

Un salto que nos deposita quién sabe adónde

Matilde Sánchez

Hace pocas semanas, Amazon borró por control remoto copias de libros que había vendido a sus clientes de Kindle, por no contar con la debida autorización editorial al momento de distribuirlos. Se trató de un error de contrato entre la editorial y la librería electrónica. Es una sorprendente casualidad que uno de los libros “desafectados” telemáticamente, y uno de los dos de George Orwell, haya sido *1984*. Orwell murió hace 58 años y por tanto, su obra es de dominio público en gran parte del mundo. Al acceso digital –a ese novedoso régimen de inmaterialidad material–, de su obra, se corresponde esta desaparición mágica: el objeto libro se esfuma por control remoto, solo que un archivo de lectura ya no es un libro. Recordemos que en la novela los censores tienen capacidad de eliminar todo rastro de prensa crítica que moleste al Gran Hermano enviándola a una pira llamada “agujero de la memoria”.

Queda claro en este episodio que Amazon no vende libros (los lectores pagan 9 dólares por la mayoría de los archivos completos), sino derechos de acceso. Fueron los propios consumidores quienes señalaron la diferencia en este último año; desde que surgió el e-book, vienen insistiendo en que a diferencia de los libros materiales, los archivos digitales no permiten al lector compartir un libro, como tampoco venderlo después de su lectura. El lector, de hecho, no se hace de un libro, si desea compartirlo debe compartir el instrumento. Hace apenas unos diez años el libro, depositario primario de la memoria, dejó de ser una presencia exclusivamente material; a cambio de libros comenzamos a transitar la era de las licencias de lectura.

Quisiera hacer hincapié en este detalle. Orwell murió en 1950, es decir que su obra en Argentina es de dominio público. En otros países se concede a los herederos un tiempo que se extiende a 70, 80 o 100 años desde la muerte del autor. Así, las terminales electrónicas globales se atienen a legislación nacional mientras hacen ventas globales: si bien el copyright de Orwell no expira en Estados Unidos hasta 2044, ya expiró en numerosos países, como Argentina, donde ustedes y yo podríamos editarlo sin pagar derechos de publicación. En otras palabras, Amazon está vendiendo a escala global licencias de lectura de un texto que en numerosas legislaciones nacionales es gratis.

El fallo ilustra de modo espectacular el vasto campo de nuevos problemas y manipulaciones posibles de una tecnología novel y sobre todo, nos interpela sobre el porvenir de la memoria. De hecho, tenía yo mi trabajo listo para someterlo a ustedes cuando los despachos desde la Feria de Frankfurt (2009) adelantaron el futuro y dieron ese salto que les sugería, obligándome a definir o reenfocar algunas consideraciones. En las líneas que voy a compartir no me planteé un veredicto sobre el valor literario, el tema que nos convoca y que se encuentra hoy en un estado volátil incluso desde su punto de vista más primario, el de los derechos de autor, sino ofrecer un mapa de algunos factores que modificaron radicalmente nuestros modos de empleo del libro y, de una manera más ambiguo y desconcertante, de la transmisión escrita en general. No voy a ocuparme de manera directa del valor sino de ciertas consideraciones económicas y comerciales, de los saltos industriales y tecnológicos que trastocaron los parámetros y modos de valoración y que nos depositaron aquí, hoy y ahora, en Buenos Aires, en torno de esta cuestión.

Las noticias sobre el advenimiento del uso masivo de e-books –que según fue anunciado en la última Feria de Frankfurt será relanzado a precios mucho más bajos de manera inminente, siguiendo el sistema propiciatorio de licencias, a la manera de las impresoras inkjet– nos obligarán a repensarlo todo. ¿Podemos hablar de valor cuando ni siquiera sabemos en qué superficie vamos a leer ni cuál será el margen de apropiación del libro que nos permitirán los nuevos soportes? Si el libro es una de las mercancías que más se encareció en los últimos veinte años –de hecho, el libro contradice numerosas reglas básicas de la economía–, ¿cuánto costará un libro una vez que el uso del Kindle

se haya extendido? Podemos imaginar un futuro cercano en que ya no funcionará esa rudimentaria forma de contagio de lectura que consistía en anhelar el libro que uno miraba mientras era leído por la pasajera sentada enfrente en un vagón de tren. El libro se volverá un ritual más recóndito, mucho menos transmisible como experiencia.

Rebelión en la granja gráfica

A mediados de los 90 asistimos a una transformación impensada en el mundo de la edición: la concentración económica en unas pocas editoriales globales trajo algunas tendencias que cambiaron para siempre la historia de la literatura y dieron un vuelco a nuestros modos de leer. No es una novedad que el puntapié de ese dominó fue la exigencia de un aumento en la rentabilidad de la mercancía misma –que pasó de su 8% histórico a una expectativa del 15% a fines de la década pasada y hoy superior al 20–. A semejanza de la industria discográfica e inseparable de esa expectativa de ganancias, la segmentación de los públicos tuvo una repercusión diría que casi inmediata en la literatura: decretó e instrumentó el fin del *common reader*, esa entelequia sin embargo tan corpórea, que adiestraba al lector de diarios a pasar a los libros y viceversa, del presente absoluto a la antigüedad, de la coyuntura y lo local a la continuidad de la tradición, de la contratapa con tiras cómicas a las bibliotecas universales.

En paralelo a esa transformación, los diarios vivieron en los 90 una actualización inédita, que supuso grandes inversiones tecnológicas y hace unos diez años, la reconversión y alfabetización digital de nuevos elencos periodísticos y el desafío, yo diría que ya perdidoso, de conservar e incorporar como lectores a los nacidos y criados en la red. En efecto, el panorama es apenas reconocible, no solo en el mundo del libro sino en una de sus principales mediaciones con el lector, la prensa gráfica. No podría yo sintetizar para ustedes los cambios impensables a los que nos tocó asistir en apenas quince años en las redacciones periodísticas. Se eliminaron líneas enteras de la producción y la transferencia de información se hizo instantánea. Lo más impensable fue que el auge contuviera su propio cataclismo, que en la duplicación pionera de los diarios gráficos en diarios digitales, y la duplicación económica que se esperaba conseguir, el papel encontró su némesis.

En recientes declaraciones de Lionel Barber, director del *Financial*

Times, hoy se espera que un periodista escriba para el papel y para la Web, a menudo materiales diferenciales, y que haga videos dado que “se producen contenidos para distintos canales”. Esto ya está siendo implementado en nuestro país con cierta resistencia.

De acuerdo con el periodista Robert Courtmanche, el periodismo empezó a morir cuando la gente dejó de leer el diario y miró la TV en busca de noticias. Desde luego, hay otras hipótesis, aunque en verdad lo más probable es que todas ellas estén interviniendo. No es menor el hecho de que priman los criterios comerciales. A diferencia, tan luego, del libro, la prensa gráfica siempre tuvo una rentabilidad altísima, proveniente de los lectores y la publicidad, y crecientemente originada en esto último en la segunda mitad del siglo XX. Esos márgenes se han achicado muchísimo, pero de todos modos la ganancia sigue siendo significativa aunque ya no guarda relación con la clase de presiones que soporta un diario ni con la magnitud de los negocios que defiende, apuntala, sostiene y promueve.

Mindy McAdams, actual directora de la Fundación Knight para el periodismo, recuerda que en 1995 el público buscó en la TV imágenes en lugar de un análisis del atentado contra el edificio de Oklahoma pero apenas seis años más tarde, los televidentes hicieron colapsar los servidores de CNN para ver los ataques a las Torres Gemelas. Este año, la muerte de Michael Jackson se conoció en internet antes que en Fox o CNN; es decir que ni las cadenas de cable tuvieron la capacidad de la red para estar en el lugar del hecho. En la red existe una página de obituarios mediáticos, el Newspaper Death Watch. La actual crisis dejará en pie pocos diarios tal como los hemos conocido en los dos últimos siglos; hace pocas semanas el *New York Times* se preguntaba qué es una gran ciudad sin su diario y sus kioscos —en Philadelphia quedan apenas dos—. La presente batalla contra los diarios digitales gratuitos y la embestida para arancelar su acceso nos interpelan sobre cómo serán las nuevas democracias en la era de las licencias de lectura.

Del lado del lector, asistimos a la extinción del rito mismo que fundaba la existencia de las noticias gráficas. En los 80, recuerdo que librereros amigos me referían que los compradores acudían con un recorte publicitario del suplemento dominical de *La Nación*: la inercia ante el prestigio del medio y cierta ingenuidad ante el reclamo publicitario obraban de manera conjunta fidelizando al lector, como si prevalecieran

ra una superstición infantil de que un buen diario solo alojaría avisos que no traicionarían a sus consumidores. El primer síntoma y la primera estocada contra la continuidad de la prensa gráfica llegaron hace pocos años, con el desplome de la publicidad. El avisador dejó de ver el retorno que justificaba la inversión y los costos siderales. Esta crisis en los Estados Unidos ronda una merma del 50% y en Europa, entre el 25 y el 35%. Sin embargo, no se registra en India, donde los diarios tienen un crecimiento exponencial debido al ingreso de grandes contingentes de lectores, ni en el Cono Sur, donde caen los lectores pero no la publicidad, de manera que la rentabilidad está asegurada por el momento

Entretanto, salvo en muy contados casos, como *Der Spiegel* en Alemania, ningún medio digital es rentable; de hecho, la casi totalidad de los diarios digitales aún dependen de la prensa gráfica a la que están reemplazando y la publicidad digital no deja de abarataarse. Contra la retórica que lleva unos tres años bombardeando con las ventajas de la convergencia física y periodística de los diarios digitales y en papel, los diarios electrónicos siguen siendo estructuras pequeñas, parasitarias de la prensa gráfica en la producción de noticias y en todos sus insumos, y son sostenidas como economía futurible que no se concreta. Tampoco es atendida por el lector la publicidad digital, que por definición es un lector que salta de la página todo lo rápido que puede. Esto ha debilitado las redacciones y abaratado la fuerza de trabajo: hoy el trabajo periodístico se cubre mediante contratos chatarra y sueldos mínimos.

En el campo de las publicaciones culturales, la prensa argentina adaptó y recreó recetas ofrecidas por los diarios españoles; y ha perdido algunas de las capacidades que históricamente le dieron su fortaleza. Quisiera referirme a tan solo dos de ellas.

Un factor por lo general desestimado fue la rápida supremacía del diseño gráfico sobre los contenidos textuales. Esto se enmarca en la progresiva tercerización de procesos industriales, que fue *le mot d'ordre* en los 90. Cuando observamos cuánto mejoró la presentación de la prensa gráfica en el mundo entero, y sobre todo en los diarios pequeños, en verdad deberíamos evaluar cómo el diseño de diarios se uniformó a través de agencias proveedoras de diagramación envasada, antes encomendada a equipos de los propios staffs. Estas empresas

han ido ofreciendo sus servicios por el mundo y adaptado decenas de diarios a nuevos imperativos: invocando nuevas tendencias de lectura, en rigor reforzaron y estandarizaron esas pautas dominadas por la brevedad y la preeminencia de la imagen. Los rediseños se orientaron masivamente a la organización de la página mediante módulos que simplifican y acortan la línea de edición; se abrevió y fragmentó la narrativa periodística para asemejarla primero a la sintaxis televisiva y luego a los hipertextos digitales, se la atomizó en recuadros con el fin de ventilar la página y atrapar la diversidad de lectores. A cambio de la ironía, que siempre lleva muchas sílabas y ha sido siempre clave de los recursos periodísticos en el sector editorial, esto trajo títulos más cortos y aplanados. En el campo del periodismo cultural, estos módulos implantaron el abuso de superlativos como calificación o escala de valor, restando versatilidad y credibilidad a las ponderaciones editoriales, en un torneo de superlativos más propio de una sección deportiva. Las palabras de más de tres sílabas han sido exiliadas por decreto del diseño; no entran en los titulares o se reservan para los sustantivos muy precisos que no tienen sinónimos. Esto ha motivado, por un lado, el embrutecimiento del lector erosionando los códigos valorativos. Al mismo tiempo, llama la atención que los diarios digitales conserven la lectura en forma de rollo (*scroll*), que en verdad es la única que obliga al lector a permanecer ante una sola ventana y su aviso publicitario.

La segunda capacidad que declinaron las publicaciones, y sobre todo las que cubren la actividad cultural, fue la de establecer una agenda propia. Los diarios se convirtieron en terminales de promoción de los lanzamientos de las casas editoriales, en esteroide de olas publicitarias a menudo motivadas en agendas comerciales que ni siquiera se establecen en el país sino en España. Es paradójico que estas agendas suelen adoptar de manera casi unánime en el mundo castellano con las nociones más tradicionales de la literatura, con la exaltación del autor y el culto a la personalidad. Si hiciéramos la prueba de poner uno con otro todos los suplementos literarios de América latina y España, tendríamos un interminable álbum de primerísimos primeros planos: nos enfrentaríamos a un inmenso archivo de caras, repetidas hasta el hartazgo, a menudo las mismas tomas de los mismos autores tomadas por los mismos retratistas.

Los diarios han intentado contrarrestar esta pérdida de influencia

—que por momentos parecen naturalizar por completo pero que cíclicamente intentan sacudirse— con iniciativas temáticas y mediante la creación de polémicas locales, y también a partir de concursos literarios, que a su vez se multiplican como esteroides de prestigio, promoción y autoelogio, cuando no en fuente de negocios antes ajenos a la edición periodística, como la publicación de bestsellers que se autofabrican mediante interminables páginas laudatorias. Este mecanismo se vio muy claramente en el suplemento *Babelia* y su política intracorporativa con la editorial Santillana. Podemos responsabilizar a los CEOs¹ de las corporaciones periodísticas —mediante el lobby y la desmesura promocional— del ocaso de sus propias criaturitas anabólicas.

En los noventa, que fueron los años de aquilatamiento y consolidación del conglomerado editorial español, cesa la penetración de literatura latinoamericana en España, ergo en Europa. La coyuntura política dictaba sus propias urgencias, anclando en territorios y regiones la dominante del presente. El boom latinoamericano hoy es leído de manera unánime como consecuencia directa de la insurgencia revolucionaria que vivía la región. Es revelador seguir hasta qué punto operan en sintonía y sistema las actualidades políticas y la irrupción y promoción de literaturas nacionales. A la segmentación del público lector correspondió la diversidad de voces, que nos llegaron a través de las selecciones de las editoriales. Los conglomerados optaron por traducir el panorama literario de Europa oriental y Asia en coincidencia, por ejemplo, con la incorporación del campo socialista al mercado y el consumo y la globalización, y el ingreso de China como factor clave de la nueva economía.

Nuestra región quedó pospuesta por el paisaje literario que emergió tras el deshielo de la guerra fría. Debido a la distribución selectiva de libros en nuestra región, los conglomerados españoles nos privaron de numerosos autores de la diáspora judía, de la historia de los intelectuales del campo comunista, me refiero a capítulos tan dramáticos como el acmeísmo en poesía, el arte conceptual en la era de Brezhnev, la obra de Vassili Grossman, Victor Serge, Joseph Roth, Arthur Schnitzler, etc. —menciono a unos pocos—, debido al precio sideral de los libros españoles. A diferencia del mundo anglosajón, el libro al precio espa-

¹ Chief Executive Officer (N. del E.)

ñol motiva el misterioso fenómeno de que las reediciones de autores de dominio público, es decir, de costo cero en términos de derechos, alcancen precios de novedad literaria de autores vivos, como ocurre con la obra de Henry James.

Como usina productora, América latina debió contentarse con algunos autores emergentes y fugaces epifenómenos. Se promovió el *crack* mexicano, vinculado a los paquetes autorales de nuevos agentes literarios –en la actualidad el agente es el primer editor que tiene un libro. En coincidencia con la presencia temática de Cuba en los medios, debido a lo que se conoce por período especial en la isla, y de algunas películas que fueron éxito de taquilla, se promovió el realismo sucio habanero, que a su vez era alimentado por el turismo sexual. Puedo mencionarles dos casos concretos: en los 90 quise entrevistar a Fernando Vallejo a raíz de *La virgen de los sicarios*; pero no hubo forma de que el libro fuera traído a Argentina antes de que se estrenara la película. Tampoco fueron traídos los libros de Diamela Eltit, que a comienzos de 2000 residía en Buenos Aires; de hecho Daniel Link le dedicó una página sin que el lector pudiera referir el autor a su obra –esto se enmarca con más facilidad en diarios chicos que en los grandes, más obligados a dar cuenta de sus decisiones–. Quiero decir con esto que ni siquiera las editoriales determinan sus agendas con total autonomía. Del mismo modo, en este año marcado por el memorialismo y los aniversarios en torno de la Segunda Guerra y la caída del muro de Berlín, el Nobel de literatura acaba de ser concedido a Herta Müller.

En el extremo hegemónico del sistema, tenemos bestsellers que son objeto de lanzamientos globales y por el otro, literaturas encuadradas como nacionales, que empiezan a ser interpretadas como idiolecto de una comunidad, obras parroquiales, embargadas para las nuevas avenidas de la globalización del libro. En algunos mercados las editoriales incluso han perdido las opciones más clásicas de la edición, por ejemplo la decisión sobre las tapas. Hace dos años en un seminario organizado por el British Council, Michael Faber, de la editorial inglesa Faber & Faber, se declaraba “incompetente” para imaginar el desenlace de las tendencias actuales.

Faber contaba que las tapas de los libros ya no se deciden en la editorial, sino que ésta puede llegar a presentar hasta cinco tapas alternativas de un mismo libro en junta con directivos de marketing de

las cadenas de librerías. Solo con su aceptación, el libro en cuestión será desplegado en las vidrieras. Hoy una de las mejores atribuciones que puede ganar un escritor ya consagrado es imponer su propia tapa, que a menudo provee. Si bien en Argentina no se llega a tanto, sí son clásicas las reuniones de editores y grandes libreros, a quienes aquéllos intentan entusiasmar con vistas a ganar la vidriera.

Es poco lo que las actuales estructuras de las redacciones dejan librado al editor pero no porque exista un plan superestructural sino porque el sistema requiere un funcionamiento industrial muy engranado y concede poco espacio al gusto o a la iniciativa personal. De hecho, la iniciativa personal, lo que podríamos llamar con un nombre clásico, la pasión por compartir y promover, la misma que informa a los bloggers, es lo despierta más sospechas: generalizando, podemos decir que la pasión es “*Indie*” Desde hace años los medios son extensión de las grandes terminales del arte, editoriales, museos, etc. Ya dijimos que el culto a la personalidad se advierte no más desde la abundancia fotográfica del primer plano como autenticación de una obra. Esto es impulsado también por las editoriales en los nuevos parámetros de créditos de tapa, donde el autor lleva un cuerpo más alto que el título del libro y aún en muchas ocasiones está impreso en relieve o tiene el color dominante.

Acorde con los criterios mencionados de segmentación y anabólicos promocionales, las editoriales llevan quince años invirtiendo muchos más recursos económicos y capital intelectual en el *scouting*, promoción y rotación de escritores jóvenes, que en la consolidación de los autores ya presentes en sus catálogos. Entiéndase, un autor joven lo es de su primera novela y aún de la siguiente, en caso de poder producirla en un lapso inferior a los dos años.

Como respuesta individual y contracultural a la expansión digital y el descrédito de la transmisión en papel, comienza a cobrar fuerza la cultura blogger. Si bien durante unos años la cultura electrónica y las editoriales se ignoraron mutuamente manteniendo una distancia recelosa –la primera asumió una actitud contracultural, mientras la segunda anudaba una alianza con la academia (ahora recuerdo el perspicaz y clarividente comentario que le oí a Jean Franco, “la academia es un mercado como cualquier otro”) –, hoy vemos intentos de aprovechamiento y fagocitación en la estrategia del marketing viral, que a veces

consigue promocionar eficazmente un libro pero otras veces resulta tan burdo que juega en contra de la obra y puede desatar campañas de difamación como ya ocurre con otros bienes culturales. Llegamos así al surgimiento de un fenómeno que adquiere un giro posmoderno y que, creo, es soslayado: el escritor aficionado.

El salto de lector a autor

Hace veinte años un libro llevaba mucho más trabajo, incluso una muy mayor entrega física: la tarea del escritor, epítome del artesanado, también se industrializó. Al simplificarse la vieja ferretería engorrosa propia del oficio, las tecnologías digitales masificaron el acceso a la escritura. Hace veinte años una novela obligaba al autor a peregrinar por bibliotecas en busca de confirmación de un dato necesario o funcional para la ficción, y además a un fatigoso proceso de corte y pegatina manual, que no dejaba a los profesionales de otras áreas la chance de ejercer la escritura más que al nivel de los cuadernos privados o las autoediciones para repartir entre amigos. Mediante esta simplificación, una enorme masa de lectores accedió a la posibilidad de expresarse, componer una obra propia y editarla mediante el *print-on-demand*, una vez que ya no le baste con colgar sus capítulos en la red.

Al conocerse el penúltimo libro ganador del premio novela de *Clarín*, supimos que su autora, Raquel Robles, no se piensa escritora: se dedica a niños en riesgo y dirige el Instituto de Menores San Martín, que aloja a chicos de 13 a 15 años. Raquel orienta dos proyectos para chicos privados de su libertad, “El poder de la imaginación” y “A la salida”, vinculados a talleres literarios y narración oral. Al mismo tiempo, Robles desatiende explícitamente cualquier referencia a una tradición literaria —ya sea universal, clásica o bien nacional. Es sincera al situarse por fuera de ella. Ese desdén hacia la institución literaria, en el que resuenan notas autodiminutivas pero también desdeñosas, corre en paralelo con la inmunización publicitaria y el desprestigio de los medios gráficos a pesar de que su emergencia procede de la institución periodística; lo que se opone a la antigua pasividad del consumidor de libros, alambrado por la tradición y la influencia de sus mediaciones consagratorias, llámese diario, publicidad o academia, se traduce ahora en el flujo expresivo (Twitter, Facebook) y en la oportunidad.

¿Con qué se alimenta el escritor amateur? Participando del *stream*.

Esto nos lleva a una pregunta que sigue siendo clásica: ¿cómo aprende más un escritor, leyendo o escribiendo? Y a varias constataciones al menos perturbadoras: la crítica declina su capacidad de atribuir valor, cuando las nuevas escrituras aún le reclaman que se pronuncie. En este momento, el soporte mismo del papel se presenta como consagración y prueba de valor. De manera explícita, el papel es igual a canon y, por ende, el escritor amateur se enfrenta de lleno con una paradoja, que no carece de un lado cínico: aspira a ser editado aún cuando percibe una farsa comercial en el sistema corporativo gráfico, el combo de editoriales y prensa.

“Un escritor de ficción es lo que es y también puede ser el resultado de la imposibilidad de llegar al canon del papel. Aquí estoy recorriendo editoriales con Escupir, mi novela digital que busca tapa y contratapa. Aquí estoy intentando pasar de lo gaseoso a lo sólido. ¿Y si sólo se trata de una crisis de soporte? ¿Y si después de todo el libro ya no sea más que una farsa?”, escribe Hernán Firpo en su primera novela. Editada originalmente en formato de folletín en el blog La lectora provisoria, en cuestión de unos pocos meses la comidilla le reportó un contrato con Mondadori. Atención, no fue solo el blog lo que le trajo la publicación sino éste en conjunción con su tarea de periodista y la recurrencia de su nombre en la contratapa de un suplemento de espectáculos. Y por cierto, no estamos ante un escritor amateur, como su autor sostiene. Numerosos autores jóvenes, sin embargo, reivindican ese encuadre –diría mejor, lo fingen, lo posan– aún cuando en rigor procedan de las aulas de Puán. ¿El escritor amateur es entonces un autor clandestino o en pose, o bien uno en tránsito al papel, en el umbral o preembarque digital?

En momentos en que algunos novelistas establecidos de ficción a menudo consiguen menos de un centenar de lectores para sus obras, es claro que a los bloggers no les basta con su pequeña comunidad de seguidores para sus camafeos autobiográficos, sus mensajes cifrados en clave de pornografía suave y su monomanía memorialista. Por las paradojas propias del valor, los seguidores de blog no son lo suficientemente anónimos para aquilatarlos como autores. La literatura siempre necesitó de esa pequeña masa crítica de lectores sin rostro. Un nuevo impresionismo literario y una hiperbrevedad tendiente al aforismo se levantan como género dominante al alcance de cualquiera con acceso a la red. El escritor que ya no era amateur cuando irrumpió la era digi-

tal, ¿debe también dar un salto o por el contrario, su salto ornamental consiste en quedarse en su sitio?

Kindle y más allá

Para concluir, quisiera retomar el comienzo; el caso Kindle y las licencias de lectura. Y contarles las últimas noticias de la Feria de Frankfurt. En la actualidad, los contratos entre las editoriales y el autor no solo contemplan los derechos para la distribución digital —y de paso, digamos que congelan y embargan una obra por el mismo precio—. Ya empieza a constar en ellos la eventual edición o inscripción en regiones de la distribución más allá de Kindle, en soportes aún no inventados, en el nuevo libro electrónico que presentará Apple, es decir, en el universo vasto de las economías futuras.

Algunos autores como Elfriede Jelinek han respondido a esta situación mediante el rechazo de la impresión en papel, se trate de un libro o un artículo periodístico, con el criterio de que es mejor ejercer la gratuidad directamente con el lector en lugar de cederla a las editoriales, que luego pueden arancelar la lectura: publica sus artículos y nuevos libros por capítulos en su página, de los cuales finalmente suelen editarse fragmentos glosados.

Los contratos dicen así:

El editor ejercitará los derechos de reproducción, distribución y venta de la obra en versiones electrónicas (entendiendo por tales aquellas que incluyan el todo o parte de la misma en forma sonora, visual y audiovisual, para su lectura junto con sonidos e imágenes, incluidas las versiones multimedia y las redes informáticas de comunicación), en cualquier Soporte Electrónico, en su más amplio sentido (óptico, magnético, magnético óptico o digital, tales como caset, CD, CD Rom, disquetes, redes, etc.) TANTO CONOCIDO COMO POR CONOCER Y DESARROLLAR. El autor acepta las variaciones que el editor deba introducir en la obra a efectos de adaptarla a dichos soportes.

En otras palabras, el autor expone su libro, el insumo primario de las editoriales, no solo a las licencias de lectura sin libro alguno, sin

objeto material, por así decir a su presencia ausente, sino también a una versión fragmentada en sílabas, twitteada.

Esto significa que, supongamos, si yo doy un libro a una editorial, un contrato me impedirá subirlo sin cargo a la red ni siquiera inventándome mi propio dispositivo de memoria, ya potencialmente contemplado en el contrato.

En la Feria: Hay consenso de que en 2018 se producirá el asalto del libro digital sobre el impreso y se admite que en los dos próximos años, un 25% de los ingresos de los editores provendrán de esa unidad de negocios cuando hoy su rentabilidad es inexistente. Sabemos, sin embargo, que no todas las economías futuribles se materializan.

Una de los temas sin acuerdo es el precio promedio del libro electrónico. Mientras un 25% de los editores, en su mayoría los europeos, están por una tarifa plana o un modelo de suscripción que permita acceso a toda la oferta, un 23% (anglolectores) prefiere imaginar micropagos o pagos por capítulos o parte del contenido. El lector podrá comprar una licencia parcial para saber si el libro le interesa o lo “atrapa”. Veremos una literatura dominada por el suspenso, o por las adicciones que generan las emociones fuertes, al estilo *gore*. Los libros que entregamos hoy a las editoriales ya contemplan esas desventuras. Ya figura, en los flamantes la continuidad del libro garantizada por su distribución en fragmentos para un guión audiovisual.