**Autopublicarse en la era posdigital: libros que se imprimen bajo demanda**

**La impresión no murió, se reinventó**

Llevamos décadas escuchando que el papel está en vías de extinción. Que los libros físicos desaparecerán porque la era digital se lo llevará todo por delante. Sin embargo, ha pasado justo lo contrario: se imprime más que nunca. No por nostalgia, sino porque las herramientas digitales han facilitado el proceso de una forma nunca vista. Gracias a los ordenadores, las impresoras digitales y los programas de autoedición, cualquiera puede producir un documento con calidad profesional, sin depender de grandes editoriales ni tiradas enormes.

Vivimos en un momento postdigital. Ya no estamos deslumbrados por la novedad de lo digital; ahora forma parte del paisaje. Lo usamos para todo. Pero eso no ha sustituido lo analógico, sino que lo ha reconfigurado. Conviven, se complementan. Y uno de los puntos donde esa convivencia se vuelve más interesante es en la impresión bajo demanda, también conocida como impresión a la carta.

**Qué es la impresión a la carta y por qué es clave**

La lógica es sencilla: preparas un archivo (generalmente un PDF con tu contenido), lo subes a una plataforma, eliges cómo quieres el libro (tamaño, encuadernación, papel, portada), y decides cuántas copias quieres. Una, diez, cien. No necesitas hacer una tirada mínima. No necesitas pagar por mil libros que después no sabes dónde guardar. Y no necesitas ser diseñador y maquetador profesional: con algo de atención y ganas, puedes tener tu libro en las manos por un coste accesible.

La impresión a la carta ha abierto una puerta que antes estaba cerrada. Publicar un libro ya no requiere que una editorial te elija ni que firmes un contrato. Puedes hacerlo tú, a tu ritmo y con tus reglas. Y lo mejor es que, aunque el libro sea autopublicado, no pierde presencia física: es un objeto tangible, legible, que se puede tocar, regalar o exhibir.

En este contexto, no solo los escritores se han subido al tren de la autopublicación. También lo han hecho los artistas, que han encontrado en este sistema una manera de experimentar con el formato libro de formas insospechadas.

**Cuando los artistas toman las riendas**

La idea del libro como medio artístico no es nueva. Desde las vanguardias del siglo XX, muchos artistas han utilizado este formato para explorar narrativas visuales, secuencias, tipografías y materiales. Pero en los últimos años, con el auge de las plataformas de impresión a la carta, ese impulso ha encontrado una vía rápida, flexible y barata para materializarse.

Ya no dependen de galerías, museos ni editoriales. Pueden producir su obra directamente, distribuirla en ferias de libros, enviarla por correo o subirla a catálogos online. Y lo que es más interesante: pueden jugar con los límites del sistema.

La autopublicación artística no solo se ha expandido, sino que ha generado una nueva escena: festivales, encuentros, archivos y colecciones dedicadas exclusivamente a estos libros. No son publicaciones convencionales. Son objetos experimentales que ponen a prueba tanto el soporte como las normas del mercado editorial.

**Blank On Demand: un libro blanco con mucho que decir**

En este campo, hay obras que destacan por su ingenio. Un ejemplo es *Blank On Demand*, un proyecto de Silvio Lorusso y Giulia Ciliberto. Consiste en dos libros totalmente blancos: sin texto, sin imágenes, solo el ISBN. Uno tiene el tamaño mínimo y el otro el máximo permitido por la plataforma. No hay contenido, pero hay mensaje.

El experimento explora los límites del sistema: qué es publicable, qué se considera un libro, cómo se define el contenido. Juega con la paradoja de publicar "nada", y al mismo tiempo se vale del ISBN para declarar que, oficialmente, es una obra registrada y reconocida. En ese vacío visual hay una crítica clara, un juego conceptual, una forma de decir que el medio también es mensaje.

**The Black Book: tinta y presupuesto**

Del blanco al negro, literalmente. *The Black Book*, de Jean Keller, es un libro completamente impreso en negro, por ambas caras. Son 740 páginas que no muestran nada legible, solo una mancha continua. Pero no es solo una provocación estética: también es un comentario sobre los modelos de precios de la impresión a la carta.

Como las plataformas suelen cobrar por número de páginas y no por cantidad de tinta, el autor encontró una manera de aprovechar el sistema: imprimir una gran cantidad de tinta en cada página sin pagar más por ello. Es una ironía hecha objeto, un ejemplo de cómo los márgenes del sistema pueden volverse espacio creativo.

**Camouflaged Books: engañar a la máquina**

Otro caso interesante es el proyecto *Camouflaged Books*, de Jasper Otto Eisenecker. Aquí el juego es con la censura automatizada. Muchas plataformas de impresión a la carta bloquean contenidos que detectan como ofensivos o inapropiados mediante algoritmos. Eisenacher crea libros que "camuflan" esos contenidos visualmente para evitar que sean detectados.

No se trata solo de eludir las normas, sino de cuestionarlas. ¿Qué queda fuera? ¿Quién decide qué es aceptable? ¿Puede una máquina entender el contexto de una imagen o un texto? Estas publicaciones no solo buscan provocar, sino abrir debates sobre los filtros, la automatización y la libertad editorial.

**Print Wikipedia: el archivo imposible**

Si hay un proyecto que muestra hasta dónde puede llegar esta tecnología, ese es *Print Wikipedia*, del artista Michael Mandiberg. En abril de 2015, descargó la totalidad de la Wikipedia en inglés (hasta ese momento) y la convirtió en 7.473 volúmenes. De todos ellos, se imprimieron 106, que fueron exhibidos en una instalación física.

La idea no era que alguien los leyera. Era demostrar visualmente lo que significa esa acumulación de conocimiento colectivo, gratuito y digital. La impresión a la carta sirvió para convertir un archivo intangible en un monumento físico. Para cargar los archivos en la plataforma se necesitaron más de 24 días. No es una obra práctica, pero sí poderosa: habla del exceso, de lo inabarcable y de la relación entre lo digital y lo físico.

**Anonymous Press: fanzines automáticos desde internet**

No todo tiene que ser monumental. También hay proyectos pequeños, casi domésticos, que exploran lo digital con ligereza. Uno de ellos es *Anonymous Press*, una plataforma editorial que permitía a cualquier usuario generar un mini-libro a partir de imágenes recogidas en bases de datos online. Seleccionamos un tema, el sistema generaba la publicación y te ofrecía la posibilidad de imprimirla por 3 dólares.

Aunque ya no está activo, su catálogo sigue disponible. Es un archivo curioso y vivo de publicaciones creadas por usuarios anónimos, una especie de fanzine digitalizado que mezcla la espontaneidad de internet con la materialidad de la impresión.

**Autopublicarse no es solo publicar**

Lo que une a todos estos proyectos es la posibilidad de usar la tecnología como herramienta de creación y de cuestionamiento. La impresión a la carta no es solo una solución práctica para publicar sin intermediarios. Es también un campo fértil para experimentar, hackear sistemas, jugar con los límites del libro como objeto y del arte como mensaje.

Y al final, lo interesante no es solo lo que se publica, sino ***cómo*** se publica. La autopublicación permite tomar decisiones desde el inicio: el formato, el precio, la estética, el canal de distribución. Es una manera de apropiarse del proceso completo, y eso cambia el resultado.

No es casualidad que cada vez más artistas, diseñadores, investigadores e incluso aficionados elijan esta vía. Porque les da control, libertad, y sobre todo, una relación directa con su obra y su público.