

libroscopio

Locos por el 'big data'

Llego a la diáfana biblioteca Joan Maragall de Barcelona, que se ha especializado en contenidos sobre el libro y lectura, para escuchar a **Alix Christie**, autora de *El discípulo de Gutenberg*. Relata de manera brillante ese momento de finales del siglo XV en que Maguncia fue el Silicon Valley de su tiempo y la imprenta de tipos móviles metálicos se convirtió en una revolución tecnológica asombrosa.

Quinientos años después, vivimos una segunda gran revolución que se aúpa en la ola-moda del *big data*. Se trata de convertir la ingente cantidad de datos que circulan enloquecidamente por internet en una herramienta. Lo cuenta muy bien *Big data, la revolución de los datos masivos* (Turner) de **Viktor Mayer-Schönberger** y **Kenneth Cukier** a la manera anglosajona: tirando de *storytelling*. Durante la crisis de la gripe porcina del 2009 los organismos sanitarios tenían una pandemia y no sabían cómo localizar los focos de la enfermedad rápidamente. La respuesta se la dio Google analizando las búsquedas de la gente sobre los síntomas. Sus más de 3.000 millones de consultas diarias trazaron un mapa muy preciso de las zonas donde se concentraban los brotes.

El *big data* llega a la industria del libro a través de empresas que buscan "el algoritmo prodigioso", la piedra filosofal del editor triunfador: cómo saber si un manuscrito se convertirá en un libro de éxito. Cuando el añorado **André Schiffrin** escribió *La edición sin editores*, lamentando que en las editoriales ya sólo se leen las hojas de Excel, no podía imaginarse que *Yo, robot* se metería a editor. Una de estas empresas que buscan oro algorítmico en internet es la sevillana Lantia Publishing, premiada por la revista *Red Herring* como una de las cien empresas tecnológicas europeas más innovadoras.

Voy al encuentro de uno de los socios fundadores de Lantia, **Enrique Parrilla**, ingeniero de telecomunicaciones y experto en *big data* que ha patentado un algoritmo para identificar los libros que van a marcar tendencia e incluso prever su potencial éxito antes de que se publiquen. Doy con él en un aeropuerto, camino de Londres, donde piensan abrir nueva sede.

Le pregunto algo farruco cómo un robot va a distinguir una novela romántica de aeropuerto de **Madame Bovary**: "Técnicamente nuestro algoritmo no hace juicios de valor. Simplemente extrae el ADN del libro. Esta es precisamente nuestra premisa, que el gusto no se puede medir, que *Cincuenta sombras de Grey* es un libro de traca, pero que sale y vende 60 millones de ejemplares.



El premiado Enrique Parrilla y su socio

Ante esto, no nos las damos de agente literario, sino que analizamos, clasificamos, observamos y hacemos predicciones, más o menos acertadas, siempre dentro de ámbitos de incertidumbre".

Estos ingenieros vienen peleones: "Vamos a cargarnos el monopolio de los ISBN y que donde ellos cobran miles de euros a las pequeñas editoriales por mantener su catálogo y gestionar sus metadatos nosotros vamos a ofrecer el mismo servicio de forma gratuita abriendo el código fuente a todo el mundo y permitiendo que las editoriales puedan auto gestionarse el servicio".

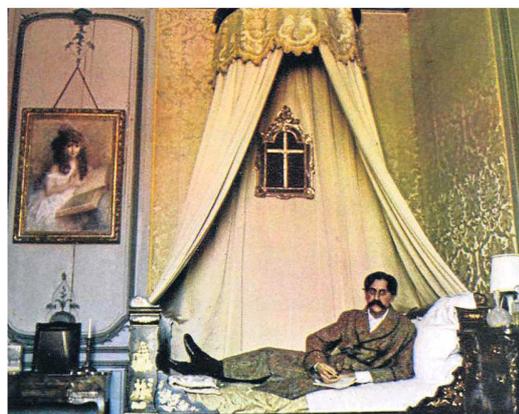
Es cierto que hay algunos editores que podrían sustituirse por un algoritmo o incluso por un saco de cebollas. Pero me viene a la cabeza la escena de *El club de los poetas muertos*: el primer día de clase leen el tratado sobre literatura del **Dr. Pritchard**: "Si la medida de perfección del poema se coloca en la horizontal de una gráfica y su importancia se marca en la vertical, entonces calculando el área total del poema tendremos la medida de su grandeza"... El profesor Keating les hace tirar la hoja a la papelera y les explica que no se puede describir la poesía como el concurso de Miss América. Ojo, al dato. De nada nos sirven las cifras si no se acompañan de buenas letras. |

ANTONIO ITURBE



Documento La profunda fijación que sentía Jacques Guérin por Proust condicionó sus días y le llevó a recopilar multitud de objetos personales

El coleccionista proustiano



Marcel Proust escribió 'À la recherche du temps perdu' entre 1908 y 1922 CULTURE CLUB / GETTY

MARC SOLER

En una de las dependencias del Museo Carnavalet de París, que es tanto como decir el museo de historia de la capital francesa, se puede contemplar en la misma disposición el mobiliario que Marcel Proust veía desde la cama mientras escribía *À la recherche...* La cama, evidentemente, también está. Y en el depósito del museo, envuelto en papel de seda y dentro de una caja de cartón, se encuentra el famoso abrigo forrado con piel de nutria que el escritor extendía encima de la cama en las largas vigiliadas que pasaba escribiendo. ¿Cómo han llegado hasta nosotros todas estas piezas? Nos lo explica en un relato fascinante casi por inverosímil la periodista Lorenza Foschini. La periodista encontró el tema sin buscarlo mientras entrevistaba a Piero Tosi que era el diseñador de vestuario de la filmografía de Visconti y que viajó a París para buscar información y localizaciones porque el director italiano estaba decidido a rodar una película imposible sobre *À la recherche...* De aquella conversación emerge un personaje que es el protagonista de esta historia: el empresario Jacques Guérin, propietario de la casa Parfums d'Orsay.

Ya desde muy joven Guérin había empezado a adquirir manuscritos de escritores hasta llegar a formar al cabo de los años una de las bibliotecas privadas más im-

portantes. Es gracias a él que se salvaron de la furia destructora de la caudal del escritor, Marthe, muebles, manuscritos, correspondencia y fotografías. Los avatares por los que pasó hasta llegar a hacerse con todo este tesoro ya constituyen una historia de lo más atractiva y que contraviene la crítica que hacía Proust a Sainte-Beuve en el depósito del museo, envuelto en papel de seda y dentro de una caja de cartón, se encuentra el famoso abrigo forrado con piel de nutria que el escritor extendía encima de la cama en las largas vigiliadas que pasaba escribiendo. ¿Cómo han llegado hasta nosotros todas estas piezas? Nos lo explica en un relato fascinante casi por inverosímil la periodista Lorenza Foschini. La periodista encontró el tema sin buscarlo mientras entrevistaba a Piero Tosi que era el diseñador de vestuario de la filmografía de Visconti y que viajó a París para buscar información y localizaciones porque el director italiano estaba decidido a rodar una película imposible sobre *À la recherche...* De aquella conversación emerge un personaje que es el protagonista de esta historia: el empresario Jacques Guérin, propietario de la casa Parfums d'Orsay.

Pero el interrogante que subyace en el fondo del relato, el que nos barrena el cerebro, es saber a que responde el afán coleccionista, bibliófilo o fetichista de Guérin. Una posible respuesta que se apunta en el posfacio de la versión castellana, es la que dice que los objetos que conservamos "es un modo de conjurar el vacío". En definitiva, buscamos crear la ilusión de que aquello que hemos amado perviva más allá de la muerte.

Un libro deliciosamente inteligente y no sólo para proustianos empedernidos. |

Lorenza Foschini

El abrigo de Proust / L'abric de Proust

IMPEDIMENTA / SD EDICIONES. TRADUCCIÓN AL CASTELLANO DE HUGO BECCACCE Y AL CATALÁN DE LAURA CALVO Y XAVIER VIVES. 144 / 128 PÁGINAS. 17,95 / 13,90 EUROS