

Hablar de texto digital no suscita la misma reacción que hablar de música digital, o de vídeo digital. El adjetivo digital enseguida nos entusiasma cuando lo asociamos a la música, por ejemplo cuando pensamos en un acceso libre a través de programas de descarga. Un libro digital nos suena raro, incluso negativo; en cambio el vídeo digital nos apasiona porque nos permite crear una película de nuestra vida, imitar al arte que más nos fascina en estos años: el cine. Y la música digital en nuestro reproductor de mp3, alegrándonos la vida camino del trabajo o mientras estudiamos. Y el CD que nos pasa un colega con la discografía entera de Joaquín Sabina.

Pero si me pasan un CD con las grandes obras de la literatura universal, con Oscar Wilde y Shakespeare, con Byron y con Stevenson, con Kafka, Lorca, Bécquer, Machado, Cervantes... Este CD me causa poco menos que indiferencia, y no es para nada romántico: cuánto más prefiero un solo libro, y el olor a papel, y a ser posible dedicado por esa chica del mismo trabajo al que llegamos felices escuchando a Sabina en el reproductor de mp3.

Algo, pues, diferente sucede en el caso del texto digital. Y no es raro. Hace ya más de 400 años que los libros andan entre nosotros, pero apenas hace 30 que los CDs han ocupado nuestras casas. La gente joven apenas ha comprado en su vida un CD que no sea virgen. Utilizando el lenguaje de Benjamin, el libro es todavía una obra de arte rodeada por algún aura especial, un aura que hace del libro un objeto sujeto a un espacio y un tiempo muy específicos, incapaz de reproducirse digitalmente y conservar los atributos que hacen que merezca la pena.

Pero no es este un discurso sentimental. Nada tiene que ver el sentimiento con el amor a los libros o a la música en mp3: es una cuestión puramente tecnológica. La tecnología del libro “analógico” es superior a la del libro “digital” para leer novelas. La tecnología mp3+Internet es superior al CD para escuchar y acceder a la música.

La tecnología del libro analógico es superior a dos niveles. Primero, desde una visión tecnológicamente determinista: funciona en cualquier lugar y sin recargar las baterías, es sencillísimo anotar cosas al margen y pasar las páginas adelante y atrás. Es muy fácil prestarlo, y todo el mundo lo entiende a la primera. No ataca a la vista, y la tipografía está perfectamente definida. No hay píxeles, no se cuelga, no se borra por accidente.

Segundo, desde una visión de determinismo social o de social constructivismo. La tecnología del libro analógico está totalmente integrada en nuestra sociedad, tanto que ya no creemos que se trata de una tecnología. Como dice Manuel Castells, tecnología y sociedad son lo mismo, y por lo tanto es estúpido preguntarse por cuál domina sobre la otra. Cada Sábado, los suplementos literarios recomiendan libros, en cada ciudad hay una o varias librerías donde venden libros, hasta los kioscos nos venden libros en cada esquina. Nuestros amigos nos regalan libros, o nos los prestan entusiasmados, sabiendo que nos entregan un pedazo de felicidad, de ficción, de evasión. Pero un CD cargado de textos digitales, no evade.

¿Cuál es el propósito, pues, de reflexionar sobre algo como “texto digital”? Para que esforzarnos en desarrollarlo, si nada promete que no tengamos ya. Existen varias motivaciones, de las cuales listo algunas:

- el texto digital desenmascara el aura artificial alrededor de la cuál hemos construido el mito del libro
- el texto digital puede permitirnos una apreciación y disfrute superior del libro analógico
- el texto digital no es sólo libros digitales: existen muchos textos analógicos que no son libros, y que una vez digitales pueden ser superiores

La primera motivación se traduce en movimientos como la crítica literaria postmoderna o el hipertexto. Los postmodernos nos dijeron, por ejemplo, que una novela no es nada en sí, sino tan sólo el fruto de una tecnología determinada, y los posteriores comportamientos sociales que se derivan de su implementación y uso. Por ejemplo, podemos sostener que la extensión de una novela no es algo natural, sino la consecuencia de una tecnología, el libro analógico, que funciona óptimamente en el rango de 200 a 600 páginas. Otro ejemplo serían las teorías postmodernas feministas que afirmaron que la tecnología del libro, como la mayoría de tecnologías, está en manos del capital, y el capital ha sido siempre machista, y por eso ha habido tan pocas novelistas.

La postmodernidad le debe mucho a la ciencia. Cuando las humanidades se dan cuenta que la ciencia y la tecnología han matado a Dios tan fácilmente, y con tanta brillantez, y de manera tan rentable para los científicos y los tecnólogos, que pasan a dominar el mundo, en seguida se apresuran a aplicarse las metodologías de la ciencia en busca de un nuevo Dios.

Nacen así disciplinas como la teoría de la literatura, que a través del estructuralismo pretende encontrar la estructura de lo más parecido a los sentimientos: la estructura de una obra literaria. Nace el relativismo cultural, que afirma que a falta de un Dios, de un lenguaje privilegiado, todo es arte: un lavabo en un museo, una espiral de palabras en lugar del poema, un conjunto de links sobre el mapa de una casa. La influencia del pensamiento tecnocientífico sobre la literatura ha tenido dos efectos: el “todo vale porque nada vale” o el “todo vale si utilizo nuevas técnicas, porque entonces progreso”.

La idea de progreso es algo peligroso en el arte, porque si el arte se refiere principalmente a la intimidad, a las sensaciones que parten de dentro, entonces si el arte progresa nuestra manera de sentir, nuestra intimidad, también progresan. Y esto es tan difícil de aceptar, o tan “antinatural”, como leer un libro digital con un portátil, estirados en el sofá, las baterías calentándonos las piernas, y el puntero del ratón haciendo clic en este link y en este otro link, y espera que la página se carga y ahí tenemos veinte links más para escoger.

A mí la literatura hipertextual me divierte, no tengo nada en contra. Propone reflexiones tan válidas como cualquier libro, incluso experiencias superiores. Nos permite cuestionarnos el sentido mismo de la escritura, y sólo por este motivo ya merece la pena.

Pienso, por ejemplo, en un famoso hipertexto, que se presenta en forma de video digital. Se nos cuenta la historia, la película, de una mujer que rompe aguas repentinamente, y la recoge un taxi, junto a su marido, y la transporta al hospital. Pero no vemos ningún coche, ninguna calle, ningún edificio. En su lugar, todo son palabras: el taxi es la palabra “taxi” que va moviéndose por avenidas que en realidad son la palabra avenida alargada indefinidamente, junto a otros coches representados por la palabra “coche” en distintas tipografías.

Este hipertexto nos sugiere una reflexión sobre la constitución misma de la realidad: ¿existen objetos independientemente de nuestro lenguaje, o sólo existe el lenguaje, y por lo tanto, las palabras? El autor parece inclinarse por que sólo existe lo que nosotros nombramos, es decir, las palabras, es decir, el relativismo del que antes hablábamos. Es obvio que sin tecnologías digitales no podría construirse un “video-texto” como este. Es una reflexión, una propuesta construida a base de texto digital, imposible de recrear en el mundo analógico.

Pero no es una cuestión puramente tecnológica. El escritor de hipertextos no es el escritor de novelas. Sus recursos, y por lo tanto su obra, son muy diferentes. Por ejemplo, la creación de hipertextos es siempre colectiva. Necesita de un ordenador y de un software, fruto del trabajo de muchas personas: programadores, diseñadores, ingenieros,... Necesita también de diseñadores y programadores que acompañen al “artista” durante su proceso creativo. Por lo tanto, el artista son varias personas en el caso de la literatura hipertextual. El aura de Benjamin, se diluye entre varios autores... Además, obras como esta las podemos disfrutar colectivamente, están incluso pensadas para el consumo colectivo, y son infinitamente reproducibles a coste casi cero.

La tecnología aislada, pues, no explica la totalidad de la literatura hipertextual. Una visión tecnológicamente determinista es por lo tanto limitada. La literatura hipertextual tiene su propia construcción social, y no tiene por qué coincidir con el despliegue social de la literatura “analógica”. Son construcciones sociales diferentes de tecnologías diferentes, y aunque su objetivo sea el mismo (crear arte con palabras) los resultados son totalmente diferentes, tanto en el producto en sí como en su público o momento de consumo.

Aquellos que ven un conflicto entre la literatura analógica y la digital, aquellos que quieren ver una competición entre ambas, padecen de determinismo tecnológico agudo, es decir, de ceguera. Adoptando una visión más constructivista de la tecnología, dicho conflicto no existe, y dicha competencia resulta ridícula, además de una pérdida de tiempo. El constructivismo, pues, nos sirve para detectar las raíces de un problema que no tiene razón de ser. La teoría, a veces, sirve de algo para iluminar sobre algún aspecto concreto de la realidad.

El debate alrededor de la literatura hipertextual, por lo tanto, no debe centrarse en si la literatura digital es una tecnología superior a la literatura analógica. Puede compararlas, puede buscar analogías, pero no tiene sentido preguntarse si es superior. ¿Acaso tiene sentido preguntarse si el cine es esencialmente mejor que la fotografía? Quizás nos gusta

más el cine, pero no porque se trate de una tecnología superior capaz de enviar a nuestras retinas 30 fotografías por segundo. Quizás juzgamos superior la experiencia del cine, es decir, la implementación de la tecnología del cine, pero nunca la tecnología aislada es motivo suficiente.

El debate alrededor de la literatura hipertextual, si acaso, podrá centrarse en definirse como arte, como experiencia cultural y sentimental, como manifestación del pensamiento humano. ¿Qué podemos expresar mediante hipertexto? ¿Porqué utilizar el hipertexto y no otra técnica? ¿Cuándo es más adecuado optar por el hipertexto? ¿De qué vive el autor de hipertextos? ¿Qué tipo de conocimiento o sentimiento transmite mejor un hipertexto?

Entonces, quizás, comencemos a responder a la segunda motivación del estudio del texto digital. Recordemos las tres motivaciones principales para reflexionar sobre texto digital:

- el texto digital desenmascara el aura artificial alrededor de la cuál hemos construido el mito del libro
- el texto digital puede permitirnos una apreciación y disfrute superior del libro analógico
- el texto digital no es sólo libros digitales: existen muchos textos analógicos que no son libros, y que una vez digitales pueden ser superiores

A la primera ya le hemos dado forma. La segunda es darse cuenta, por ejemplo, que Internet es un hipertexto, el más grande de todos, y que por supuesto supone un avance muy grande para el libro digital. Hoy en día, gracias a Internet, cualquier libro publicado lo podemos tener en nuestras casas en menos de una semana. Y en formato totalmente analógico, en libro de los de siempre. Amazon.com fue la pionera, y sigue siendo la mejor librería electrónica del mundo, la mejor librería a secas, incluso.

Amazon.com introdujo, entre muchas otras cosas, el concepto “Buscar dentro del libro”, que tan bien se explica en el artículo de Wired “The Great Library of Amazonia”. En las librerías de tecnología analógica, estábamos acostumbrados a buscar por título, por autor. Cuando nacieron las librerías digitales, planteamos otra vez la cuestión de que eran una tecnología superior: nos permitían buscar por título y por autor mucho más rápido. Este es el peligro del determinismo tecnológico: puede hacernos ciegos a las posibilidades reales de una nueva tecnología, porque la planteamos simplemente como un avance respecto a la tecnología anterior.

Sin embargo, si nos cuestionamos el comportamiento humano que se deriva del uso de una tecnología como el libro analógico, entonces quizás “avancemos”. Por ejemplo, podemos darnos cuenta que buscar por título y por autor responde simplemente a que es lo único que podemos ver en el lomo al buscar entre varios libros analógicos colocados en fila en una estantería: una cuestión puramente tecnológica. Pero con la tecnología digital, no vemos nada pero podemos verlo todo. Podemos buscar por todo el libro, incluyendo su contenido, y podemos hacerlo sobre millones de libros a la vez, y al instante.

Entonces surgen cosas como el invento de Amazon de buscar dentro de los libros, que finalmente ha llevado a la práctica el incombustible Google con su Google Books. Google Books todavía es un proyecto en su infancia, va a crecer muchísimo. Pero su versión actual es ya apasionante.

Buscar dentro de un libro es algo sólo posible gracias a la tecnología digital, y ayuda mucho al libro analógico. A través de Google Books, cuando me interese un tema, encontraré muchísimos libros imposibles de encontrar en una librería, tanto por razones de espacio como de tiempo. Google Books es una manera fascinante de explorar la literatura desde la materia misma de la literatura: las páginas de las novelas, los poemas, los diálogos de una obra de teatro, las escenas de una autobiografía, las palabras indiscretas de una entrevista. Imaginad que pudiéramos buscar canciones por las letras de las canciones, o por una combinación de notas determinada: quiero todas las canciones con el nombre “Ana”, o todas las canciones con una progresión de acordes Do-La-Sol. O que pudiéramos buscar todas las películas en donde sale la avenida de Broadway de Nueva York, o el Paseo de Gracia de Barcelona, o una playa con tan sólo dos personas.

Google Books es una manera fascinante de explorar libros que ojalá tuviéramos también para la música o el cine (lo más parecido a esto último es GoogleVideo y YouTube). La información digital no transforma la información misma, sino que transforma la manera de buscar y encontrar la información. La información digital, y en particular el texto digital, transforma la manera de relacionar la información. Estar en contra del texto digital, por lo tanto, también significa estar en contra de una manera apasionante de relacionar información. El texto digital permite relacionar, conectar nuestra voluntad de escuchar una canción de Andrés Calamaro con el ordenador que contiene esa canción y a continuación escucharla en nuestro portátil. De nuevo, la cuestión no es confrontar a dos tecnologías para ver cuál es esencialmente superior, si no en encontrar el ámbito de implementación de cada una.

La tercera motivación para reflexionar en torno al texto digital era:

- el texto digital no es sólo libros digitales: existen muchos textos analógicos que no son libros, y que una vez digitales pueden ser superiores

Y esto es obvio en casos como los artículos de investigación. No tiene sentido seguir imprimiendo journals de investigación cuando es mucho más eficiente buscarlos y descargarlos en formato digital, y si acaso imprimirlos. O en el caso de una enciclopedia: cuánto más fácil y cómodo es consultarla en DVD, o directamente en Internet.

Pero el tema puede ser bastante más revolucionario, como en el caso de Wikipedia, una enciclopedia online construida por los propios usuarios de Internet. Wikipedia es una nueva forma de aglutinar y diseminar el conocimiento. Una nueva forma con una organización totalmente distinta a la manera usual de fabricar un producto. Gracias al texto digital, la producción colectiva de conocimiento es posible.

Wikipedia no es sólo una enciclopedia online, sino una manera totalmente diferente de concebir la producción de conocimiento a través de la comunicación y la participación colectiva. Los usuarios proponen nuevos artículos para la enciclopedia, y empiezan a escribirlos ellos mismos. Cualquier usuario puede modificar o ampliar cualquiera de los artículos, de modo que poco a poco cada uno de los artículos va mejorándose. Por supuesto, a menudo surgen discrepancias entre dos autores de un mismo artículo: si no se ponen de acuerdo, se deja el artículo “en pausa”, junto a un link que dirige a una página en donde se expone la polémica entorno a dicho artículo.

Wikipedia es una aplicación práctica de lo que se conoce como “Wiki”. Un wiki es un sistema de publicación colectiva, en el que cada página está sujeta de ser revisada. Muchas empresas utilizan los wikis para acumular conocimiento sobre sus productos y sus metodologías: el conocimiento de los empleados se va “cosificando” en el wiki, de modo que pueda ser aprovechado o ampliado por otros empleados en otra ocasión. Como en el caso de la literatura hipertextual, el wiki es un fenómeno sólo posible gracias al texto digital; no hay manera de reproducirlo en un contexto analógico.

Otras iniciativas interesantes en torno al concepto de wiki son “Wiki Books”, de la misma wikipedia, o “Wiki Learning”, una comunidad de recursos formativos. En Wiki Books, un usuario plantea un libro sobre algún tema, y empieza escribiendo su índice. Se espera que los usuarios vayan ampliando o modificando ese índice, y que vayan rellenándolo con contenidos. A la larga, pues, se obtiene un libro creado por varias personas interesadas en el tema, y por ende, es de suponer, entendidas en el mismo. Wiki Learning es parecido, pero en vez de producir libros, produce cursos de formación y tutoriales sobre las temáticas más diversas. Se trata de una comunidad en donde aprender y en donde enseñar.

Recapitulando, hemos analizado algunas de las motivaciones que nos impulsan a reflexionar sobre el texto digital, a saber:

- el texto digital desenmascara el aura artificial alrededor de la cuál hemos construido el mito del libro – hemos visto el ejemplo del hipertexto o la crítica literaria postmoderna
- el texto digital puede permitirnos una apreciación y disfrute superior del libro analógico – hemos visto el ejemplo de Amazon o de Google Books
- el texto digital no es sólo libros digitales: existen muchos textos analógicos que no son libros, y que una vez digitales pueden ser superiores – hemos visto el ejemplo de los journals electrónicos, de Wikipedia y de los wikis en general

Hemos analizado el fenómeno del texto digital desde un discurso reflexivo y cualitativo, centrado básicamente en la construcción social de lo digital, y su analogía constante con el texto analógico. El texto electrónico es en esencia un lenguaje nuevo, y como tal va construyendo poco a poco su identidad, buscando caminos expresivos que a veces lo

alejan del libro tradicional, y otras veces lo complementan permitiéndonos explotarlo de maneras totalmente nuevas e imposibles sin lo digital.

Podríamos haber empezado también desde una perspectiva más formal, una perspectiva que analice los cuatro aspectos alrededor del cuál se puede analizar el rol del texto digital:

- creación
 - acto creativo: procesador de texto
 - hipertexto
 - colaboración: wiki, blog
 - multimedia: hipertexto, audiolibros, videotexto, the cave
- producción
 - organización en torno a estándares: XML / E-book
 - organización colectiva: wiki
- distribución
 - Amazon
 - Google Books
 - Lulu.com: publicación “on demand”
 - Proyecto Gutenberg / Biblioteca Cervantes
 - Libre: weblog // e-book libres // wikis, etc.
- consumo
 - participativo: weblog / wiki
 - relacional / asociativo: Google Books / Amazon
 - minoritario: long tail

A partir de estos cuatro conceptos es posible construir un mapa del universo del texto digital, abarcando la mayoría de sus manifestaciones teóricas y, sobre todo, prácticas.

Creación digital

En el terreno de la creación, hemos visto ya las posibilidades interpretativas del lenguaje que abren nuevos géneros como el hipertexto. El texto digital puede considerarse como un nuevo lenguaje, y por lo tanto, es natural que desarrolle sus propios géneros y recursos comunicativos.

Así mismo, el texto digital tiene como medio natural Internet. Y ya hemos ido viendo que Internet es un espacio idóneo para la colaboración: la autoría en Internet nunca es individual, puesto que se trata de una red, y por definición una red crea, existe conectando piezas de información y conocimiento. Así pues, no debe sorprendernos que el texto digital permita la creación colectiva de información, puesto que habita en un medio, Internet, que simultáneamente multiplica la información y la comunicación. Surgen así experimentos como Wikipedia, en donde el concepto de autoría, de creación,

deja de ser individual; es más, deja de tener importancia. Lo importante no es quién crea, sino terminar creando algo.

En Wikipedia este concepto de colaboración funciona a la perfección, y también en Wiki Books, cuando los libros nos hablan de un tema objetivo y concreto. En el campo de la creación literaria, sin embargo, la colaboración continúa siendo extraña, y así como los wikis se multiplican, no hemos visto algo parecido en el ámbito de la novela escrita a varias manos, por ejemplo.

Otro fenómeno relativamente reciente, y relacionado con aspectos creativos, son las páginas web denominadas weblog. Un weblog, bitácora en castellano, es una página extremadamente sencilla, en donde los contenidos se ordenan cronológicamente. El escritor escribe una entrada de manera tan sencilla como si fuera un email, y esta entrada queda inmediatamente publicada en la web, asociada a la fecha y hora de escritura. Si el escritor publica otro texto más tarde, este aparecerá en primer lugar, antes que el anteriormente publicado.

La sencillez de uso de las bitácoras, y las ganas de la gente de contribuir a Internet (y no sólo consumir) han provocado que millones de internautas mantengan sus propias bitácoras, dedicadas a los más diversos temas. Podríamos clasificar las bitácoras en seis grandes grupos:

- personales
- literarias
- periodísticas
- investigación colectiva
- comerciales
- empresariales

Las **bitácoras personales** son aquellas que la gente mantiene para explicar sucesos de su vida sin otra voluntad más que hacerlos públicos. Son una extensión, una mejora, del email para comunicarnos con todos nuestros conocidos a la vez. A nivel de creación, responden a la necesidad de comunicar y de fijar en un espacio y tiempo específicos determinados sucesos de nuestra vida cotidiana. A nivel de consumo, responden a la curiosidad del ser humano por las vidas ajenas, y por supuesto también al afecto y la voluntad de conocer qué les sucede a nuestros amigos, familiares, etc. Hay bitácoras personales de todo tipo: dedicadas al nacimiento y crecimiento de un hijo, a la vida diaria de un taxista, a los viajes de un trotamundos, a la vida social de un homosexual en México, etc.

A veces, las bitácoras personales pueden considerarse **literarias**, dependiendo de la calidad de escritura o del tono adoptado, de la frontera entre lo real y lo ficticio. De nuevo, se han sucedido debates que intentan establecer jerarquías referentes a la calidad de un weblog literario en comparación con la calidad de un libro literario. Pero de nuevo, se trata de tecnologías diferentes que sirven propósitos muy diferentes, porque responden a contextos creativos y de consumo totalmente diferentes. En una bitácora, no podemos

ignorar la inmediatez de lo escrito, la frescura, la cotidianeidad, la cercanía incluso afectiva de quién escribe, a menudo un conocido nuestro. No nos importa tanto la forma de lo escrito como el contenido, y las conexiones entre este contenido y nuestra propia vida. A un libro, por el contrario, le exigimos más, porque debe partir de cero, porque debe crear un mundo ficticio a priori totalmente desconectado del lector.

Las **bitácoras periodísticas** han supuesto una revolución en el mundo del periodismo. Hasta la fecha, la única manera de acceder a las noticias era de manera jerárquica: un medio organizaba la información sobre las “noticias”, la filtraba y la ponía a disposición del público. A raíz de grandes sucesos como las elecciones de los Estados Unidos, la guerra de Irak, los atentados de Londres o el huracán Katrina, un nuevo estilo de periodismo empezó a cobrar forma. Periodistas profesionales, a menudo enviados especiales de un periódico “oficial” redactaban su propia visión, por ejemplo, de la guerra de Irak a través de una bitácora personal.

Resultó que lo que estos periodistas escribían era muy diferente de lo que aparecía publicado en los medios “oficiales”, y por lo tanto la gente se lanzó a su lectura. Si una bitácora personal explicara lo mismo que la edición digital de El País, por ejemplo, no tendría ningún éxito. Pero sucede que las historias que estos periodistas relatan son muy diferentes de los artículos de opinión de los periódicos. Además, a través de la bitácora, la información viaja mucho más deprisa. Antes de que los medios de comunicación acudieran al lugar de los atentados de Londres, miles de “bloggers” en Londres relataban el caos de las calles, el escenario de los hechos “in situ”, los testimonios de las víctimas supervivientes. Antes de que se montara una versión “oficial” de los hechos, la información digital, líquida por naturaleza, se había colado en Internet a través de los weblogs.

Las **bitácoras para la investigación colectiva** permiten acometer proyectos de investigación de manera ordenada y sencilla. Por ejemplo, permiten:

- relatar la evolución temporal de una investigación sobre un tema determinado, por ejemplo un experimento, a modo de cuaderno de laboratorio
- acumular documentación sobre un tema concreto, desde distintos puntos de vista (caso de culturasdigitales.blogspot.com)
- publicar las últimas noticias sobre un determinado tema

Producción digital

El texto digital se basa en el estándar XML. El lenguaje de Internet, denominado HTML, es un caso particular del XML. En esencia, XML es un lenguaje estándar que permite etiquetar la información de manera absolutamente flexible. Por ejemplo, un documento XML de un libro tendría la siguiente estructura:

```
<titulo>Don Quijote de la Mancha</titulo>  
<autor>Miguel de Cervantes</autor>
```

Y lo mismo para tantas etiquetas como queramos:

<año>
<editorial>
<isbn>
<lugar>
<resumen>

<página>
<parrafo>
<cita>
etc.

Es decir, el título del libro no es simplemente el título, sino que va acompañado de una etiqueta que especifica que las palabras escritas entre ella corresponden a algo conocido como “título”. Es decir, las etiquetas proporcionan información sobre la información: metainformación.

Existen varias organizaciones dedicadas a la construcción de plantillas XML estándar para todo tipo de documentos. Una plantilla XML para un libro, para un artículo, para una revista, para el vocabulario de medicina, de literatura, etc. De este modo, es posible llegar acuerdos acerca de los significados y la estructura de un documento en particular, como por ejemplo un libro.

¿Para qué sirve semejante esfuerzo? Básicamente, para dos cosas:

- facilitar la búsqueda de información
- separar el contenido de la forma

Si toda nuestra información está categorizada, entonces es posible buscar directamente en las categorías que nos interesan. Por ejemplo, si buscamos el autor de un libro, podemos construir un buscador que busque exclusivamente entre las etiquetas “<autor>”. Si buscamos artículos postmodernistas, y nuestra plantilla XML para artículos incluye una etiqueta denominada <teoria>, entonces podemos indicar al buscador que de entre todos los artículos posibles, busque sólo aquellos en que <teoria> = postmodernista

El XML está llamado a convertirse en el estándar de Internet del futuro, porque permite lo que se conoce como “Red semántica”. Una red en donde no sólo buscamos por palabras clave, sino por el significado o contexto semántico de la palabra clave, algo mucho más parecido a la nuestra manera de pensar y ordenar la información. Así, por ejemplo, cuando yo busque “Manhattan” en el Google, sabrá distinguir y ordenar los resultados de acuerdo a criterios semánticos, y no sólo de coincidencia de la palabra clave. Un Google semántico me ordenaría los resultados para la palabra clave “Manhattan”, por ejemplo, de este modo:

<pelicula> -- información sobre la película de woody allen

<TVE1> -- si dan la película por la televisión en fecha cercana a la de la búsqueda
<cuidad> -- información sobre Nueva York
<música> -- información sobre el grupo musical Manhattan Transfer
etc. etc.

El buscador “Vivísimo” es lo que más se acerca actualmente a un buscador semántico, y muchos lo ven ya como el competidor más peligroso de Google.

En segundo lugar, el XML permite separar el contenido de la forma. Siguiendo el ejemplo del libro, al tener categorizados todos sus elementos, podemos contruir varios diseños de portadas, por ejemplo, sin tener que tocar el contenido directamente. A la etiqueta <titulo> podemos asociarle un tipo de letra y posición determinados, a la etiqueta <autor> podemos asociarle una imagen de fondo, etc. etc.

Además, al separar el contenido de la forma, conseguimos un documento mucho más estándar y, por lo tanto, fácilmente transportable a diversos dispositivos de lectura. Para el papel, establecemos un tipo y tamaño de fuente y unos márgenes determinados, para el PDA o móvil otros tamaños y márgenes, y una resolución diferente, etc. etc. Como el contenido es independiente de la forma, podemos modificar la forma a nuestro antojo, sin tener que tocar el contenido.

Por este motivo, la producción editorial de libros “analógicos” está transformándose radicalmente para incorporar los estándares XML. Los editores son conscientes que en el futuro un mismo contenido deberá explotarse en diferentes formatos y dispositivos, y el estándar XML permite precisamente esto. Una enciclopedia escrita en XML lleva más trabajo, pero una vez terminada puede convertirse rápidamente en una serie de tomos impresos, en un CD-ROM, en una página web o en un recurso informativo consultable a través del teléfono móvil. El XML es, pues, un lenguaje de comunicación independiente del medio de comunicación.

Distribución digital

La distribución, cuando incorpora las tecnologías digitales, siempre evoluciona hacia capacidades superiores de búsqueda y de filtrado, así como a una minimización de las jerarquías, debido a una reducción de los costes de transacción. El caso del texto digital no es diferente.

Tal y como sucedía en el caso de la música y el video digital, la distribución de texto digital empieza trasladando a Internet modelos distributivos del mundo “físico”. El primer ejemplo que nos viene a la mente es Amazon, pionero en la distribución de bienes físicos con el soporte de búsqueda y localización de la plataforma Internet. Sin embargo, como ya hemos comentado, la verdadera innovación surge cuando dejamos de imitar los modelos de marketing del mundo físico, y nos fijamos en las posibilidades únicas del nuevo medio, en este caso Internet. Como ya vimos, la ventaja competitiva de Amazon respecto a las librerías tradicionales se basa en:

- aprovechar la estructura en red para ofrecer más contenido
 - asociación con librerías a nivel global
 - asociación con usuarios para crear mercado de segunda mano / rarezas
- aprovechar los mecanismos de feedback de las redes para crear una comunidad de lectores
 - valoración y críticas de libros realizadas por los usuarios
 - listas colectivas de bibliografía sobre un tema
- aprovechar el bajo coste de almacenaje y comunicación de la información digital
 - fenómeno del “long tail”

Es decir, Amazon empieza a ser útil, y por lo tanto rentable, como librería cuando aprovecha las capacidades únicas de Internet en beneficio de sus clientes.

Google Books, por otro lado, representa otra manera de buscar y comprar libros únicamente posible en un medio como Internet, y al mismo tiempo muy diferente de Amazon. Google Books es, valga la redundancia, un producto “típicamente Google”. El negocio de Google es indexar y categorizar contenido para su posterior búsqueda y ofrecer publicidad relacionada con ese contenido, de manera transparente para el usuario. Google Books es exactamente lo mismo, pero en vez de páginas web, lo que se indexa es el contenido de libros. Junto a cada libro, Google sitúa links para comprar el libro en una librería, o para acceder a la web de la editorial o el autor del libro. Con este mecanismo tan simple a primera vista, Google consigue varios objetivos:

- incorporar en su buscador toda la información y el conocimiento del texto “analógico”, es decir, potenciar su buscador
- obtener ingresos por comisiones sobre la venta de textos analógicos
- ofrecer un nuevo canal de marketing para textos analógicos

En otras palabras, Google ha diversificado su negocio, su ámbito de actuación. Con Google Books, Google deja de estar centrado únicamente en la información digital, y pasa a invadir los terrenos de la información analógica. Combinado con herramientas como Lulu.com, Google Books supone también una nueva vuelta de tuerca en la producción de contenidos culturales.

Lulu.com es una página web que permite a cualquiera editarse sus propios libros, por un precio asequible y en la cantidad que se desee, y sin importar la calidad del original: no existen filtros comerciales o criterios de calidad. Decimos que junto a Google Books supone una nueva manera de editar libros, de nuevo, a través de una estructura “bottom-up”, en lugar de la típica estructura “top-down” a la que estamos acostumbrados. El nuevo proceso constaría de las siguientes fases:

- escritura del libro
- edición digital colgada en la página web del autor
- edición impresa a cargo de lulu.com – posibilidad de comprarla a través de la página web del autor

- registro del autor en Google Books – marketing de sus libros
- ventas directamente proporcionales a las búsquedas de los usuarios

Es un modelo que ya han adoptado muchos perfiles de autores diferentes:

- autores amateurs
- empresas que deciden sacar una rentabilidad a la documentación que producen
- especialistas en un tema muy concreto que a nivel local no tiene público suficiente, pero sí a nivel global
- autores que detectan búsquedas para las que no existen resultados relevantes

Por último, existen iniciativas de distribución digital de texto que no buscan un rendimiento comercial directo a través de la obra, sino que impulsan la difusión libre de textos universales en formato digital. Se trata del equivalente digital de los “archivos” o “bibliotecas”, con la diferencia de que cuentan únicamente, y por motivos legales, con obras que pertenecen al dominio público o que no tienen copyright.

El proyecto Gutenberg y la Biblioteca Cervantes son dos de los mayores archivos de textos digitales de dominio público. Es posible encontrar todos los clásicos de la literatura universal de todos los tiempos, así como reproducciones originales de las obras, reseñas, biografías, documentos sonoros, de video, etc.

Consumo digital

Si los modelos de creación, producción y distribución de texto digital son sustancialmente nuevos, es lógico encontrar que el consumo de estos textos digitales responderá también a patrones distintos de los analógicos. Podemos clasificar las nuevas tendencias de consumo de texto digital en tres grandes grupos:

- participativo: weblog / wiki
- relacional / asociativo: Google Books / Amazon
- minoritario: long tail

En primer lugar, el consumo de texto digital es en muchos casos participativo, y con un fuerte componente emocional. En el caso de los wikis, como hemos visto, se espera que el consumidor, además de acceder a la información, la modifique o aporte información nueva. En el caso de los weblogs, la cercanía, la inmediatez, el vínculo con el escritor es casi lo más importante. El hecho de poder comentar cada uno de los artículos de un weblog, y obtener respuesta del autor, crea una relación autor-lector mucho más “material” y “específica” que el vínculo entre el autor de un libro y sus lectores. Paradójicamente, la “literatura analógica” es en este sentido mucho más virtual que la digital, puesto que en la mayoría de los casos nada sabemos acerca del autor, del contexto en el que escribió el libro, los motivos, etc.

En segundo lugar, hablamos de un consumo relacional o asociativo. A través de Amazon, la manera de buscar y encontrar un libro es totalmente distinta a la manera de buscar y encontrar en una librería tradicional, o en un mercado de segunda mano. Entramos en Amazon, la mayoría de las veces, sabiendo lo que queremos encontrar. A partir de ahí, ya tenemos una palabra clave inicial que nos permite comenzar la búsqueda. A través de las recomendaciones del sistema electrónico de Amazon, de las valoraciones, listas y recomendaciones de otros usuarios, vamos descubriendo libros que responden a nuestra búsqueda satisfactoriamente. Dicho de otra manera, Amazon va relacionando y asociando nuestro conocimiento con la información digital almacenada en sus sistemas electrónicos.

Lo mismo sucede con Google Books, con la diferencia de que en este caso el libro pasa a un segundo plano. Lo importante en Google Books es encontrar libros que contengan la información que buscamos: el libro pasa a un segundo plano, lo importante es nuestra búsqueda. Establecemos una relación con el libro que no se basa en el libro mismo, sino en lo que el libro puede contener.

En tercer lugar, como ya hemos visto en otras clases, la distribución digital otorga un nuevo valor a los productos de consumo minoritario, fenómeno conocido como “long tail”. Puesto que nada cuesta almacenar grandes cantidades de información en un entorno digital, es rentable tener en stock libros que sólo se consumen una o dos veces al mes. Amazon dispone de un catálogo de 100,000 libros de los que sólo vende 10 copias anualmente. Sin embargo, la suma de todas estas ventas de libros muy minoritarios le supone los mismos ingresos que cada nuevo libro de Harry Potter.

Pere Rovira Samblancat
Profesor de la asignatura de postgrado “Cultura Digital”
Universitat Autònoma de Barcelona
pere.rovira@gmail.com