

# Medios impresos vs. Medios digitales

---

Por Hugo Germán Santander Posada

La vigencia de los impresos excede los periódicos los libros y las revistas.  
¿Sobrevivirán a la era digital los sistemas de impresión?



De un tiempo para acá, sobre todo desde la irrupción de internet, para acceder a contenidos informativos, se viene hablando de la desaparición de los impresos. Es una realidad que los periódicos impresos están desapareciendo en el mundo, que están migrando o ya migraron a

plataformas digitales.

Lo mismo se piensa respecto a los libros. Frank Romano profesor del Instituto Tecnológico de Rochester en Estados Unidos de América, dice para el sitio web WhatTheyThink: «Creo que la gran mayoría de los libros impresos se harán bajo demanda. Ellos se harán de uno en uno, o unos pocos a la vez. En muchos casos, cuando usted pida un libro, el libro se imprimirá para usted y tendrá una cubierta y alguien diseñara la cubierta. Así que el mundo del diseño de libros seguirá existiendo».<sup>1</sup> Sin embargo Frank Romano también se refiere a un futuro «bitextual» en donde los usuarios de *smartphones*, *ipad* o *Kindle* tendrán una versión de sus textos preferidos en esos dispositivos electrónicos. Al regresar a sus hogares, tendrán de nuevo acceso a ese objeto, que para muchos es decorativo.

Desde mi punto de vista, el error de pensar que los impresos están en cuidados intensivos o ya han muerto, está en que desconocer que no son únicamente periódicos, revistas y libros. Para fortalecer este concepto basta con ir a un almacén de grandes superficies y mirar alrededor nuestro. Todo lo que vemos es diseño gráfico y empaques impresos. Tintas sobre plástico, cartón, papel, vidrio, tela, e impresiones publicitarias de gran formato en diversos sustratos.

Mira a tu alrededor, seguro que alguien tiene una camiseta con una impresión en el pecho o está comiendo o bebiendo un producto que tiene impresos logotipos, eslóganes y tablas nutricionales al respaldo. Esto es interesante. Cuando compramos un producto por primera vez, antes de probarlo, tenemos contacto con el diseño gráfico del empaque y con el empaque mismo. Posteriormente cuando ya conocemos por medio de nuestros sentidos lo que hemos comprado, decidimos si queremos repetir la compra y la experiencia. En un supermercado en la sección de cafés, a pesar de mi gusto por una marca determinada, me veo constantemente tentado por las presentaciones de otras marcas. Pero lo que veo en los aparadores no es el café, sino el diseño gráfico del empaque. El empaque es el que me seduce, no el sabor del café.

Los ejemplos a nuestro alrededor son abrumadores: empaques, impresión digital de gran formato para stands, vehículos y vallas; camisetas, maletas, libros, revistas y periódicos. Se siguen imprimiendo libros, revistas y periódicos. Lo que ha cambiado es la forma en que el usuario se relaciona con ellos.

## **Un nuevo modelo de negocio para la prensa impresa**

Sergio Quijano, gerente de Publmetro, en entrevista para la revista Dinero<sup>2</sup> habla de las bondades del modelo de prensa gratuita en el mundo. La palabra «gratuita» es la clave del éxito en que este impreso, se está relacionando con usuarios tradicionales y nuevos. Los diarios gratis, no son tan gratuitos. Para que se regalen, la pauta publicitaria ya ha sido vendida antes de ser impresa.

Esto es bueno para las editoriales, ya que frente al diario que debe salir a ser vendido, el nuevo modelo ya está pago antes de ser distribuido. Lo gratis deleita al consumidor, a quién le gusta ser consentido y una vez llega el periódico a su sitio de distribución, no pasa mucho

tiempo para que los ejemplares estén en sus manos.

## **¿Relamenten están desapareciendo los libros impresos?**

La forma en que los usuarios se relacionan con los libros ha cambiado. Desde Gutenberg, el libro constituyó la fuente principal de difusión de pensamiento. También le conferimos el carácter de objeto suntuoso, coleccionable y amado. Esta relación de afecto con el objeto que abre puertas a otros mundos, es argumento de los defensores del libro impreso.

¿Si el libro desapareció, por qué el frenesí adquisitivo de los compradores que asisten a las ferias del libro a nivel mundial? En la página web de la Cámara Colombiana del Libro,<sup>3</sup> están relacionados once eventos alrededor del mundo. Londres, Guadalajara, Frankfurt, Puerto Rico, Panamá, Madrid (que junto a su feria acoge otro evento denominado Liber 17), Buenos Aires, Bogotá, Bolonia (con su feria infantil del libro) y el *Salon du livre* de París. Según el portal argentino La Voz<sup>4</sup> en su listado *Las 10 ferias del libro más importantes en el mundo* están: Bookexpo en Estados Unidos, la Feria Mundial del Libro de Nueva Delhi, la Feria Internacional del Libro de Tokio (que lleva la vanguardia en e-books) y la Feria del libro de El Cairo. ¿Entonces, está desapareciendo el libro impreso?

Si vemos los referentes anteriores se celebran ferias del libro en países del primer mundo donde, supuestamente, todos sus habitantes pueden acceder a los contenidos mediante nuevas tecnologías, dejando atrás los libros impresos. Netflix no va a acabar con la experiencia de asistir a la sala de cine y la televisión en directo no va a acabar con la asistencia a los estadios. Con la irrupción de la televisión en los hogares se habló de la desaparición de la radio. Hoy tenemos *podcasts* de narraciones auditivas al estilo de las antiguas radionovelas que son furor, y qué decir de la vigencia de la radio como medio de comunicación. Del mismo modo, los libros impresos, la tinta sobre el papel tienen un lugar en la sociedad que no va a desaparecer.

## **Los impresos que sí están desapareciendo o ya desaparecieron**

Las editoriales ya no están invirtiendo en proyectos de enciclopedias o diccionarios, lo cual es lógico. Si necesito la traducción de una frase del inglés al español, en internet no solo obtengo su significado, sino que también puedo escuchar su pronunciación. Además, tengo la opción de hablar y que la aplicación haga la traducción. Esto no era posible con un diccionario impreso y conocimientos de gramática en las dos lenguas. ¿Y si necesitaba la misma frase traducida al francés, al eslovaco y al mandarín? Eran necesarios tres libros, cada uno para el idioma correspondiente.

La industria gráfica del empaque de alimentos y productos está en auge desde la primera revolución industrial. Eso implica que se necesita diseñar e imprimir esos empaques. Empaques primarios, secundarios y terciarios. E incluso debe imprimirse la marca del producto en el embalaje de cartón corrugado que va a contener a todos los anteriores. Estos

empaques son impresos en serigrafía, rotograbado, flexografía, offset plano, offset seco o digital. En fin, afortunadamente la industria del impreso no ha muerto y seguramente esa profecía no se cumpla jamás.

Publicado el 07/01/2019

- 
1. Citas obtenidas del artículo [Frank Romano Opina Acerca del Futuro de los Libros](#), escrito por Camilo Lozano en Notigrafix.com.
  2. Ver la nota en [dinero.com](#).
  3. Ver [listado de ferias del libro](#) en el sitio de la Cámara Colombiana del libro.
  4. Ver artículo [Las 10 ferias del libro más importantes del mundo](#) en La Voz.



ISSN 1851-5606  
<https://foroalfa.org/articulos/medios-impresos-vs-medios-digitales>

