier, Jean-Yves** (2021). *What freedom of publishing for independent publishers? Study initiated and coordinated by the Alliance, 2018-2020*. International Alliance of Independent Publishers.
<https://www.alliance-editeurs.org/what-freedom-of-publishing-for,1497?lang=en>
- Willeumier, Kristen** (2020). *Biohack your brain: how to boost cognitive health, performance & power*. New York: William Morrow. ISBN: 978 0 06299 433 2
- Wischenbart, Rudiger; Fleischfacker, Michaela** (2020). *Global 50 the ranking of the publishing industry 2020*. Paris: Livres Hebdo.
https://www.wischenbart.com/upload/Global50-Publishing-Ranking-2020_ScreenOpt.pdf
- Wischenbart, Rudiger; Fleischfacker, Michaela** (2021). *The digital consumer book barometer*. Bookwire; DeMarque; Edigita; Librandia; Readbox; International Publishing Distribution Association.
<https://librandia.com/the-digital-consumer-book-barometer-2021-pdf>
- Wolf, Maryanne** (2018). *Reader, come home: the reading brain in a digital world*. London: HarperCollins. ISBN: 978 15 385 5193 6
- Wu, Tim** (2020). *Comerciantes de atención*. Madrid: Capitan Swing. ISBN: 978 84 120645 9 9
- Wulf, Karin** (2021). "Revisiting: dear reader, are you reading?". *The scholarly kitchen*, June 9.
<https://scholarlykitchen.sspnet.org/2021/06/09/revisiting-dear-reader-are-you-reading>
- Zafra, Remedios** (2021). *Frágiles: Cartas sobre la ansiedad y la esperanza en la nueva cultura*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 339 6469 4
- Žižek, Slavoj** (2021). *Como un ladrón en pleno día*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 339 6465 6
- Zuboff, Shoshana** (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia: la lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. Barcelona: Paidós. ISBN: 978 84 493 3693 5



Profesional de la información

Servicio de traducciones al inglés

<http://www.profesionaldelainformacion.com/documentos/traduccion.pdf>

Información: **Isabel Olea**
epi.iolea@gmail.com