

La industria del libro en el Antropoceno

The book industry in the Anthropocene

Por Hugo Ortiz

Resumen: La edición de libros en formato impreso o digital, como otras actividades artísticas y culturales, tiene un impacto ecológico innegable en la era contemporánea. Sin embargo, debe repensarse la industria editorial desde una perspectiva ética y humanista, pues el libro está siendo desplazado por la inmediatez de los datos que circulan en la web; se privilegia el veloz consumo de información y se valora poco el sentido crítico. Este texto apuesta por la bibliodiversidad para resistir la inercia del mercado y los algoritmos.

Palabras clave: Antropoceno, libro, industria editorial, dataísmo, consumo.

Abstract: Book publishing, whether in print or digital form, like other artistic and cultural activities, has an undeniable ecological impact in the contemporary era. However, it's imperative to reconceptualize the publishing industry through an ethical and humanistic perspective, since the book is being displaced by the immediacy of the data circulating online. The rapid consumption of information is privileged, while critical sense is little valued. This text bets on bibliodiversity to resist the inertia of the market and algorithms.

Keywords: Anthropocene, book, publishing industry, dataism, consumption.

El Antropoceno —era geológica marcada por el impacto humano en el planeta, acumulación de gases de efecto invernadero, pérdida de biodiversidad, deforestación y otros cambios ambientales— nos obliga a reconsiderar todos los aspectos en los que se desarrolla actualmente la industria editorial.

En este contexto, los libros ya no pueden verse solo como vehículos de conocimiento o expresión artística, sino también como objetos materiales con huella ecológica. La tala de árboles, el uso de tintas químicas, la obsolescencia de libros físicos en grandes tirajes, sin olvidar la problemática de la distribución global, son prácticas cada vez más cuestionadas. Además, la edición digital —aparentemente más ecológica— también tiene su costo ambiental: almacenamiento saturado en servidores, alto consumo energético de dispositivos y extracción desmesurada de minerales para fabricar hardware. En ese sentido, ninguna forma de producción cultural, incluida la editorial, queda fuera de la problemática del Antropoceno.

Esta condición nos obliga a reflexionar sobre el impacto de nuestras acciones en esta práctica editorial: ¿puede haber una “edición sostenible”? ¿qué significa imprimir libros en una época de crisis climática?, ¿cómo se transforma el rol del editor ante la urgencia ambiental?

EL DATAÍSMO Y SUS EFECTOS EN LA CULTURA IMPRESA

El dataísmo, entendido como la ideología que privilegia los datos cuantificables por encima de otras formas de conocimiento (narrativa, intuición o sabiduría humanista), ha transformado



Ilustración: Gerardo Mercado



profundamente la manera en que se produce, consume y valora la cultura escrita. Pongamos sobre la mesa algunos efectos claves del dataísmo sobre la cultura editorial.

En primer lugar, reducción de lo cualitativo a lo cuantificable. La lectura y la producción de libros se miden por el número de vistas, tiempo de permanencia y descargas, que desplazan el valor intrínseco del contenido.

En segundo lugar, personalización algorítmica. Plataformas de libros digitales, como Kindle o Google Books, ofrecen recomendaciones basadas en patrones de consumo y no en criterios ni políticas culturales, lo cual afecta la diversidad de lecturas y refuerza burbujas informativas.

En tercer lugar, y como resultado de los dos anteriores, la desvalorización del soporte impreso. El predominio de lo digital y la inmediatez de la información han puesto en entredicho la lentitud y materialidad del libro impreso, asociado a una época prealgorítmica.

Finalmente, la transformación del autor en “proveedor de contenido”. Los escritores, en lugar de ser vistos como creadores, enfrentan diná-

micas de mercado centradas en datos de consumo, clics y “me gusta”, lo cual desincentiva formas de escritura más complejas o menos “vendibles”.

El Antropoceno y el dataísmo están forzando a la industria del libro a repensarse profundamente desde sus modos materiales de producción hasta sus fundamentos epistemológicos. En un mundo dominado por el cambio climático y los algoritmos, la cultura editorial resiste, se adapta y se redefine.

LIBRO DESPLAZADO POR EL DATAÍSMO

¿Qué tipo de humanidad estamos cultivando cuando el libro como objeto de conocimiento y conciencia—es desplazado por lógicas de inteligencia funcional, algorítmica o artificial? La conciencia implica un tipo de saber humanista, reflexivo, ético, temporal porque es dialéctica, autoconocimiento, memoria, historia, interioridad. Por su parte, la inteligencia—en su forma técnica o artificial—tiende a ser instrumental, funcional, eficiente. En la época contemporánea dominada por el dataísmo y el capitalismo cognitivo, se confunde la inteligencia con la capacidad de respuesta rápida, acumulación de datos y procesamiento veloz, para perpetuar el consumismo y la cultura líquida.

El libro impreso, por su naturaleza, promueve la conciencia, requiere y demanda tiempo, atención sostenida, profundidad en los detalles físicos y materiales, favoreciendo el diálogo interior y la formación del juicio crítico, razón por la cual no puede ser consumido “a la velocidad del dato”. Ponderar la conciencia por encima de la intelligen-

EL LIBRO IMPRESO ES CONCIENCIA, INTELIGENCIA Y BIBLIODIVERSIDAD FRENTE AL CULTO DEL MERCADO LIBRE

cia funcional es, hoy, un acto filosófico de resistencia, así pues, el libro impreso continúa como objeto de pensamiento lento deleitable.

EL CULTO AL MERCADO LIBRE Y LA NEUTRALIZACIÓN DEL LIBRO COMO ARTEFACTO CRÍTICO

El mercado libre, entendido como ideología neoliberal, ha convertido al libro en una mercancía, un producto más dentro de la lógica de la oferta y la demanda en lugar de ser un medio para la transformación del sujeto y la comunidad; el libro entra en un sistema de *rankings*, *best sellers*, métricas de venta, plataformas de autopublicación donde el algoritmo decide la visibilidad y las editoriales seleccionan títulos por potencial de mercado más que por calidad intelectual o literaria. Esto transforma al autor en un proveedor de contenido y al lector en un consumidor de estímulos, desdibujando el papel del libro como espacio de crítica, disidencia y construcción de mundos alternativos. Desde

esta perspectiva, el culto al mercado despoja al libro de su dimensión ontológica y política, ya no es una herramienta para pensar el mundo, sino un producto que debe adaptarse a él.

En el contexto del Antropoceno, donde las consecuencias del exceso humano sobre la Tierra son cada vez más visibles, el libro impreso es un símbolo de resistencia frente a la hiperconectividad y la sobreproducción de datos. Lejos de ser obsoleto, el libro es un gesto de desaceleración, de reencuentro con los ritmos naturales, un espacio de memoria larga frente a la inmediatez del dato, un recordatorio del límite del cuerpo, del lenguaje, del planeta. Por tanto, el libro vuelve a articularse con la conciencia ecológica, en tanto nos obliga a repensar las consecuencias, a tomar posición e imaginar otros futuros.

A manera de conclusión, la defensa del libro no es nostalgia, sino una apuesta por futuros donde la conciencia no sea anulada por la inteligencia automatizada, donde el sentido y valor del pensamiento prevalezca sobre la mercancía, y donde la diversidad cultural siga siendo una fuente de riqueza compartida.

No es sentencia sino advertencia, pero así imagino a los libros en el futuro utópico:

- Fomentarán la lectura lenta y crítica como práctica ética.
- Promoverán la bibliodiversidad como garantía de libertad cultural.
- Reconocerán el trabajo editorial como construcción colectiva del pensamiento.
- Impulsarán políticas públicas que garanticen el acceso equitativo al libro.
- Desmercantilizarán su valor simbólico.
- Reforzarán el papel de la edición independiente y comunitaria.
- Visibilizarán lenguas y saberes subalternos.
- Apostarán por materiales sostenibles y prácticas editoriales éticas.
- Resistirán la hegemonía de los algoritmos en la selección de lecturas.
- Formarán sujetos lectores y no solo consumidores de contenidos. 



Hugo Ortiz es diseñador editorial, egresado de la Escuela de Diseño del INBA y especializado en producción editorial y diseño en Alemania y Cuba. Fue catedrático en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx y en la Universidad del Valle de Toluca. Dirigió el proyecto editorial Biblioteca Mexiquense del Bicentenario, socio fundador del grupo Tríadadiseño. Fue subdirector del Fondo Editorial Estado de México y ha participado en numerosas ferias del libro nacionales e internacionales. Actualmente es integrante del grupo Editores en su Tinta y del Seminario Mexicano de la Cultura Impresa, con sede en Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad Morelia, UNAM.