

307957

# Réplica editorial

A partir del contexto que nos da la evolución de la letra, desde que se hizo pictograma, sonido y signo, entramos a los mundos de ilusión que nos crean las palabras. Mundos cambiantes que se ponen en escena en los procesos editoriales para llegarle, vigorosos, al público ávido de lecturas novedosas, formativas y hasta ociosas. La producción en serie de objetos editoriales no se agota para el editor, al contrario, debe incentivar y convocar la participación de un grupo multidisciplinario capaz de hacer las cosas con esmero y curiosidad profesional. Es hora de que el diseño editorial sume en su saber productos cada vez más humanizados para beneficio de la cultura.

## A

### Definición de réplica

cción de replicar. Copia exacta de una obra de arte ejecutada por el mismo autor o supervisada por él. Repetición que da como resultado una copia de algo parecido al modelo real.

Replicar es divulgar, entregar, dar a conocer algo repetidas veces.

Cuando se replica, se construye una serie: "La serie no es sólo la reiteración modular de un elemento o circunstancia, es la capacidad de indagar sobre un estado hasta hallar la esencia del mismo en una insistencia que, cercana a la obsesión, encuentra en profundidad el factor explícito de lo que se quiere decir."<sup>1</sup> La serie hace la réplica.

Aquello que se refleja en la réplica, es decir la copia, es una apariencia de una realidad, es una ficción o una ilusión.

La réplica en la historia viene desde el poder de ilusionar; era un imago, es decir, una ilusión sustitutiva visual, un truco que tenía el dios griego Eikon (Icono) para llegarle a los demás y dominar la eternidad. Con este imago que luego se hizo imagen, se ha construido el mejor de los objetos de nuestra cultura: el libro, replicador.

<sup>1</sup>- Artículo "Agonía acuática", Luis Fernando Valencia, lecturas dominicales, El Tiempo, p5, 18 abr. 2004.

## Contexto

### El genoma del organismo vivo llamado libro.

La preservación de la técnica artesanal atravesada por la evolución tecnológica ha dado continuidad al uso de los caracteres alfabéticos y de la tipografía, “la divina arte negra”.

Cuando todo comenzó, llegamos mudos desde el plasma y reventamos al gruñido animal. Queríamos decir algo.

Después pasamos al trazo untado calcando nuestra sombra.

Hicimos pictogramas en las cavernas y más que huellas eran señales, magia invocada y representada.

Hicimos figuras proteicas (como el dios Proteo que cambia de forma) con el grafo azarosos hasta que nacieron los signos: surgieron el *Aleph* (que es el buey), al voltear ese símbolo

de cabeza de ganado con los cachos

hacia abajo, se hizo la A; *Beth* (que

es la casa) se convirtió en una B y

la C era *Gimel* (la joroba redonda

de un dromedario). Así empezó el

ABCdario de lo necesario: la comida

era la carne de buey (A), la vivienda

fue la casa (B) y el transporte era en

dromedario (C), y así otras necesi-

dades y otros objetos representados, es decir, vueltos a presentar; también

se hicieron signos y sonidos y se juntaron a otras grafías, y construyeron una

escritura: pretexto para cultivar la cultura del hombre.

El texto escrito es el registro del que cuenta algo.

La preservación de la técnica artesanal atravesada por la evolución tecnológica ha dado continuidad al uso de los caracteres alfabéticos y de la tipografía, “la divina arte negra”.

### La escritura: depositaria de la memoria.

Los hombres del imperio romano comenzaron a esculpir sus memorias con letras talladas con cinceles sobre lonjas de piedra, (trabajo de escultor), y en otro lado, los textos fueron grabados en madera engrasada, (trabajo de xilógrafo), hasta que los trazos de los amanuenses fueron atados en los pliegos de cordel, (libros tubulares y códices sagrados); las letras se punzaron en manuscritos de arcilla, salieron de los estiletes y de las plumas de ganso para escribiras refugiados detrás de algún *scriptorium*; los miniaturistas de la edad media dibujaron las capitulares con plumillas, puntas de plata y grafitos, y los iluminadores retocaron los dibujos de las vidas de los santos, hasta que Gutenberg explotó las matrices móviles, los dados de letras góticas... y dando saltos, el aparato evolucionó hasta volverse una prensa mecánica que aplaude los pliegos para hacer misceláneas gráficas.

### Cualquier texto es patrimonio de la cultura. Trazo del hombre.

También vino el método Palmer de raya afeminada, retorcida y pegada. La ágil taquigrafía para las secretarías dinámicas que transcribían lo dictado,

como si fueran grabadoras de la voz con garabatos sobre renglones amplios. Apareció Remington con las máquinas de escribir adaptando el teclado Qwerty, el dulce tic tac de la *chuzografía* y las marcas replicadas del papel carbón. Pasamos por el esténcil, la linotipia de plomo derretido y más técnicas inverosímiles, hasta que en los años 60 del siglo pasado inventaron la máquina de imanes que atrae y ordena el polvillo de tinta y la hornea, la replicante más rápida y moderna: la fotocopidora (a \$60 lxl, dice el cartel). Luego, surgió una generación de nuevos replicantes: las fotocomponedoras con positivos y negativos puliendo un poco el grado xerox de lectura, al que se puede acostumar el hombre por exceso de copiado, y que crea cambios profundos en la mirada humana, la que aprende desaprendiendo a leer las letras en fragmentos, carcomidas y llenas de ausencia. ¿Qué pensaría hoy de esta lectura imprecisa, Borrás<sup>2</sup>, el que dijo: “Leer es una forma posible de amar”? Luego, aparecieron repertorios distintos y una apertura a otros lenguajes. Ya las letras comenzaron a salir en hologramas fantasmagóricos, en diminutos puntos de luces en el cristal líquido, chispeó en el neón y en tubos de argón, hasta que llegó la Madona: la versatilidad digital comprensible por aquellos programas que componen en la pantalla y desde las interfaces de una matriz de puntos, la urdimbre y la trama del entorno HTML.

El texto es maleable. La buena lectura requiere lectores con sensibilidad, no amalgamas de textos para públicos en masa.

El texto es maleable. La buena lectura requiere lectores con sensibilidad, no amalgamas de textos para públicos en masa.

Antes, la fuente se fundía para el productor y ahora los argumentos comunicativos que arraigan una nueva forma estructural son lo hipertextual y lo analógico, que se muestran en un flujograma no lineal de lo comunicativo, en unas rutas de información para que el receptor navegue, es decir, escoja la vía que lo conduce a lo que quiere saber.

Las letras digitales (hechas de píxeles), son fuentes que navegan en el fluido virtual; ellas se dejan trasladar y modificar desde la red hasta un e-book, se dejan usar en una página web, en una edición en línea, se digitan en un computador de bolsillo, se vuelven un correo electrónico, un beeper, un mensaje análogo, una voz sintetizada; se configuran y desconfiguran con la tinta electrónica, flotan en el virtualismo donde la técnica es tan perfecta que se hace invisible, interactúan en la matrix...

2. Artículo “Pretextos para el goce”, Manuel Borrás, p13, revista Archipiélago, cuadernos de crítica de la cultura, #51/2002, jun-jul, Barcelona, Esp.



### Y no todo está en los libros.

El juego básico de 97 caracteres gráficos diferentes (en un teclado estándar del sistema Qwerty -de 48 piezas de un pc-) sumando el alfabeto con mayúsculas y minúsculas, signos de puntuación y ligaduras, permite componer cualquier texto con originalidad e ingenio, atrevimiento y audacia, talento (si se lleva consigo) y belleza.

Ahora, los buscadores (programas que con fácil acceso a algoritmos, palos y bolas que dan lecturas múltiples a bases indexadas y tesauros) encuentran y cuentan automáticamente lo que se desee rastrear en el universo caótico de las palabras; antes significaba mayor gasto de tiempo, energía, habilidades manuales y mecánicas de concordancia. Hoy, con un clic se hace un buceo por las raíces del hipertexto conector, y se llega, si se logra, a la información de una búsqueda o nos atrapa un link o una derivada.

No podemos olvidar que la materia prima de cualquier sistema de réplica, sea libro impreso o digital, es el saber, el quehacer y la expresión de los autores, que nunca se acaban, evolucionan.

No podemos olvidar que la materia prima de cualquier sistema de réplica, sea libro impreso o digital, es el **saber**, el **quehacer** y la **expresión** de los autores, que nunca se acaban, evolucionan.

## Características de la réplica

- + La réplica se sitúa como soporte mediador entre el emisor y el receptor. Es, por lo tanto, una interfaz (puente o intérprete) de la comunicación.
- + Algo se vuelve *imago* cuando, desde los imaginarios, la réplica se hace metáfora, estimula la imaginación, tiene magia y su vehículo es el texto-visual de la imagen.
- + La réplica se las da de original. Algunas réplicas sólo quedan en remedos.
- + La réplica nos mueve en los tiempos y en los lugares.
- + El doble comparte y reparte.
- + El texto que se copia sale para cualquier lado, se mueve, de pronto se vuelve a copiar y son muchos textos en muchos ojos leyéndolos. La copia es pretexto de universalidad.
- + La réplica se duplica, triplica, multiplica... se hace serie.
- + Los textos son ojos de tinta o de luz que nos miran a los ojos.
- + Los textos nos hablan desde cualquier lado, desde una hoja, una pantalla.
- + El poder de replicar está al alcance de todos.

## ¿Quién es autor?

Según las Normas Vancouver, todas las personas que figuren como autores de obras editoriales habrán de cumplir con ciertos requisitos para recibir tal denominación<sup>3</sup>. Cada autor deberá participar en grado suficiente para asumir la responsabilidad pública del contenido del trabajo.

Uno o varios autores deberán responsabilizarse o encargarse de la totalidad del trabajo, desde el inicio hasta que el artículo haya sido editado y publicado. Para conceder a alguien el crédito de autor, hay que basarse únicamente en su contribución esencial en lo que se refiere a:

- 1) La concepción y el diseño del estudio o expresión, o recolección de los datos, o el análisis y la interpretación de los mismos.

3. Normativa bibliográfica Vancouver. Adaptación, 1995.

- 2) La redacción del artículo o la revisión crítica de una parte sustancial de su contenido intelectual.
- 3) La aprobación final de la versión que será publicada.
- 4) Los requisitos 1, 2 y 3 tendrán que cumplirse simultáneamente. La participación exclusivamente en la obtención de fondos, o en la recolección de datos, o la supervisión general del grupo de investigación no justifica la autoría.
- 5) El orden de los créditos que se publican de los autores dependerá de la decisión que, de forma conjunta, adopten los coautores. Por jerarquía en sus cargos o en orden alfabético de la letra con la que comienza su primer apellido.
- 6) Las personas que hayan colaborado en la preparación del original, pero cuyas contribuciones no justifiquen su acreditación como autores, podrán ser citadas con la denominación de investigadores auxiliares o investigadores participantes, y su función o tipo de contribución debería especificarse, por ejemplo: asesor científico, revisor crítico, evaluador temático, recolector de datos o participación en el ensayo, etc.
- 7) En todo caso, siempre se debe respetar el crédito de autoría, es decir, la propiedad moral e intelectual sobre el texto que se publica.

### Modalidades de réplica editorial.

La réplica de un texto en los sistemas editoriales toma distintas estrategias y rutas de elaboración, de difusión y de mercadeo; estos son algunos tipos de edición:

- Edición comercial: la que produce grandes tirajes para grandes superficies, best sellers, long sellers, libros de bolsillo, comida rápida. Trabaja con la inmediatez y el impacto.
- Edición de productos masivos enganchados a las *mass medias*: que publican y se publicitan como difusores de la verdad común.
- Ediciones independientes: que dependen del hilo que el poder quiere manipular.
- Ediciones o editoriales dependientes de alguna institución o grupo empresarial: que suma tareas de información, publicidad, archivo, legalidad, retoque, labores para el prestigio docente y hasta mercantil.
- Edición de libros a la carta: trabajan por encargo.
- Edición de autoservicio: el lema es “nosotros para nosotros”, para autores vanidosos.
- Servicios de publicaciones e impresiones: venden papel entintado.
- Autoedición: estimula el *bricolage*, hágalo usted mismo.
- Ediciones experimentales: explora nuevas vetas.
- Empresas mixtas: de todo un poco, con ensalada.
- Ediciones subvencionadas: los virreinos no se han acabado.
- Ediciones artísticas: el arte de hacer libros a mano.
- Ediciones prosaicas: aunque ese impreso sea lo que sea y salga como sea.
- Ediciones piratas. La copia ilegal.
- Ediciones digitales: la revolución técnica desde el garaje.
- Ediciones virtuales: como para creerles.
- Y otras llamadas editoriales por los que no saben qué es una editorial.

## Espinazo de un replicador

- + Una editorial es la cantera de donde salen textos sólidos para darle visibilidad y boca a un grupo de autores. Una universidad o entidad que no publica es muda.
- + El que edita capta lo latente, lo intangible y lo hace posible.
- + Ser editor no es ser el aduanero ideológico, ni el hombre-anaquel de papeles untados de tinta. Es el que planea y pone dinámica a los capitales humanos, a los escenarios, en los tiempos por venir, con técnicas y recursos económicos para indagar, convocar, seleccionar, diseñar, imprimir, distribuir, divulgar y mercadear.
- + Editar es una labor arriesgada, con compromiso, de capital social oscilante en la cultura.
- + Editar es crear símbolos que estimulen intelectual y estéticamente.
- + Una buena editorial crea espacios para la formación y la valoración de potenciales lectores en una cadena de actos que no se pueden desligar: crear, producir y transmitir cultura -definida ésta como un caldo de cultivo, un proceso dinámico. Por eso, la aventura editorial es una forma de la pedagogía, una suerte de arte de la exploración y la seducción estética que tiene implícita la mística y la fascinación por la gráfica.
- + ¿Qué hace un editor? Debe tener los ojos abiertos, buen olfato y tacto y saber oír. Además, toma decisiones sobre los libros que se han de publicar, se preocupa por los derechos intelectuales, morales y patrimoniales de las obras y por configurar un producto cultural tangible, un facto llamado publicación, esto es, un producto que preserva la memoria y extiende al hombre, lo cautiva con sus imagos y lo seduce para crear más.
- + Un editor es el partero que da a luz las publicaciones apetecibles, jugosas, tentado por intereses, a veces, inciertos o frágiles. Para editar hay que tener sosiego, saber esperar, hay que ser entusiasta, soñar y desear lo soñado, saber elegir, gozar con la entrega.
- + El libro es un pretexto para poner a gozar los sentidos del tacto, el olfato, la vista. La publicación es un refugio lleno de contenidos.
- + El libro es un objeto más allá del papel: es literario, cultural, académico, al servicio de lo corporativo, es temático, sirve para compartir el ocio necesario, para aprender y gozar, para crecer y evolucionar.
- + Estimula la diferenciación y diversidad de los talentos.
- + Rentabiliza un proyecto cultural y académico.
- + Busca la autodefinition con autorregulación.
- + Capta talentos, pone a trabajar y hace promoción.
- + Con buena voluntad, ánimo y decisión sueña que lo impreso salga mejor.

La aventura **editorial** es una forma de la pedagogía, una suerte de arte de la exploración y la seducción estética que tiene implícita la mística y la fascinación por la **gráfica**.

## La empresa mediática de hoy cambia su visión

### Cuando se replica, ¿hay buenas intenciones de masificación?

La réplica editorial es cosa indomable, irreversible, adivinatoria, azarosa y finalizada porque pasa del monopolio y control individual a la propaga-

ción de copias, para que el dominio del lector haga con el texto lo que le dé su real gana, hasta leerlo... si quiere.

### ¿Qué hacer con la repulsa por lo deforme?

Como lo dice Manuel Borrás en "Pretexto para el goce"<sup>4</sup>, la tiranía del mal gusto no triunfa: "si se aplica un gusto formado capaz de seleccionar, discernir y favorecer valores... si frena la tendencia a la reproducción en masa, a las imitaciones vulgares y baratas, al conformismo, a la inflexibilidad... deformada, oscurecida y arrumbada al anonimato y a la confusión rampante entre calidad y cantidad". Y dice para completar: "vivimos en una era en que los desperdicios exceden en mucho a los contenedores".

La inspiración para crear no es patrimonio exclusivo de los poetas místicos.

### ¿Qué es un libro eficaz?

Es el que con los nuevos parámetros que establece un editor, hace que el lector emprenda sus propias búsquedas.

4- Artículo "Pretextos para el goce", Manuel Borrás, p13, revista Archipiélago, cuadernos de crítica de la cultura, #51/2002, jun-jul, Barcelona, Esp.

### ¿Lo publicado pretende ser siempre parte de la opinión pública?

Editar (replicar) es un proceso complejo de adecuación de determinados textos privados a su formato de presentación pública. El oficio de escribir es solitario y esos contenidos se valoran para una selección con criterio y para que lo material cargue con la comunicación, y ésta, a la vez, sea transformadora de valores. Este es el capital simbólico del proceso de replicar en una editorial, darle visibilidad creíble a una expresión, a un saber; darle legibilidad y legitimidad a una voz en un texto. Publicar es compartir.

### ¿Para dónde van las editoriales?

- Buscan, más que publicar, ser leídos.
- Deben encauzar una estrategia de crecimiento y posicionamiento (académico, de mercadeo, de segmentación de lectores, con herramientas y valores objetivos de calidad).
- Desean otorgar valores de cambio o giros al libro: para hacer sumar sentidos y producir transformaciones.
- Se proponen tener impacto social y aportar en la construcción de la cultura.
- Desean dar identidad física, espacial y de marca a una razón social, identificando claramente el sello editorial con unidad de criterios en contenido y forma.
- Pretenden difundir lo que piensan y hacen los autores.
- Quieren conocer las limitaciones para actuar con cautela, para crecer y evolucionar.
- Quieren crear un producto cultural, no una mercancía rápida y digerible.
- Se proponen entrecruzar la memoria y la creación gráfico-verbal, de modo que los contenidos que se publiquen se sitúen a la altura de este tiempo y satisfagan las necesidades y el estado de la conciencia del público.

- + Buscan dar rienda suelta a lo nuevo y establecer un plan de publicaciones y reimpresiones.
- + Quieren dar continuidad a la imaginación en el complejo mundo editorial.
- + Desarrollan estrategias para explorar líneas, horizontes nuevos y convergencias.
- + A través de la vigilancia constante, pretenden reducir los siguientes riesgos y amenazas:
  - 1-el monopolio devorador,
  - 2-valorar más la cantidad que la calidad de sus productos y servicios,
  - 3-por presión de tiempos y bajos presupuestos, replicar materiales que no satisfagan las necesidades del lector,
  - 4-la uniformidad cultural,
  - 5-falta de apertura estética de las nuevas propuestas,
  - 6-la vanidad de los autores,
  - 7-la imposición de ideas innecesarias por el prestigio o el poder,
  - 8-valorar el resultado del trabajo editorial por números o cifras, como cantidades de títulos publicados, total de los tirajes por año o los datos de inventarios.

## Propuestas

Propongo mover el esquema: que los asuntos editoriales sean un laboratorio de autores y lectores fieles y creativos, atentos y prudentes. Una nación de bibliófilos con una editorial que se vuelva zona franca de pensamientos y actos para replicar. Abrir un espacio a estudiantes y docentes para la interlocución de lenguajes, puntos de vista, estéticas, ideas, con los procesos que se trabaja en un laboratorio, buscando la trascendencia de un material que, por su calidad, debe trasladarse de la universidad a la cultura:

- + Con diferenciación.
- + Con estimulación.
- + Con interacción entre buenos gestores.
- + Con una relación adecuada y estable con los autores.
- + Para ser funcional y razonable.

Las editoriales se transforman como la materia, no mueren. Se diversifican. Se debe trabajar de forma consciente y con calidad para que lo nuestro pueda ser calificado como una empresa creativa y absolutamente necesaria en la formación de una cultura que pretende y sueña ser cada vez más auténtica.

## Colofón

Como editor, algún día publicaré estos libros:

- + Manual del buen lector.
- + La Colección Inquietante.
- + Los Biengrafistas.
- + La colección pedagógica no obligada.
- + La línea editorial: Leer es un placer.

Artículo "Agonía acuática", Luis Fernando Valencia, lecturas dominicales, El Tiempo, p5, 18 abr. 2004

Artículo "Pretextos para el goce", Manuel Borrás, revista Archipiélago, cuadernos de crítica de la cultura, #51/2002, jun-jul, Barcelona, Esp.

Normativa bibliográfica Vancouver. Adaptación, 1995.