

Las revistas digitales:

Hacia el renacimiento editorial

Nace Prototipo, publicación del Departamento de Diseño y Artes que acoge el formato digital como pretexto para integrar a docentes y estudiantes de la institución alrededor del diseño gráfico. Una oportunidad para pensar en el futuro de los medios impresos

Texto e ilustraciones Leonardo Páez Vanegas

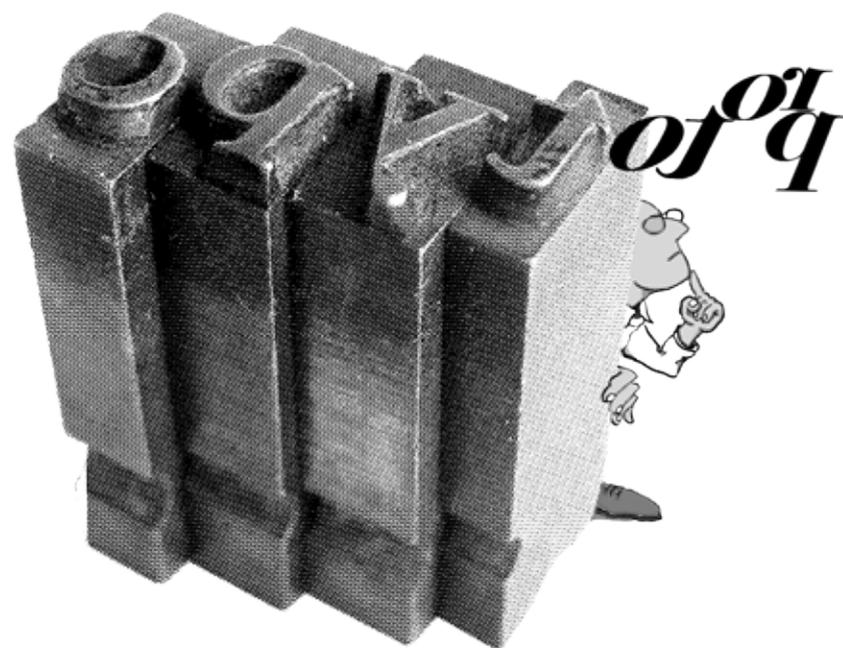
Hace un par de semestres, durante una visita rutinaria con un grupo de estudiantes a un reconocido periódico de circulación nacional,¹ llamó la atención de uno de estos una vitrina que servía como decoración a la oficina donde funcionaba la redacción, en la que estaban pulcramente exhibidos los ejemplares más connotados de las ediciones especiales que este diario publicó cuando un acontecimiento de singular importancia sucedía y no quedaba registrado en la edición corriente del periódico. Aparecían entonces valiosos ejemplares

¹ Aunque no lo menciono con nombre propio, en Colombia tristemente resulta muy fácil adivinar cuál es: sólo quedan dos y uno de ellos está en manos de extranjeros

que daban cuenta de la muerte de Pablo Escobar, el ataque a las Torres Gemelas y algún logro olímpico de un deportista criollo, todos ellos ocurridos en horas en las que era muy tarde para incluirlos en la edición regular pero muy temprano para esperar a ser publicados al día siguiente. De esta manera, el alumno curioso resolvió preguntar cómo era el proceso para llevar a cabo una edición extraordinaria en el periódico, a lo que el encargado de atender nuestra visita respondió que hacía mucho no se llevaban a cabo este tipo de tareas y la razón para esto era “para qué gastar papel publicando datos añejos que la tv o internet actualizaban cada minuto”. La respuesta fue tan contundente

“

para qué gastar papel publicando datos añejos que la tv o internet actualizaban cada minuto”



te que no pude evitar sentirme como un timador, ya que el objetivo de la visita y de buena parte de la asignatura que entonces impartía era precisamente mirar los medios impresos como una alternativa al desarrollo profesional en el diseño gráfico.

El año pasado dentro de la avalancha informativa que provocó la profunda crisis económica mundial, pocos repararon en las noticias que llegaron desde diferentes casas editoriales de los Estados Unidos, en las que se anunciaban consecutivas quiebras que, aunque en buena medida estaban asociadas a la crisis que se vivía, en el fondo no eran otra cosa que la punta del iceberg que presagiaba la agonía de la otrora poderosa y floreciente industria de los medios de comunicación impresos. Conglomerados como el Tribune Co., del que hacen parte diarios tan connotados como Los Ángeles Times y Chicago Tribune que hizo pública su bancarrota a finales del 2009 o el renombrado Washington Post que confirmó el cierre de sus corresponsalías en Nueva York, Los Ángeles y Chicago a partir del 31 de diciembre del mismo año, son síntoma de una ten-

dencia que va más allá de esta coyuntura económica. Solo el USA Today y el Wall Street Journal lograron incrementar su circulación en la modesta cifra del 0.01 por ciento.

Es evidente que estas cifras están llevando a un replanteamiento del negocio, tal como lo señala el periódico español El Confidencial cuando analiza la iniciativa del diario El País de España alrededor del auge de los diarios “online”: “Los periódicos de pago atraviesan en el mundo occidental por una crisis originada por el estancamiento o la caída de las ventas, debido a la penetración de Internet entre la población y a la irrupción en el mercado de la prensa gratuita. Además, el llamado poder gris, o cuarto poder, debe hacer frente a nuevas formas de comunicación, como son los ciudadanos agrupados en foros o la difusión de la información a través de redes de blogs”.

En Colombia, aunque la conectividad está muy lejos de enterrar definitivamente a los medios de comunicación impresos, estos mismos síntomas empiezan a sentirse de manera cada vez más frecuente.

Aún hoy recordamos la breve desaparición diaria de El Espectador y el posterior regreso de su letargo como hebdomadario en el muy europeo formato tabloide, enfrentando la amenaza de publicaciones gratuitas (otra tendencia mundial de vieja data) como ADN, de la Casa Editorial El Tiempo.

Literatura a la carta

Aunque solo me he referido al mundo de los diarios, es necesario dirigir la mirada hacia otro importante actor de la industria editorial como son los libros. El

de Apple así como sus competidores, el Kindle de Amazon o el Nook de Barnes & Noble, son una muestra de cómo la literatura “online” está lista para inundar, con precios muy atractivos y tentadoras ofertas de libros por suscripción el mercado de la lectura en el mundo. No obstante, para quienes disfrutamos del placer de los buenos impresos, estos novedosos artefactos aún están lejos de abarcar todas las dimensiones que un lector debe experimentar frente a un libro: “El tipo de papel y de letra me hablan del gusto del editor, que habla de la calidad del libro. Luego hay cosas más indemostrables, sí: los lectores de literatura, por ejemplo, se relacionan con el grosor de una novela de maneras particulares. Comprobar con las manos y los ojos que la escena más importante de una novela ocurre a la mitad, o que un motivo que encontramos cuando hemos leído una cuarta parte se corresponde con otro que hay cuando nos falta una cuarta parte para el final, nos dan informaciones acerca del libro que un lector de textos técnicos no entiende muy



“ si yo
tuviera que
dejar un
mensaje
a la
posteridad,
lo haría en
forma de
libro, y no
de disco”

bien.”, como lo afirma el escritor Juan Gabriel Vásquez.³

O, como le expresaría Umberto Eco, refiriéndose a su reciente ensayo “No esperen librarse de los libros”: “No sabemos cuánto durará un disquete, pero de hecho casi ninguna computadora es capaz ya de leer los “floppy discs”. No sabemos si estos disquetes habrían sobrevivido 1.000 años, pero sospechamos que no habrían podido superar unos 30 años. Por eso, si yo tuviera que dejar un mensaje a la posteridad, lo haría en forma de libro, y no de disco”.

¿Y las revistas qué?

Históricamente las revistas han sido concebidas como una especie de híbrido que nació del dinamismo de la prensa y la profundidad de los libros, y aunque hoy en día muy pocas conservan el equilibrio de esas características, podríamos decir que esa dualidad le ha permitido

³ *El Espectador*, columna de opinión *Está bien: hablemos de la muerte del libro* por Juan Gabriel Vásquez. Junio 25 de 2009.

moverse con agilidad en el terreno “online” sin renunciar a su condición de medio impreso. De la misma forma que los libros impresos permiten una relación tan íntima con su lector, las revistas por sus características físicas también establecen una muy directa con su público. Recurriendo a ejemplos tan superficiales como el goce de leer una añeja revista mientras se espera a la consulta odontológica o a la tijera del peluquero, hasta casos como el deleite de ver, tocar y hasta oler una impecable edición de la National Geographic o de Life, con sus tradicionalmente impactantes imágenes, podríamos avizorar un largo futuro para las revistas impresas. Sin embargo, en el terreno digital, editores y diseñadores han logrado abrir un importante escenario para la experimentación visual dentro de este formato gracias a la flexibilidad que ofrece. Desde luego, en primera fila aparecen las revistas de corte noticioso que han evolucionado hasta convertirse en eficientes portales que se actualizan cada minuto y

a la vez ofrecen el análisis al que tienen acostumbrados a sus lectores.

Actualmente internet ofrece infinidad de alternativas en este género editorial, algunos visualmente estructurados dentro del formato web y otros que evocan la experiencia clásica del lector apelando a las ventajas que ofrecen algunos recursos digitales de diagramación.

Este es el caso de Prototipo, un esfuerzo conjunto del Departamento de Diseño y Artes de la Facultad de Mercadeo, Comunicación y Artes del Politécnico Grancolombiano, en el que pretendemos rescatar el gusto por la lectura y por el buen diseño, a través de una revista en formato digital que sirva como pretexto para visibilizar el trabajo y las opiniones de nuestros docentes y estudiantes. A partir de este número 0 buscaremos llevar a ustedes lo mejor del trabajo de nuestros docentes, estudiantes y de todos aquellos que quieran participar en esta iniciativa que hoy abre sus páginas, literalmente y digitalmente.

