





Impresión posdigital

La mutación de la edición desde 1894

Alessandro LUDOVICO

Impresión posdigital

La mutación de la edición desde 1894

Traducción de María Mercedes Correa

Universidad de los Andes
Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano



Nombre: Ludovico, Alessandro, autor. | Correa, María Mercedes, traductora.

Título: Impresión posdigital: La mutación de la edición desde 1894 / Alessandro Ludovico; traducción de María Mercedes Correa.

Descripción: Bogotá: Universidad de los Andes, Ediciones Uniandes: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Editorial UTadeo, 2020. | 264 páginas : ilustraciones; 16 x 21 cm | La Biblioteca Editorial

Identificadores: ISBN 9789587749533 (rústica)

Materias: Industria del libro – Innovaciones tecnológicas | Publicaciones electrónicas | Libros y lectura

Clasificación: CDD 002.09 –DC23

SBUA

Primera edición: junio del 2020

© Alessandro Ludovico
© María Mercedes Correa, por la traducción
© Universidad de los Andes, Vicerrectoría de Investigación y Creación, Ediciones Uniandes; Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Editorial UTadeo

Ediciones Uniandes
Calle 19 n.º 3-10, oficina 1401
Bogotá, D. C., Colombia
Teléfono: 3394949, ext. 2133
<http://ediciones.uniandes.edu.co>
<http://ebooks.uniandes.edu.co>
infeduni@uniandes.edu.co

Editorial UTadeo
Carrera 4.ª n.º 23-76, piso 2
Bogotá, D. C., Colombia
Teléfono: 2427030, ext. 3120
<https://www.utadeo.edu.co/es/editorial>

ISBN: 978-958-774-953-3
ISBN e-book: 978-958-774-954-0

Corrección de estilo: Diana López de Mesa
Diagramación: Samantha Sabogal
Diseño de la colección y de cubierta: La Central de Diseño

Impresión:
DGP Editores S. A. S.
Calle 63 Bis n.º 70-49
Teléfono: 4307050
Bogotá, D. C., Colombia

Impreso en Colombia – Printed in Colombia

Este libro fue publicado originalmente en inglés, en el 2012, por Onomatopee Projects con el título *Post-Digital Print. The Mutation of Publishing since 1894*. Esta traducción al español se publica mediante acuerdo con Alessandro Ludovico, autor y dueño de los derechos de traducción. Todos los derechos reservados.



Universidad de los Andes | Vigilada Mineducación. Reconocimiento como universidad: Decreto 1297 del 30 de mayo de 1964. Reconocimiento de personería jurídica: Resolución 28 del 23 de febrero de 1949, Minjusticia. Acreditación institucional de alta calidad, 10 años: Resolución 582 del 9 de enero del 2015, Mineducación.

Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano | Vigilada Mineducación. Reconocimiento de personería jurídica: Resolución 2613 del 14 de agosto de 1959, Minjusticia. Acreditación institucional de alta calidad, 6 años: Resolución 4624 del 21 de marzo del 2018, Mineducación.

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni en su todo ni en sus partes, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo por escrito de la editorial.

Contenido

<i>Lista de imágenes</i>	13
<i>Introducción</i>	17
1. LA MUERTE DEL PAPEL (QUE NUNCA HA OCURRIDO)	25
Primeras amenazas al medio impreso	25
Los cables estrangularán al lento papel	28
<i>The Readies</i> : palabras leídas mecánicamente sin páginas	32
H. G. Wells declara la muerte del periódico: el futuro son las noticias actualizadas por teléfono	33
El intento de la radio por robarse los clientes fieles de los periódicos	34
El poder visual «frío» de la televisión versus el libro «muerto» y el «mosaico» del periódico	37
Virtualización del papel por computador: la propaganda de la era «sin papel»	
Hipertexto, algo que el papel no puede dar	
La muerte del papel... todavía por ocurrir	47
2. UNA HISTORIA DE LAS EDICIONES ALTERNATIVAS COMO REFLEJO DE LA EVOLUCIÓN DEL IMPRESO	49
El impreso es liberador	49
El uso del impreso en la vanguardia del siglo xx	54
El mimeógrafo, o duplicador estencil, en la publicación clandestina	57
Fluxus, materiales impresos circulando dentro de una «red eterna»	61
El auge de la prensa clandestina, el <i>offset</i> en color y la red (de nuevo)	65
Fotocopiar el mundo y reapropiarse de la cultura	68
La revolución digital y el ascenso y la caída de los «zines»	74
Medios entrelazados: una mirada al futuro cercano	79

3. LA MUTACIÓN DEL PAPEL: EL PAPEL MATERIAL EN TIEMPOS INMATERIALES	83
El asesinato colectivo de los periódicos	84
El asesinato en masa del periódico impreso	91
La atomización del contenido: el paradigma Apple-iTunes	93
Contenido automatizado: la noticia sigue al lector	95
Noticias preventivas: la batalla por el mercado de la atención en línea	97
Espacio, materialidad y reproductibilidad del impreso	102
El gesto editorial	104
La impresión por demanda (POD), el equilibrio de poder entre el papel y los píxeles	108
Publicación por cuenta del autor o publicación para el ego	112
Las fronteras de la impresión por demanda (POD): personalización y código abierto	115
Estrategias de las revistas independientes: asociarse y triunfar	121
La trampa de la producción automatizada digital	124
El impreso y lo digital se están casando, y ahí precisamente comienza el verdadero problema	126
4. LA MUERTE DEL PAPEL: ¿REALMENTE ES POSIBLE REEMPLAZAR LA PÁGINA IMPRESA?	127
El papel electrónico, la base de la edición electrónica	128
La visión de Bezos: el mundo del Kindle	131
Resistir al paradigma del libro electrónico	133
El paradigma del iPad: publicar para el iConsumidor	136
El punto de quiebre: el contenido electrónico con la apariencia y la sensación del impreso	142
Los periódicos en la pantalla y fuera de ella	145
<i>Reflow</i>: el estilo móvil en la escritura y la lectura	148
Entregar contenido: desde los discos hasta las redes inalámbricas	150
El camino a lo digital: la desaparición de las bibliotecas	157
El impreso se convierte en un objeto de edición limitada	163

CONTENIDO

Estrategias intermedias: uso de medios digitales para vender material impreso	165
La impresión posdigital	168
Impreso o en línea: ¿amigos o enemigos? Diferencias y similitudes conceptuales entre el impreso y los blogs	170
¿Qué es más amigable con el medio ambiente: el impreso o lo digital?	176
El papel es carne y la pantalla es metal	179
5. ARCHIVOS DISTRIBUIDOS: CONTENIDO EN PAPEL PROVENIENTE DEL PASADO Y CONTENIDO EN PAPEL PARA EL FUTURO	181
Los «gigantes informáticos» y su enfoque a la hora de «archivar» material impreso	182
Preservar las revistas independientes: una lucha controversial	193
Archivos distribuidos: el modelo de archivo P2P	196
La necesidad de una forma de archivo «fluida»	199
El arte del archivo: las copias en papel de las bases digitales	201
Los álbumes de recortes: la labor de archivo desde las comunidades de base	207
6. LA RED: TRANSFORMAR LA CULTURA, TRANSFORMAR LA EDICIÓN	211
La revista como nodo de red	211
La red es sinónimo de distribución y la distribución se beneficia mucho con la red	213
La red como infraestructura: agencias, grupos y directorios	215
La red como medio de apoyo político y como negocio sostenible: el proyecto Punti Rossi (puntos rojos)	217
La colaboración es mejor que la competencia: la red Mag.net	218
La red como experimento de amplio alcance: el proyecto Documenta 12 Magazines	221
Redes de apoyo externo: ayuda desde la distancia	224
La red: el futuro empieza aquí	228

IMPRESIÓN POSDIGITAL

CONCLUSIÓN	
La impresión posdigital: un escenario para el futuro	229
APÉNDICE	
El impreso versus los electrones: cien diferencias y similitudes entre el papel y los píxeles	235
EPÍLOGO	239
Florian Cramer	
ÍNDICE TEMÁTICO	247
ÍNDICE ONOMÁSTICO	257

Lista de imágenes

	Línea de tiempo de extinción de los periódicos, 2011	18
1.1.	El salón del telégrafo en la Casa Blanca, Washington D. C., <i>circa</i> 1906 (Peter and Cornelia Weil Typewriter Archives)	27
1.2.	Una de las ilustraciones de <i>La fin des livres</i> de Octave Uzanne y Albert Robida en <i>Contes pour les Bibliophiles</i> , 1895	29
1.3.	Una de las postales de la serie «Villemard 1910, en l’an 2000», 1910	31
1.4.	Publicidad de ScanSnap de Fujitsu, 2007	41
2.1.	André Breton, René Hilsum, Louis Aragon y Paul Eluard, con <i>Dada</i> n.º 3, <i>circa</i> 1920	50
2.2.	Ejemplo de un grabado de una Biblia «Pauperum», 1470	51
2.3.	<i>Los Ranters Runting</i> , un volante noticioso sobre los Ranters, 1650	52
2.4.	El panfleto de Thomas Paine, <i>Common Sense</i> , 1792	53
2.5.	La impresión autográfica, un precursor del mimeógrafo inventado por Thomas Alva Edison, 1876	58
2.6.	Una mujer usando una máquina de mimeógrafo, 1930	59
2.7.	<i>odd</i> , n.º 9, un <i>fanzine</i> estadounidense de ciencia ficción, 1961	60
2.8.	Publicidad para la revista <i>Aspen</i> , 1967	64
2.9.	Cubierta de <i>Liberation News Service</i> , n.º 275, 1970	67
2.10.	<i>Sniffin’ Glue</i> , un «zine» punk arquetípico, n.º 12, 1977	71
2.11.	<i>New York Correspondence School Weekly Breeder</i> , n.º 7, 1972	71
2.12.	Un ejemplo del copy art de Newt Hoffmeister, 1982	71
2.13.	Publicidad de Xerox 9700, 1977	71
2.14.	<i>Meet the Press</i> , una publicidad de la autoedición de Apple, 1985	74
2.15a y 2.15b.	<i>Launch</i> , publicidad de la revista en CD-ROM, n.º 20, 1998	76
2.16.	<i>Blam!</i> , revista experimental en CD-ROM, n.º 3, 1998	76
2.17.	Pantallazo del libro electrónico <i>Agrippa</i> , de William Gibson, 1992	78
2.18.	Primera plana del <i>New York Times - Special Edition</i> , por los Yes Men, Steve Lambert, the Anti-Advertising Agency, 2008	81
3.1.	Anuncio callejero sobre la gratuidad del <i>Evening Standard</i> , de Londres, 2011	86

3.2.	Pantallazo del artículo del <i>Guardian</i> del 1.º de abril (Fool's Day), en el que se dice que el periódico se pasó a formato de Twitter, después de ciento ochenta y ocho años de tinta, 2009	89
3.3.	Michael Mandiberg, <i>Old News</i> , 2009	90
3.4.	La histórica cubierta «Paper or Plastic?» de <i>Factsheet Five</i> , n.º 56, 1995	92
3.5.	«The Revenge of Print», de <i>Punk Planet</i> , n.º 55, mayo-junio del 2003	92
3.6.	Pantallazo de titulares de falsas noticias de última hora enviadas como correo basura, 2008	98
3.7.	Pantallazo de <i>The Quick Brown</i> , de Jonathan Puckey, 2007-2010	99
3.8.	Pantallazo de <i>Time Slip</i> , de Antoine Schmitt, 2008	100
3.9.	Pantallazo de <i>Newsmap</i> , de Marcus Weskamp, 2004	101
3.10.	<i>Falling Times</i> , Michael Bielicky, Kamila B. Richter y Dirk Reinbold, 2007	101
3.11a, 3.11b y 3.11c.	Las tres fases de la obra <i>Pamphlet</i> , de Helmut Smits, 2006	105
3.12.	Cubierta de la <i>performance</i> de impresión de la revista TAG durante la conferencia Print/pixel, 2009	106
3.13.	Libros sellados en sobres para los lectores de <i>BookCrossing</i> , en Leipzig, Alemania, 2009	107
3.14.	Espresso Book Machine, 2008	111
3.15.	Una copia de <i>My Life in Tweets</i> , de James Bridle, 2009	113
3.16.	Fiona Banner, <i>Book 1 of 1</i>	115
3.17.	Número personalizado de la revista <i>Reason</i> , junio del 2004	116
3.18.	Número personalizado de la revista <i>Wired</i> , julio del 2007	116
3.19.	Tapas de Faber & Faber generadas por Karsten Schmidt, 2008	117
3.20.	Per-Oskar Leu, <i>The Bachelor Machine</i> , 2009	119
3.21.	La imaginativa campaña de recaudación de fondos de <i>Amsterdam Weekly</i> , 2008	124
4.1.	Una visión del lector de libros del futuro (de la revista <i>Everyday Science and Mechanics</i> , 1935)	129
4.2a y 4.2b.	Papel e impresora electrónicos Gyricon, 2000	129

LISTA DE IMÁGENES

4.3.	Jeff Bezos en la portada de la revista <i>Newsweek</i> , 26 de noviembre del 2007	131
4.4.	La vela <i>The Times of New York</i> , 2011	136
4.5.	Pantallazo de la página de inicio del sitio web <i>Smell of Books™</i> , 2009	136
4.6.	Un ejemplo de aparato rastreador del movimiento de los ojos, la interfaz del <i>software</i> y la visualización usados para un proyecto de periódico	139
4.7a y 4.7b.	Roger Fidler, de Knigt Ridder, con una maqueta de una tableta lectora de periódicos, y un video del prototipo, 1993	140
4.8.	<i>Traumgedanken</i> , libro de Maria Fischer, 2010	144
4.9.	Prototipo de Little Printer, de Berg Cloud, 2012	147
4.10.	Un periódico japonés proyectado en un televisor Aquos, 2009	147
4.11.	<i>theblogpaper</i> , revista con textos de blog, 20 de septiembre del 2009	147
4.12.	Periódico mediante facsímil de radio, revista <i>Popular Science</i> , mayo de 1939	147
4.13.	La autora «Rin», con su teléfono móvil y una copia de su novela <i>If You</i> , 2008	149
4.14.	La interfaz de Amazon después de instalar el <i>plug-in</i> de Firefox <i>Pirates of the Amazon</i> , 2008	154
4.15.	Revista de mimoZine en USB, 2008	156
4.16.	Un artículo que describía «bibliotecas enlatadas», en <i>Inventions</i> , agosto de 1936	158
4.17.	Un lector de microfilm	159
4.18.	Robotlab, <i>bios [bible]</i> , 2007	162
4.19.	Los diversos elementos de la revista <i>Visionaire 5,7</i> , 2010	164
4.20a y 4.20b.	Louise Naunton Morgan, <i>thehumanprinter</i> , 2008	164
4.21.	Cubierta del libro de Cory Doctorow, <i>With a Little Help</i> , 2010	166
4.22a y 4.22b.	Tim Devin, Email Flyer Project, 2006	169
4.23.	Régine Debatty, editora del blog <i>we-make-money-not-art.com</i>	176
5.1.	Una mano femenina, tal vez pasando páginas, escaneada accidentalmente y encontrada en un archivo de Google Books, 2008	184

5.2.	Contenedores del Internet Archive diseñados para preservar los libros físicos después de que fueran digitalizados, 2011	187
5.3.	<i>The Playboy Cover to Cover Hard Drive</i> , que reúne los seiscientos cincuenta números de Playboy: cien mil páginas en un disco duro personalizado, 2010	190
5.4.	Disco de Rosetta micrograbado con más de trece mil páginas de documentación sobre idiomas, 2009	192
5.5.	Cubierta de <i>Radical Software</i> , volumen 1, n.º 5, primavera, 1972	195
5.6.	Cubierta de <i>Photostatic Retrograde</i> , n.º 1, agosto de 1983	195
5.7.	Uno de los muchos diferentes modelos del proyecto de código abierto DIY Book Scanner, 2010	198
5.8.	Cody Trepte, <i>1 Year of Archived Email</i> , 2005	203
5.9.	Tim Schwartz, <i>Card Catalog</i> , 2008	203
5.10.	Rob Matthews, <i>Wikipedia</i> , 2009	204
5.11.	Mike Bouchet, <i>Almost Every City in the World</i> , 2005	204
5.12.	Un detalle de la instalación <i>Amazon Noir</i> , 2008	204
5.13.	Un álbum de recortes del siglo XIX	208
6.1.	Primer número de la revista <i>Neural</i> , noviembre de 1993	212
6.2a, 6.2b y 6.2c.	Las tres antologías Mag.net («experiencias en la edición electrónica cultural»), 2005, 2007, 2008	219
6.3.	Exposición del proyecto Documenta 12 Magazines, Kassel, Alemania, 2007	221
6.4.	Pantallazo de la plataforma de edición de código abierto usada para el proyecto Documenta 12 Magazines, 2007	221
6.5.	Tim Devin, <i>I Left This Here for You to Read</i> , 2008	225
6.6a. y 6.6b.	El original y la «edición limitada decapitada» de la revista <i>Rolling Stone</i> , por Decapitator, 2009	226
6.7.	Institute for Infinitely Small Things, <i>The New American Dictionary: Security/Fear Edition</i> , 2007	227

Introducción

Todos hemos escuchado la noticia: el impreso ha muerto. Cada año, el número decreciente de lectores y la disminución en ventas por concepto de publicidad están obligando a cientos de periódicos y revistas bien establecidos a salir del mercado, en tanto que las cifras de empleo en esa industria se han reducido a los niveles de la década de 1950^[1]. Al mismo tiempo, las librerías (independientes) se están debilitando y están cayendo como las hojas del otoño. La publicación digital, por otra parte, es un negocio floreciente y los editores tradicionales están adoptando todos los estándares y tecnologías nuevos, muchas veces en un esfuerzo desesperado por impresionar a unos accionistas escépticos. El mercado de los aparatos de lectura digital y las plataformas de lectura está empezando a volverse muy competitivo, mientras que versiones digitales de todos los materiales impresos imaginables se distribuyen en línea con una facilidad y una velocidad cada vez mayores. La distribución de noticias en línea también está saliéndose de control, lo cual explica por qué a la gente le sonó creíble una noticia que se publicó en el Fool's Day de abril (que correspondería a las bromas que se hacen el Día de los Inocentes en el ámbito hispano), en *The Guardian*, periódico británico de gran reputación, en el que anunciaban que desde ese día publicarían sus noticias exclusivamente por Twitter.

No obstante, hay montones de quioscos de diarios y librerías por todas partes, muy bien surtidos con una gran variedad de productos impresos. Si usted está leyendo estas palabras en papel, lo cual es bastante probable,

[1] https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20101102_059



Línea de tiempo de extinción de los periódicos, 2011.

eso quiere decir que ha escogido, por alguna razón, el «antiguo» medio. ¿Por qué? Tal vez porque todavía sigue disfrutando de la mejor «interfaz» que se haya diseñado.

Entonces, la pregunta realmente es: ¿ha muerto el impreso? ¿Va a morir pronto? En este libro examinaremos un periodo particular (y muchas veces desconcertante) en la historia del impreso, comenzando desde el momento en que se anunció su muerte por primera vez (hace ya mucho tiempo, como lo veremos) hasta llegar a la actualidad, en la que las nuevas tecnologías digitales están transformando rápidamente el estado y la función del material impreso.

Hay muchas señales diferentes y con frecuencia contradictorias que es necesario tomar en consideración, pero es crucial verlas dentro de una perspectiva histórica y sopesarlas dentro del contexto de los desarrollos más recientes. Intentaremos aquí hacer una reunión y una sistematización de la

INTRODUCCIÓN

mayoría de esas señales, según nos lo permita el espacio, y examinaremos diversas tecnologías, experimentos y obras de arte visionarias, así como hechos concretos y cifras. Sin lugar a dudas, el rol tradicional del impreso está siendo amenazado por el nuevo mundo digital; pero, de manera paradójica, también se está revitalizando. Estos dos medios comparten una cierta cantidad de características, aunque son fundamentalmente diferentes. Cada uno atiende necesidades diferentes (por ejemplo, lo digital está en consonancia con la velocidad, mientras que lo impreso garantiza la estabilidad).

Ambos medios están, asimismo, entrando en colisión, lo cual deriva en la necesidad de hacer esfuerzos en ambos polos para descubrir algún tipo de «nirvana» de la edición, idealmente equilibrado, en el cual los píxeles y el papel vivan en una simbiosis perfecta que genere, obviamente, un flujo sinfín de ingresos para todos los participantes. En un esfuerzo por alcanzar esta meta utópica, en la actualidad, editores de todas las formas y tamaños están desarrollando e invirtiendo en incontables estrategias y productos híbridos: unas bestias extrañas que incorporen, ya sea de manera literal o conceptual, tanto elementos y cualidades del papel como de los píxeles, en un intento por alcanzar el más alto grado de satisfacción del cliente y, por ende, por obtener ingresos. Sin embargo, ya que se trata de estrategias y productos híbridos, deben hacer frente a una difícil batalla para lograr ser aceptados y (aún más difícil) apetecidos, y para lograrlo deben encontrar rápidamente su propio rol y su propio nicho dentro del mercado global.

En su lucha por la supervivencia deben evolucionar y adaptarse con rapidez a un entorno que nunca deja de cambiar. Una consecuencia directa de este proceso es que, como es obvio, la edición impresa nunca volverá a ser la misma: dos necesidades opuestas (e incluso contradictorias) la están transformando profundamente. Por una parte, la página impresa, intemporal e inmutable, cada vez está más sujeta a una variedad de esquemas de actualización en tiempo real. Por otra parte, contar con un vehículo de información que sea físicamente confiable (y que sea independiente de las conexiones eléctricas y de los datos) es algo que cada vez se reconoce más como un recurso muy valioso por parte de una generación que pasa la mayor parte del día pegada a unos computadores portátiles «inestables».

La «interfaz» intemporal de la página impresa (incluidas sus proporciones áureas y la orientación vertical o apaisada) finalmente ha sido adoptada por la publicación digital. De otro lado, los productos impresos tratan cada vez más de incorporar características digitales, tales como la *actualizabilidad* y la *buscabilidad*. No obstante, aunque sea muy ilustrador observar estos desarrollos tan aparentemente convergentes, se trata solo del primer paso que conducirá a comprender de manera cabal este proceso constante.

Comenzaremos examinando más de cerca aquello que se ha llamado «la muerte del papel», algo que obviamente no ha ocurrido y que, de hecho, se ha anunciado en más de una ocasión, comenzando desde finales del siglo XIX (en la época en que se estaban desarrollando las primeras redes eléctricas públicas en las áreas urbanas). En el primer capítulo, «La muerte del papel (que nunca ha ocurrido)», se analizan cronológicamente siete casos particularmente representativos que se han dado desde ese primer momento definitorio. En esencia, cualquier medio nuevo siempre dice poseer características superiores a aquellas del papel impreso y, por lo tanto, se considera que ocupa una posición tal que puede suplantar al impreso. Sin embargo, ninguno de esos medios ha logrado amenazar de manera seria el dominio del impreso en su mercado nativo o en su estatus firmemente arraigado, en tanto medio universal. Es posible que todo esto esté a punto de cambiar, con la llegada de la generación más reciente de aparatos móviles interconectados mediante redes inalámbricas. No obstante, el tono exagerado en el cual se anuncia en la actualidad la muerte del papel debería darnos una razón para detenernos a reflexionar en las cualidades y desventajas de las alternativas digitales que están surgiendo hoy en día, y también pensar de qué manera el impreso, en lugar de desaparecer, puede más bien adaptarse y evolucionar tal como ya lo ha hecho en otras ocasiones. Históricamente la naturaleza incambiable y estática del medio impreso siempre ha sido la principal justificación para declararlo obsoleto. De forma paradójica, es la inmutabilidad del papel lo que ahora está resultando ser una ventaja, más que una debilidad, en particular en el contexto del mundo de las ediciones digitales, que siempre cambia y, por lo tanto, es efímero. Al mismo tiempo no hay duda de que será necesario redefinir de una manera muy exhaustiva el rol del papel impreso dentro del panorama de los medios.

INTRODUCCIÓN

Para evitar que cometamos los mismos errores de antes, o que nos entusiasmemos de manera impulsiva con desarrollos experimentales que todavía no han ocurrido, el segundo capítulo, «Una historia de las ediciones alternativas como reflejo de la evolución del impreso», ofrece un análisis del uso estratégico del impreso por parte de movimientos artísticos de vanguardia a lo largo del siglo xx, así como en el contexto de la prensa clandestina, comenzando desde la década de 1950 hasta la de 1980, y finalmente a la luz de los recientes desarrollos en la edición clandestina (como es el caso de la producción de «falsificaciones» perfectas que se hacen posibles gracias a la tecnología digital). Las acciones, gestos y estrategias de todos estos tipos de prensa demuestran de qué manera el impreso se puede usar como un medio «liberador», pero también están íntimamente conectadas con desarrollos tecnológicos contemporáneos. Esta historia paralela de estrategias artísticas y de tecnologías revela de qué forma las pasiones culturales y sociales siempre han encontrado su camino hacia lo impreso, usando cualquier medio disponible y apropiado según la época (con lo cual se refleja y se documenta significativamente el periodo histórico en el cual existieron). Esto sigue incluso en la actualidad (aunque de un modo más «disperso» que antes, en diferentes escenarios culturales y usando diversas combinaciones de tecnologías y estrategias). Es de esperar que así siga siendo en el futuro.

Siempre que alguna tecnología más nueva y más poderosa parece lista para transformar las reglas establecidas de cualquier sistema, en ese momento el sistema en su totalidad (en este caso el panorama de los medios) responderá gradualmente al reto. El tercer capítulo, «La mutación del papel: el papel material en tiempos inmateriales», explora la actual mutación del rol del papel impreso como medio; indaga por qué el papel, que es un medio inherentemente «material», sigue teniendo sentido en nuestra era inmaterial. Desde luego que este nuevo rol todavía está en proceso de ser definido de manera clara y exhaustiva. El impacto innegable de la edición digital sobre la economía de la edición impresa es un factor clave en este proceso, pues los mecanismos de comercio establecidos y los flujos de dinero que han sostenido a la edición durante siglos cada vez se cuestionan más. En este punto de inflexión, en el que muchas empresas editoriales de vieja data han tenido que hacer frente a la quiebra, tanto los grandes editores

como los pequeños se esfuerzan por (re)inventarse, por experimentar, por crear híbridos y por explotar (algunos incluso hablan de exprimir al máximo) las características únicas del impreso, al mismo tiempo que integran nuevas características «digitales» —o, por lo menos, parte de la esencia de esas características— a la página impresa. Así mismo, el modelo de impresión por demanda, que está madurando con rapidez, además de revolucionar, como era predecible, los tradicionales mercados de la edición por cuenta del autor y la autopublicación, también ha posibilitado la publicación de diversos materiales experimentales, históricos, colaborativos, actualizables y otros no comerciales. Por supuesto que abundan también los comentarios (muchas veces ilustrativos) de los expertos de los medios sobre todas las nuevas y emocionantes posibilidades que ofrecen estos medios en constante mutación.

La división poco clara de las fronteras entre el papel y los píxeles es el tema del cuarto capítulo, «La muerte del papel: ¿realmente es posible reemplazar la página impresa?». Aquí llevaremos a cabo un examen crítico de diversos aparatos electrónicos, estrategias, plataformas, éxitos y fracasos, teniendo en mente que el tema que pretendemos analizar se encuentra en un estado de flujo constante y que, muchas veces, se define radicalmente por causa de un gesto atrevido de una sola organización o incluso de un individuo. Nuestro reto consistirá en hacer el seguimiento y definir el hilo elusivo que conecta los desarrollos recientes y continuos con ese «algo» que está destinado a convertirse, en la próxima década, en el fundamento estable de la nueva edición digital. Por supuesto que esto es un fenómeno cultural que está afectando al mundo de la edición en todas sus dimensiones: desde la distribución física hasta la naturaleza cambiante de las bibliotecas, pasando por la formulación de nuevos modelos alternativos de venta de productos impresos. No podemos subestimar los cambios culturales y de percepción implicados en este fenómeno; una vez intentemos definirlos, examinaremos de nuevo de qué forma los artistas los están contemplando, no solo de manera conceptual sino también de manera práctica.

Un importante rol que desempeñará el papel en el futuro es, sin lugar a dudas, el de archivo de la información a largo plazo. Debemos, por lo tanto, comprender no solo las propiedades del papel como medio de archivo

sino, además, comprender qué significa exactamente el «archivo digital» de los materiales impresos y cómo las dos cosas juntas están dando forma a aquello que algún día se convertirá en la memoria de nuestra cultura contemporánea. Este será el tema del quinto capítulo, «Archivos distribuidos: contenido en papel proveniente del pasado y contenido en papel para el futuro». Algunas de las preguntas que nos plantearemos aquí son: ¿realmente es el papel el mejor contenedor de nuestra memoria colectiva a largo plazo? ¿De qué manera pueden los archivos impresos pequeños —muchas veces personales— estar disponibles o ponerse a disposición de otros en línea (si no la totalidad de su contenido por lo menos en sus referencias de colección) para beneficio de todas las personas interesadas? ¿Cómo podrían los archivos especializados, que cubren una variedad de temas, ser compartidos usando modelos de archivos distribuidos y *peer-to-peer* («organizados» por individuos y por instituciones pequeñas, y no por grandes corporaciones y burocracias)? En el examen de las posibilidades y la comparación de los diversos esfuerzos industriales, tales como Google Books, que ha definido un paradigma, debemos comprender no solamente de qué forma puede usarse el papel desde ahora sino, también, entender cómo las decisiones que tomemos hoy determinarán si las publicaciones del pasado (reciente) se van a volver (o van a permanecer) visibles o invisibles en el futuro cercano.

El sexto y último capítulo, «La red: transformar la cultura, transformar la edición», se concentra en analizar cómo la red, en tanto concepto cultural y tecnológico, ha posibilitado una transformación estratégica y ha hecho posible por primera vez imaginar e implementar alternativas factibles al papel impreso. Los libros, los periódicos y las revistas electrónicos habrían sido unas alternativas poco interesantes frente al papel si no fuera porque son actualizables y conectables mediante las redes. De forma paradójica, la red (*network*) también ofrece a la edición impresa mejores oportunidades de supervivencia: en efecto, les permite a los editores juntarse con colegas que piensan de manera similar, conectarse con clientes potenciales, cultivar una comprensión colectiva del rol único y complementario del papel dentro de la nueva realidad digital e implementar modelos nuevos y sostenibles de edición «híbrida». Cuando los artistas usan las redes como plataforma para la reflexión crítica y la intervención dentro de la estructura

de distribución global (con lo cual desempeñan un rol mayor en su reconceptualización), la labor de *networking* (explotación de una red) también se convierte en sinónimo de «compartir» productos culturales —que suelen ser materiales poco expuestos o prácticamente invisibles—, ya sean impresos o digitales. Aquí la reputación individual de cada producto cultural (conocido y compartido) se convierte en un factor clave para el éxito de un nuevo modelo de negocio establecido por la red.

Por último, en el «Apéndice» intentamos poner cara a cara los dos mundos (el impreso y el digital) notando sus diferencias y similitudes, y recordando una vez más el carácter de inseparabilidad que en realidad tienen. Incluimos una lista de cien palabras claves y conceptos, tanto en sus encarnaciones digitales como en papel. Terminamos con una «proyección de diapositivas conceptuales», en un esfuerzo por «archivar» temporalmente el estado actual del proceso de investigación que se inicia con este libro, el cual, sin duda, continuará en otros lugares, bajo el entendido perfectamente claro de que el impreso y los píxeles, la celulosa y la electricidad finalmente se están casando (lo cual, desde luego, marca el verdadero comienzo de los problemas). Lo haremos entendiendo, también, que esa relación vital y dinámica se debe ver, sobre todo, como una oportunidad histórica importante para una nueva ola de edición creativa, significativa e independiente.

I La muerte del papel (que nunca ha ocurrido)

Primeras amenazas al medio impreso

En esta era digital, la «muerte del papel» se ha convertido en un concepto posible, que esperamos ver materializado tarde o temprano. La «digitalización de todas las cosas» amenaza explícitamente con suplantar todos los medios «viejos» (es decir, cualquier cosa que abarque contenido, de una manera o de otra). Además, la digitalización promete añadir nuevas cualidades, supuestamente esenciales para el mundo contemporáneo: ser móvil, *buscable*, editable y, tal vez, compartible. En efecto, todos los medios «viejos» han sido modificados de manera radical a partir de sus formas y modalidades anteriores, tal como lo hemos constatado en el caso de los discos, la radio y el video. Por otra parte, ninguno de esos medios ha desaparecido realmente; «nada más» han evolucionado y se han transformado, de acuerdo con los nuevos requerimientos tecnológicos e industriales.

La página impresa, el medio más viejo de todos, parece ser el último de los medios que va a vivir este proceso evolutivo. Esta transformación se ha venido posponiendo indefinidamente, por diversas razones, tanto por parte de la industria como del público en general. En ese sentido, la pregunta bien puede ser: ¿realmente está condenado a desaparecer el papel impreso? ¿En realidad vamos a ser testigos de una proliferación sin fin de pantallas que se apoderarán del panorama de los medios, con lo cual se causará una extinción gradual pero irreversible de la página impresa?

Nunca es fácil predecir el futuro, pero es del todo inútil intentar siquiera visualizarlo sin haber analizado adecuadamente el pasado. Al revisar la historia, podemos ver que la muerte del papel ha sido anunciada en diversos momentos específicos: de hecho, ocurría siempre que un «nuevo» medio se establecía y se hacía popular, al tiempo que cuestionaba profundamente al medio anterior, el «viejo», con el fin de justificar su propia existencia. En aquellos momentos de la historia, se creía que el papel se volvería obsoleto en poco tiempo.

(Nota histórica: el papel, como medio, fue inventado por los egipcios alrededor del año 3500 antes de Cristo, utilizando la planta de papiro y, luego, se estableció definitivamente en China a partir del siglo II después de Cristo, antes de que se combinara con la tecnología revolucionaria de los tipos móviles de la imprenta, creada también en China, con bloques de madera, y luego en Alemania, gracias a Gutenberg, en 1455, con tipos móviles hechos con aleaciones de plomo).

En incontables ocasiones, el rol establecido del papel como medio masivo ha sido cuestionado por diversos teóricos de los medios y expertos en *marketing* que han intentado, de diversas formas, persuadir a la sociedad en general de deshacerse del papel y escoger algún medio nuevo y supuestamente mejor. Este proceso constante parece haberse originado a comienzos del siglo XX, cuando se predijo la muerte del papel —probablemente por primera vez— al cabo de centurias de uso diario. El desarrollo de las redes públicas de electricidad, que permitió la distribución masiva de medios nuevos y revolucionarios, inspiró visiones de un cambio radical en el panorama de los medios (todavía bidimensional), siguiendo una lógica muy de moda de progreso inevitable que todavía perdura aún hoy.

El telégrafo, introducido en la segunda mitad del siglo XIX, fue el primer medio que permitió la transmisión eléctrica de contenido a lo largo de grandes distancias, en tiempo real. A pesar de tener un bajo «ancho de banda», de tan solo unos cuantos caracteres por segundo, esta conexión instantánea entre lugares distantes cambió por completo la forma como la gente manejaba la información, lo que marcó el inicio de la ola «eléctrica» de innovación que llegó a caracterizar el comienzo del siglo siguiente. El periodista Tom Standage, de *The Economist*, llamó al telégrafo el «Internet victoriano»: «el