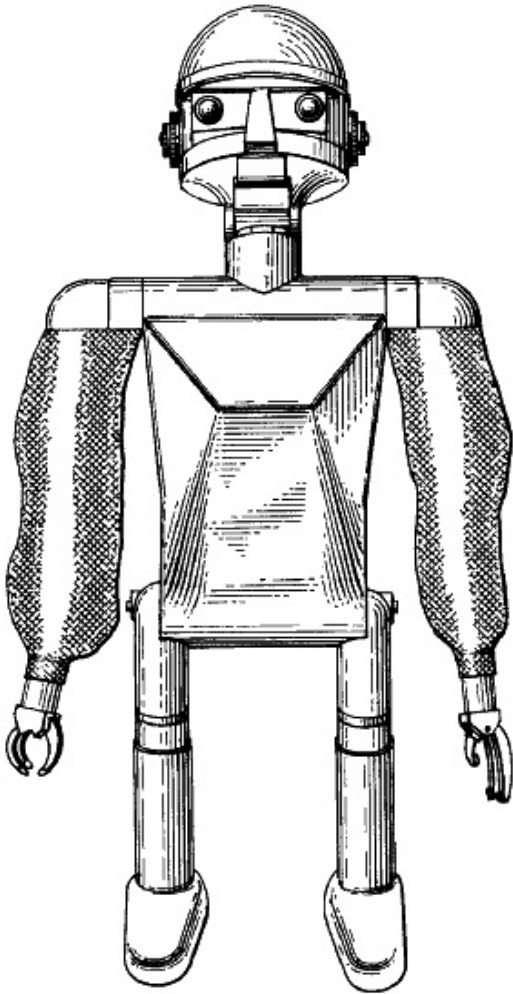


Cómo dejé de temer la muerte de la imprenta y amé la Red

René López Villamar

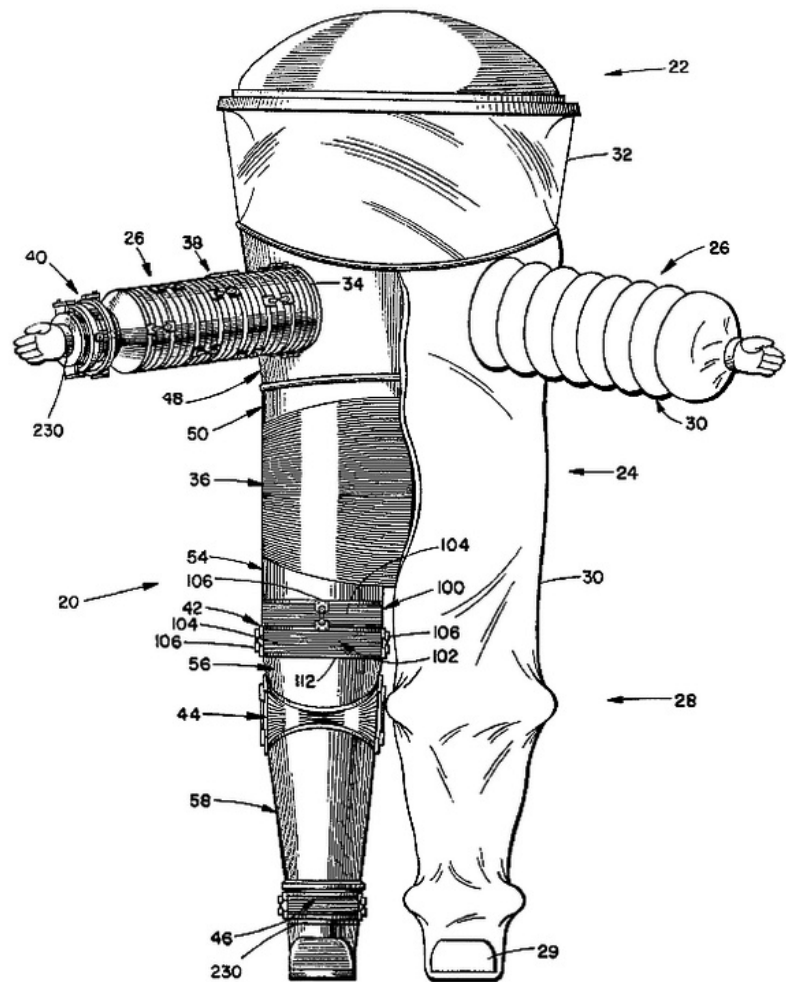


Patente del robot Garco, de Harvey Chapman (1954)

DESDE LA LLEGADA DE INTERNET EXISTE EL TEMOR de que los bits reemplacen al papel. Lo cierto es que cada vez invertimos menos tiempo en la lectura de impresos y más tiempo en la Red, aunque no necesariamente leyendo. Más de una publicación ha dejado de circular físicamente para convertirse en un sitio web. El último caso notable es el de la revista *Newsweek*. Al mismo tiempo, los medios nacidos en Internet cobran cada vez más importancia. Fuera de lo fundado o infundado de este temor, cabe preguntarse si temer la desaparición de los medios impresos está justificado. ¿Qué es lo que perdemos si dejamos de publicar en papel?

Desde 2004 he estado relacionado de una u otra forma con publicaciones digitales: programándolas, diseñándolas, colaborando en ellas, editándolas o vendiéndolas. En algunos casos, como la revista *Hermano-Cerdo.com*, he visto cómo los proyectos crecen y mejoran con el tiempo. La mayoría de las veces, sin embargo, las publicaciones digitales tienen una vida efímera y desaparecen sin pena ni gloria, o con mucha pena, dependiendo de lo ambicioso del plan original.

Conforme la tecnología se simplifica y se vuelve más asequible, el número de publicaciones digitales se multiplica. No sólo compiten entre



ellas por la atención del internauta, sino con las redes sociales, los videos, las fotografías de gatitos y los juegos en línea.

¿Pero qué implica que unas publicaciones tengan éxito y otras no? Eso tiene que ver con los objetivos que se propone cada proyecto y la utilidad para los visitantes. Sin embargo, salvo casos muy específicos, la primera medida del éxito de una publicación digital es su supervivencia, es decir, su capacidad de permanecer un día sí y el otro también funcionando en la Red. Es más o menos lo mismo que le pedimos a una publicación impresa: que sobreviva el paso del tiempo, que tenga tiempo para encontrar a sus lectores.

Aquí las publicaciones digitales y las impresas tienen más o menos el mismo récord. Se suele decir que la velocidad para publicar contenido en Internet hace que el resultado sea menos cuidado. En realidad, esta aseveración no se sostiene. Editar una revista o un libro digital requiere del mismo cuidado que una publicación impresa, si se busca calidad. Al igual que en el papel, se corre el riesgo de que los recursos invertidos no se equiparen a la respuesta de los lectores. La única diferencia palpable es que no terminas con 2,000 ejemplares guardados en una bodega o en un ropero.

De hecho, aunque los avances en computo y redes han vuelto más sencillas que nunca la edición y publicación, la distribución sigue siendo un enorme problema. Sí, internet ha democratizado la publicación de contenidos. Cualquiera con acceso a una computadora puede escribir lo que piensa y compartirlo. Conseguir lectores, sin embargo, es igual de difícil que siempre. La calidad ayuda, por supuesto. Pero si nadie sabe dónde encontrar lo que has escrito, no lo pueden leer.

La difusión y distribución del contenido, incluso en Internet, todavía están en control de unos cuantos actores, la mayoría empresas privadas. Internet te da el potencial para alcanzar a millones de lectores, pero encontrarlos es costoso y difícil. No digo que la distribución para impresos sea más sencilla, sino que dada la facilidad de la Red para copiar y transmitir información, parece increíble que no hayamos encontrado una forma sencilla y al alcance de todos para dar a conocer publicaciones digitales.

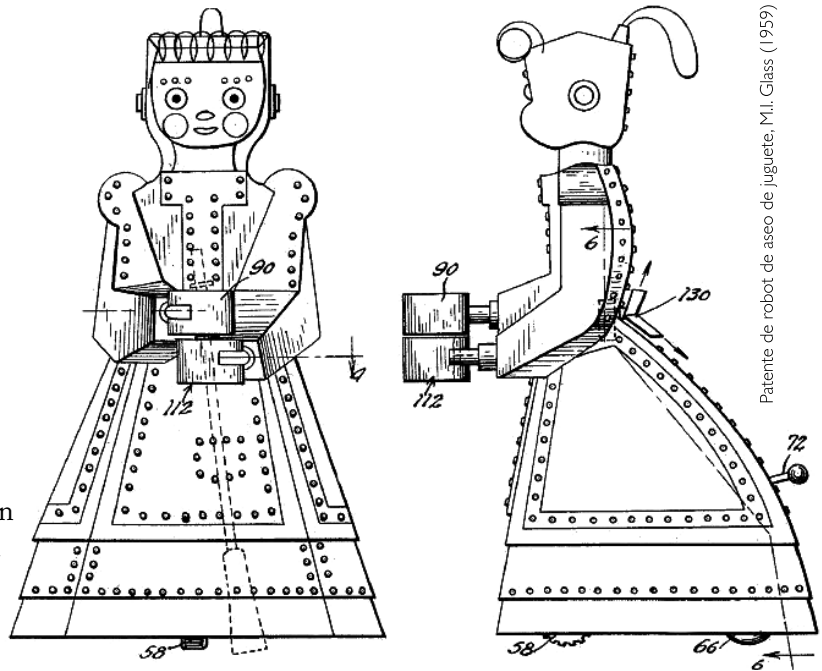
Hemos descubierto algunas claves. Lo esencial, eliminar todas las trabas posibles entre el contenido y sus posibles lectores. En Internet el tiempo del lector es precioso. Un archivo en pdf podía verse muy bien, pero requiere de mucho trabajo: había que descargar el número de la revista, salir del navegador a una aplicación de lectura, revisar en el índice el contenido de nuestro interés, navegar hasta la página en donde se encontraba

ese contenido y tratar de acomodarlo en pantalla a un tamaño apropiado para la lectura. Trasladar la experiencia de leer una revista impresa a Internet no sólo es más difícil, sino contraproducente. Hay que repensar la forma en que se presentaban los contenidos de una revista en pantalla.

Esto puede parecer una mala noticia para los editores que piensan expandir su oferta al mundo digital o incluso mudarse a él. Existe la creencia de que publicar en Internet es barato, porque reduce o desaparece los costos asociados con el almacenamiento y la impresión. Es posible lanzar una iniciativa de publicación digital con una menor inversión que una física, pero también es cierto que si se busca que la publicación sobreviviera y prosperara, requiere del mismo esfuerzo, además de estar abierto al cambio y a adquirir nuevos conocimientos.

No obstante, para mí hay una característica que me hace preferir las publicaciones digitales sobre las físicas. No es la portabilidad, ni la velocidad, ni la facilidad de acceder a ellas. La gran ventaja de las publicaciones digitales es verse enriquecidas constantemente por los propios lectores, que pueden a su vez comentar, glosar, criticar y responder a lo que se publica. Una publicación digital, cuando funciona, crea nuevas publicaciones digitales.

Comencé hablando del temor a la desaparición del papel. Por lo aquí expuesto, pienso que es un temor infundado. Debemos abandonar ese temor y abrazar las posibilidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías para encontrar más lectores. Hay todavía mucho camino por recorrer. Es 2012 y todavía no hay automóviles voladores. En vez de eso, tenemos una superautopista de la información. Aún estamos aprendiendo a conducir en ella. No sé si habría sido más sencillo tener autos voladores, pero no habría resultado tan interesante. Gracias a Internet, el siglo XXI será en el que más se escriba y se lea en la historia de la humanidad. ■■■



Patente de robot de aseo de juguete, M.I. Glass (1959)