La transformación del libro en la era digital

POR **JUERGEN BOOS**

Para entender lo que significa la transformación del libro en la era digital es preciso dar un paso atrás y considerar un tramo considerable de la historia humana desde cierta distancia. Como director de la Feria del Libro de Fráncfort, me resulta fácil hacerlo: ponerme en los zapatos de todas las personas que vivieron antes de mí y que trabajaron para la Feria en sus más de 550 años de historia. Es posible que no lo sepan ustedes, pero la Feria del Libro se fundó muy poco después de la invención de la imprenta por Gutenberg y su historia está obviamente vinculada a la transformación de los libros a lo largo de las distintas épocas hasta ahora mismo, lo que llamamos la era digital.

Lo que se ve cuando se adopta esta perspectiva de largo alcance es una historia que comienza con la unidad de la cultura y los libros con la vida en general, a la que posteriormente sigue, no obstante, una creciente especialización y diferenciación de las artes y otros campos de humana. Puede verse además un reciente giro en esta historia: la unidad que se restablece entre la cultura y los libros, por una parte, y el resto de la 'vida', por otra parte (tecnología, economía y ciencias en general). Denomino a esta tendencia reciente el 'renacimiento del libro', desencadenado por la era digital.

La unidad de la cultura y los libros con la vida

Comencemos con el estado de unidad. La palabra cultura tiene su origen en la agricultura, que significa el cultivo de la tierra[1]. Cultura, en este sentido, abarca lo perteneciente a la invención humana, transmitido a través de los tiempos por la tradición. En la antigua Grecia, la palabra empleada para definir el arte era *techné*, de la que se derivan técnica y tecnología, términos que se aplican adecuadamente a las prácticas tanto científicas como artísticas.

La escritura demostró ser una de las más importantes tecnologías para el desarrollo humano. Hombres del Renacimiento como Miguel Ángel y Erasmo de Rotterdam fueron cruciales tanto en el descubrimiento de los fundamentos griegos clásicos del conocimiento como a la hora de añadir nuevos elementos. No se veían a sí mismos como artistas, escritores, artesanos o científicos, simplemente aplicaban lo que sabían y creaban obras de arte.

Fundación Telefónica
Telefónica

Fue al final de la Ilustración cuando ‘las artes’ y ‘las ciencias’ tomaron caminos distintos. La escritura y la pintura llegaron a ser consideradas como una actividad altamente personal e intuitiva, mientras que las ciencias eran vistas como una expresión de la razón y la metodología[2].

Hoy podemos ver un renacimiento de la cultura. Esta comienza a impregnar de nuevo todas las esferas de la vida y se aplica a todos los aspectos de la actividad humana. Esto se observa principalmente en los libros, tradicionalmente el recipiente más importante de la cultura y el conocimiento. Los libros en la era digital demuestran un principio de Internet que se aplica a todos los sectores: todo lo que toca la web se convierte en contenido digital. Como tal, tiene el potencial de convertirse en ‘propiedad intelectual cultural’. Permitan que les muestre algunos ejemplos.

Sinestesia

Los libros solían ser algo que se leía en papel. La convergencia de los medios cambia eso. Hoy en día se pueden tocar y oír los libros: pueden estar contigo en cualquier situación de tu vida. Este fenómeno adopta muy diversos nombres, como hipermedia o multimedia, y supone una experiencia sinestética. Según Jay David Bolter, «la verdadera escritura electrónica no se limita al texto verbal: los elementos ‘escribibles’ pueden ser palabras, imágenes, sonidos o incluso acciones que llegan al ordenador en forma de instrucciones para su ejecución»[3]. Un ejemplo de ello es el uso de los medios en los coches sin conductor, una tendencia que actualmente siguen la mayoría de los fabricantes de automóviles, reposicionándose como proveedores de servicio de movilidad (y para conocimiento y entretenimiento móviles). El coche se convierte en un ‘espacio privado’ que puede utilizarse libremente, con las manos fuera del volante… y el contenido de un libro es uno de los medios que te rodean en ese espacio[4].

Patrimonio cultural digital y el fenómeno del ‘fondo editorial’

Los libros son contenedores de conocimiento cultural y de patrimonio. En este sentido, en cierta medida son como museos y archivos. La digitalización permite que estos contenedores se abran y proyecten su contenido sobre todas las esferas de la vida. Para las editoriales, esto significa que sus fondos editoriales se convierten en un valioso tesoro; y para los museos, que sus colecciones no tienen que permanecer entre sus paredes, sino que pueden viajar libremente por el mundo. Un ejemplo de ello es el proyecto europeo Europeana, que se está reconvirtiendo para pasar de ser un almacén digital de libros a convertirse en un agente de patrimonio cultural digital en todos los formatos posibles.

Célebres colecciones europeas, como la del Rijksmuseum de Ámsterdam, se han digitalizado y pueden reutilizarse libremente en nuevas obras, tanto por parte de los artistas como de las editoriales. Otro ejemplo es el Stae del Museum de Fráncfort, que desarrolla nuevos servicios y productos en torno a su contenido digitalizado. ¿A quién no le gustaría tener una camiseta con su obra de arte favorita impresa bajo demanda?

Pensamiento interdisciplinar e intersectorial

Fundación Telefónica
Telefónica

Cuando empezamos a entender que los libros son realmente cultura y conocimiento codificados en contenedores y liberados por la digitalización, entonces el aspecto 'renacentista' de los libros en la era digital resulta obvio. Las editoriales siempre han trabajado de manera interdisciplinar: personas creativas, como los autores, trabajan conjuntamente con personas de mentalidad empresarial para garantizar el éxito de sus libros.

En la era digital, este pensamiento interdisciplinar resulta incluso más importante. Los escritores trabajan ahora directamente con tecnólogos o codificadores, por ejemplo, cuando un libro es realzado con elementos de juego. Esto significa que tanto el escritor como el codificador tienen que encontrar un lenguaje común y deben moverse entre distintas disciplinas para producir una historia atractiva. El hecho de que la creatividad no sea ya la reserva exclusiva del arte puede verse, por ejemplo, en técnicas como el pensamiento de diseño (*design thinking*) y la narración de historias (*storytelling*), que aplican enfoques artísticos a todo tipo de sectores. La Comisión Europea ha reconocido la función vital de los enfoques artísticos también en las ciencias, al convertirlos en un aspecto de su programa de financiación Horizonte 2020.

La evanescente distinción entre los libros y la vida

¿Por qué leemos libros? Los motivos son tan diversos como las vidas que vivimos. Por ejemplo, un ingeniero que lee un manual mientras se ocupa de una máquina compleja no tiene la misma motivación que alguien que lee una novela o que un estudiante que estudia un libro de texto.

Lo que sucede en la era digital es que los libros comienzan a impregnar nuestras vidas mucho más que antes. El ingeniero puede aplicar conocimiento con la ayuda de un libro 'mejorado', que contiene características de realidad aumentada o características de realidad virtual, lo cual proporciona acceso a una mayor base de datos de conocimiento, así como a una comunidad. El lector de una novela puede pasearse por una ciudad extranjera y una aplicación le indicará cuándo pasa por el café favorito de uno de sus héroes literarios. Y los estudiantes pueden aprender con todos sus sentidos, mediante audio, vídeo y texto, conectados con sus colegas y profesores.

¿Qué significa este 'aspecto renacentista' de los libros para el negocio comercial vinculado a la propiedad intelectual cultural? ¿Cómo podemos obtener valor de los libros en la era digital?

Para responder a esto, mencionaré el ejemplo de la propia Feria del Libro de Fráncfort, como el mayor mercado mundial existente en relación con la propiedad intelectual cultural.

Lo que vemos que está sucediendo en la Feria es que los libros comienzan a vincularse con otros sectores; están apareciendo nuevas formas de cooperación y nuevos modelos de negocio. He aquí algunos ejemplos.

La editorial Gestalten de Berlín actúa como constructora de comunidades en torno al tema de la cultura visual. En su apoyo a este modelo de negocio, interviene como grupo de reflexión, editorial de libros y gestora de centros de entretenimiento y cafés.

Fundación Telefónica
Telefónica

Empresas como Red Bull Media han mostrado que la creación de propiedad intelectual cultural a partir de una marca puede llevar a la diversificación de modelos de negocio, incluidas las publicaciones corporativas.

Las empresas de telecomunicaciones son también un buen ejemplo. Algunas se esfuerzan por reposicionarse como gestoras de contenidos. Orange, por ejemplo, estableció recientemente una asociación con el Musée d'Orsay para la restauración de obras de arte[5] y presentó visitas guiadas digitales por los cuadros del museo.

Para reflejar y fomentar estas tendencias, las Ferias también tienen que reposicionarse. Este año, la Feria del Libro de Fráncfort introduce un nuevo formato, denominado ARTS Plus, basado en la enorme influencia que las artes (¡y los libros!) tienen sobre otros sectores. La finalidad es crear un ecosistema de personas creativas, marcas y editoriales, pero también de investigadores, científicos, museos y agentes de patrimonio digital que se encuentran en el centro de este nuevo comercio relacionado con la propiedad intelectual cultural: los nuevos renacentistas, mujeres y hombres.

O en otras palabras, la nueva vanguardia cultural.

Traducción: Antonio Fernández Lera

Notas

[1] Ambos términos derivan de la palabra latina *cultus*, que significa labrado o cultivado. Véase: Brown, Ch., Toadvine, T. (eds.) (2007). Natures Edge, State University of New York (p, 208).

[2] Véase: Schatzberg, E. (2012, septiembre). From Art to Applied Science. *ISIS*, 3(3), 555-563. University of Chicago Press (aquí, p. 1).

[3] Bolter, J. D. (1991). *Writing space: The computer, hypertext, and the history of writing*. Hillsdale, NJ, p. 26.

[4] El coche sin conductor se presentó por primera vez en Europa en el *Ars Electronica Festival* de Linz. Ya en 2010, la Feria del Libro de Fráncfort cooperó con Audi para mostrar la creciente convergencia entre libros, contenido y movilidad.

[5] Orange (2015, 2 de mayo). Augmented reality at the service of a major French work of art, L'Atelier du peintre by Gustave Courbet [en línea]. Disponible en: *http://www.orange.com/en/Press-and-medias/press-releases-2016/press-releases-2015/Augmented-reality-at-the-service-of-a-major-French-work-of-art-L-Atelier-du-peintre-by-Gustave-Courbet*

Fundación Telefónica
Telefónica