

El año uno de la autopublicación: Alberto Durero y su *Apocalipsis*

*Year One of Self-Publishing:
Albrecht Dürer and His Apocalypse*

Raúl Marcó del Pont Lalli

Resumen

La revolución digital modifica todo y no deja ningún punto fijo en el horizonte, por lo que nos presiona para despedirnos de las certezas sobre las que descansó el mundo moderno. Y la edición es uno de los grandes afectados por esta profunda mutación. Como todo se percibe novedoso, el cambio niega o desdibuja los aportes de una larga historia del mundo editorial. Tal es el caso de la autoimpresión, un fenómeno que ha cobrado una fuerza enorme y desafía a la industria establecida del libro. Este artículo reta esa mirada que anquilosa a la edición antes de Amazon y recupera como distinguido antecedente el primer libro autoeditado del que tengamos noticia, producido en un improbable 1498 por Alberto Durero, una de las figuras descolantes del Renacimiento germánico temprano.

Palabras clave: autoedición, Renacimiento, incunables, prensa de vanidad, mundo editorial.

Abstract

The digital revolution changes everything and leaves no fixed points on the horizon of practices, bidding farewell to the certainties on which the modern world rested. Publishing is one of the major players affected by this profound mutation. And, as everything is perceived as novel, such change denies or blurs the contributions of a long history of the publishing world. Such is the case of self-publishing, a phenomenon that has gained enormous strength and challenged the established book industry. This article defies the view that stiffens publishing before Amazon and recovers as a distinguished antecedent the first self-published book we know of, produced in an improbable 1498 by Albrecht Dürer, one of the outstanding figures of the early German Renaissance.

Keywords: self-publishing, Renaissance, incunabula, vanity press, publishing world.

CÓMO CITAR ESTE TRABAJO

Marcó del Pont Lalli, R. (2025, noviembre-enero). El año uno de la autopublicación: Alberto Durero y su *Apocalipsis*. *Revista Digital Universitaria* (RDU), 26(4). <http://doi.org/10.22201/ceide.16076079e.2025.26.5.10>

Raúl Marcó del Pont Lalli

Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Geografía, Ciudad de México, México

Doctorando en ciencias antropológicas por la Universidad Autónoma Metropolitana, plantel Iztapalapa. Es editor técnico en el Instituto de Geografía de la UNAM. Su trayectoria combina práctica editorial e investigación independiente en temas como la edición académica, la historia del libro y la comunicación científica.

 0000-0003-0483-2915

 <https://raulmarcodelpont.wordpress.com>

Cinco títulos nuevos cada treinta segundos

En el mundo editorial, una obra enviada para su posible publicación, digamos a Planeta o Random House, tiene todas las posibilidades en contra. Un artículo en *The New York Book Review* calculó que las probabilidades de un escrito de ser aceptado eran de sólo 2 entre 29,998 (Menaker, 1981, p. 3).

La galopante escolarización posterior a la Segunda Guerra Mundial explica, al menos en parte, que todo ciudadano quiera convertirse en autor. Sin embargo, la escasez de tiempo, de fondos o de energía obliga a las casas editoras a tomar decisiones y escoger una ínfima parte de los materiales recibidos. Y, no obstante este recorte inmenso, el mundo recibe cinco nuevos títulos cada treinta segundos.¹

Esa enorme masa de autores y escritos encontró en la autopublicación una salida. Y, aunque fue durante varias décadas ninguneada, se convirtió, en buena medida gracias a las posibilidades de producción y comercialización que abrió la digitalización, en un mundo paralelo y en competencia con los enormes grupos editoriales, como Penguin, Hachette, Anaya, Planeta, que, a pesar de continuar con un enorme poder, han visto notoriamente desafiada su relevancia.

¿Qué es la *autopublicación*? Podemos entenderla como el proceso editorial donde el autor de una obra es también el principal agente implicado en su publicación. En una editorial comercial la selección de los textos, que realiza un editor, está en el corazón del proceso. Los que se consideran mejores, normalmente los que se estime que puedan dar ganancias, tienen un lugar asegurado en las librerías. En el caso de los autopublicados, ese embudo selectivo fue desechado. Todo el proceso, toda la maquinaria, está dirigido a que el autor, aunque desconozca ese mundo, en poco tiempo pueda encontrarse con su libro impreso y puesto a la venta con un cierto esfuerzo de promoción.

En *Book Wars*, el sociólogo inglés John B. Thompson (2021) asegura que no hay un mapeo completo de este nuevo continente ni de su historia, pero que es posible delinearlos con brochazos gruesos y dividirlo en tres momentos. La impresión sin editores, la de los autores por su propia cuenta, comenzó de manera más sistemática durante la primera mitad del siglo XX, con lo que por entonces se llamaban despectivamente editoriales de vanidad (*vanity presses*). Estamos hablando de 1949, cuando los autores tenían que cubrir lo que hoy se antoja una pequeña fortuna: entre 5000 y 25,000 dólares por editar, imprimir y promover su obra.

¹ Esta cantidad es una actualización de la muy citada cuenta de Gabriel Zaid (1996, p. 19), que, con datos de mediados de los años 1990, consideraba un millón de nuevos títulos anuales. Las cifras actuales, incluyendo autopublicados, quintuplican esa cifra.

La segunda fase tuvo lugar cuando hicieron su aparición los autoeditores de impresión bajo demanda, en la década de 1990: la impresión digital ya permitía tirajes reducidos con la misma calidad del offset. Ya no era necesario imprimir mil ejemplares para un costo unitario decente, eso se podía lograr produciendo unos pocos ejemplares y, sin un cargo adicional, imprimir más adelante los que se fueran necesitando. Además, los servicios abonados no superaban los 300 dólares.

Y así llegamos a los inicios del siglo XXI, cuando, nuevamente, el modelo de edición se puso de cabeza. Ahora los autores interesados en publicar no tendrían que pagar por hacerlo; por el contrario, la plataforma en la que publicaran, como Smashwords, Lulu o Blurb, Wattpad y Unbound, y, como iba a faltar, Amazon, le pagarían al autor, siempre y cuando su obra se vendiera, quedándose con una comisión para cubrir sus costes, notoriamente menor, por cierto, a la que se llevan hoy los libreros físicos.

Los datos son difíciles de comparar, en buena medida porque el principal autoeditor, Amazon, no da a conocer sus cifras. Sin embargo, la información derivada de la producción con ISBN indica que los autopublicados alcanzan los poco más de dos millones, mientras que la impresión tradicional rondaba los tres millones (Milot, 2023).

Como el mundo del libro se considera un ámbito aferrado a prácticas arcanas y seguridades inalterables, revisar antecedentes vetustos de un proceso novedoso, como la autopublicación, puede verse como una pérdida de tiempo. Es así que varios estudiosos consideran un pasado muy breve. Por ejemplo, Thompson (2021) menciona como una de las primeras *vanity presses* a **Dorrance Publishing**, puesta en marcha en Pittsburgh en 1920. Por su parte, Daniel Benchimol, en una revisión del sector en América Latina, destaca como al ancestro más vetusto a Marcel Proust, quien ante el rechazo editorial de *Por el camino de Swann*, decidió pagar en 1913 con fondos propios no sólo la impresión de su obra, sino a un editor para que “publicara una reseña que él escribió en periódicos de la época, con el fin de fomentar el reconocimiento de su obra” (Benchimol, 2018, p. 13), algo que hoy es una práctica habitual.² Sin embargo, la autopublicación tiene un inesperado ancestro célebre distante en el tiempo...

El *Apocalipsis* de la autopublicación

En 1498, el artista alemán Alberto Durero (1471-1528) publicó el *Apocalipsis*, un libro de quince grabados en madera de gran tamaño, elaborados con una maestría inigualable, y que fue el primero que no se hizo por encargo de algún mecenas. Hacía poco más de cuarenta años que Gutenberg había comenzado a cambiar el mundo con la impresión de su Biblia de 42 líneas. Y Durero, sin

²Laquintano alarga la tradición hasta el siglo XIX y el enorme número de propuestas para publicar por entonces (2018, p. 3).

dudarlo, echó mano de ese nuevo y poderoso medio de comunicación, y dio a luz la primera obra diseñada, editada e impresa por cuenta y riesgo de un artista del que tenemos noticia (Panofsky, 1982, p. 75; Rublack, 2023, p. 2).³

Eran los tiempos de los incunables (literalmente, en la cuna), cuando el más vetusto de los medios de comunicación estaba tratando de entender hacia dónde podía dirigirse, aunque ya estaba, como decía Francis Bacon, “cambiando la apariencia y la condición del mundo entero” (Eisenstein, 2010, p. 3). Un universo inestablemente cambiante, similar al de nuestra presente mutación digital.

Que Durero fuera el artífice del primer libro autopublicado mucho se lo debe a que fue el artista de inicios de la modernidad que mejor entendió hacia dónde soplaban los nuevos vientos, y como pocos hizo que sus proyectos coincidieran con el rumbo de los cambios.

Autor del primer autorretrato independiente de la historia (Panofsky, 1982, p. 68), mostró una creatividad y una ambición enormes. Produjo un sinfín de obras innovadoras para diferentes soportes que fueron las primeras de su género. Fue también el primer artista visual en cuya obra tanto el arte como la autobiografía están indisolublemente vinculados (ver figura 1).



Figura 1. Algunos de los autorretratos de Alberto Durero (1484, 1493, 1498 y 1500). El primero de ellos es cuando aún era un niño.

Créditos: Durero en Wikimedia Commons.

³ Panofsky también señala que hubo otro texto, la *Crónica de Núrenberg*, impreso por iniciativa de Michael Wolgemut, otro grabador y pintor alemán, y el pintor Hans Pleydenwurff, que podría considerarse también un antecedente de la autedición (1982, pp. 77-78).

Impulsado por las posibilidades de una nueva era de la impresión, Durero también produjo xilografías baratas de temas novedosos con detalles naturalistas. Uno de sus grabados más famosos parece como si realmente hubiera visto al rinoceronte indio que desembarcó en Lisboa en 1515, aunque no fue así (ver figura 2).⁴

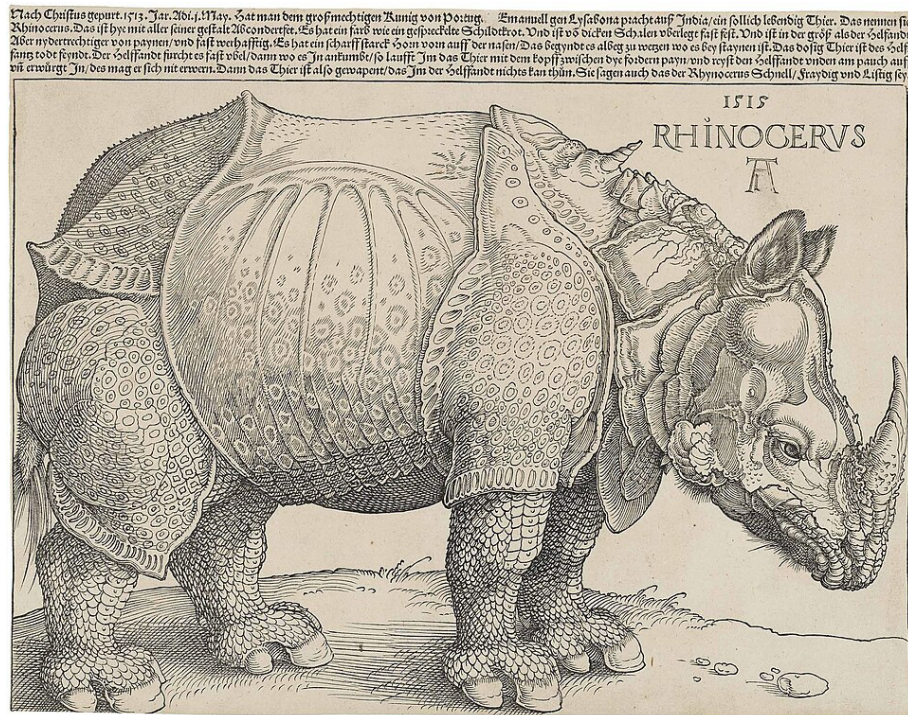


Figura 2. Alberto Durero, *Rhinocerus* (1515), Metropolitan Museum of Art.

Créditos: Durero en Wikimedia Commons.

⁴El pobre animal, de una especie india hoy extinta, no había sido visto en Europa desde el siglo III y fue un regalo del sultán de Gujarat al gobernador portugués en la India, quien amablemente se lo mandó al rey de Portugal, Manuel I. Después de varias peripecias, como intentar ponerlo a pelear con un elefante, que huyó despavorido, el rinoceronte se ahogó en un naufragio cuando iba como regalo al Papa León X (Rublack, 2023, p. 285). Es posible que sea la imagen de un animal de mayor influencia en las artes (véase, como muestra, la versión de Salvador Dalí, *Rinoceronte vestido con puntillas*, de 1956.

Durero vivía en Núremberg, una ciudad con un enorme movimiento comercial y de ideas, que contaba con varias imprentas en funcionamiento a principios de la década de 1470. Uno de los impresores más destacados, Anton Koberger, publicaba hacia 1475 ediciones de la Vulgata, la Biblia en latín, algunas con grabados en madera, y era, casualmente, padrino de Durero (Rublack, 2023). A esto hay que añadirle que su padre era orfebre, con quien pasó años trabajando y aprendiendo en su taller, hasta que, contra la tradición medieval de continuidad artesanal padre-hijo, obtuvo el permiso de su progenitor para cambiar de profesión y seguir sus deseos y, claramente, sus enormes habilidades.

Durero fue un constante viajero. Una vez decidido su camino como artista plástico, visitó algunos de los talleres de los pintores más famosos de la época, tanto en Alemania como en Venecia. De ellos regresó cargado de ideas y fue entonces cuando compró su propia imprenta y publicó su *Apocalipsis* (1496-1498), un espectro aterrador de plagas devastadoras, hambrunas y guerras al final de los tiempos.

Apocalipsis o *Las revelaciones de san Juan el Divino*, como también se le conoce, por ser la imagen de su martirio con la que abre el libro, es sorprendente por ser el primer libro del arte occidental ilustrado y publicado por uno de los principales artistas de su tiempo (ver el [video de la versión facsimilar](#) o la [galería completa](#) del *Apocalipsis* de Durero). Como en otra serie de grabados religiosos, Durero previó un mercado interesado y produjo impresiones individuales que le dieron mucha más visibilidad al trabajo, e incluso contrató un agente para que promoviera y vendiera estas obras (Bartrum, 2002, p. 124).

A diferencia de las pinturas por encargo, por ejemplo, los grabados y otras imágenes producidas por Durero tenían impresiones múltiples, lo que multiplicaba el público que podía observarlas. Y esto facilitaba que las impresiones de un maestro venerado como él estuvieran al alcance financiero de individuos que carecían de los medios para aspirar a poseer un cuadro suyo.

Su trabajo, aunque tenía elementos conocidos, incluyó paisajes que no se habían visto en ilustraciones anteriores del *Apocalipsis* y que no fueron aceptados por quienes ilustraban las numerosas ediciones de la Biblia protestante de Lutero. No obstante, se convirtió en una imagen central del triunfo de la cristiandad sobre el mal, y se trató de manera común como parte del imaginario de la reforma protestante (Batrum, 2002, p. 125), a la que Durero dio su apoyo (véase *Los cuatro apóstoles* de la colección de la Pinacoteca Antigua de Múnich).

Su *Apocalipsis*, faltaba más, fue un nuevo tipo de libro ilustrado. Durero decidió que los grabados irían a página completa en las páginas impares (en un libro abierto, la página de la derecha), y las descripciones en la opuesta. El modelo sigue vigente hasta nuestros días, y resulta más adecuado que los modelos carolingios previos, con figuras pequeñas con textos descriptivos breves, o imágenes en el frente y descripciones en la vuelta de la página. A Durero no le interesaba que se comparara el texto con las ilustraciones en un determinado pasaje, sino que se vieran como dos versiones autónomas y continuas del mismo relato (Panofsky, 1982, p. 77).

Y para producir impresiones vívidas, condensó lo más que pudo el texto y transformó “meras situaciones o fenómenos en acción dramática”. Evitó las repeticiones, algo común en la época, y deseó pasajes que le parecieran carentes de dramatismo (Panofsky, 1982, p. 77), porque lo que buscaba era efectismo (ver video 1).



Video 1. Ilustrativo video sobre la vida y obra de Durero producido por la Deustche Welle.

Créditos: Arte y Ciencia (2017).

El ejemplo más sorprendente es su recreación de los cuatro jinetes del Apocalipsis. Los presentó juntos, en un “espacio pictórico coherente”, y no en cuatro láminas separadas, como se hacía de manera tradicional, con el poderoso impacto que esto producía (ver figura 3).



Figura 3. Alberto Durero, *Los cuatro jinetes del Apocalipsis* (1498).

Créditos: Durero en Wikimedia Commons.

El genio de Durero tiene la costumbre de aparecer en los más extraños contextos. Por ejemplo, es posible observar uno de sus dibujos más logrados, el de unas manos en oración, en la lápida del artista plástico pop Andy Warhol, por cierto, **monitoreada las 24 horas**. El premio nobel de literatura, Günter Grass, en *Del diario de un caracol* de 1972, usa de sus grabados más crípticos, *Melancolía I*, para reflexionar sobre la inmovilidad del progreso. Y, por último, está *Drácula*, de Bram Stoker, que produjo Francis Ford Coppola en 1992. El **retrato del conde colgado en el castillo** se parece mucho al *Autorretrato* de Durero que se exhibe en la Alta Pinacoteca (el último recuadro en la figura 1), con la diferencia de que los rasgos son los de Gary Oldman, que interpreta al sanguinario vampiro (Ekserdjian, 2023). Tal vez por todo eso no debería sorprendernos que este artesano tardo medieval resulte el ancestro olvidado de una tecnología revolucionaria del nuevo milenio.

El gesto de Durero al publicar su *Apocalipsis* en 1498 no fue sólo un acto artístico, sino también una declaración de autonomía creativa. Al arriesgar su propio capital y usar la imprenta para llegar directamente al público, rompió con la dependencia del mecenazgo y anticipó el impulso que hoy anima a millones de autores a autopublicar. En su taller de Núremberg, como en las plataformas digitales actuales, se borraban las fronteras entre creador, editor y promotor. Durero buscaba visibilidad, control y permanencia, del mismo modo que lo hacen quienes hoy difunden sus textos en Amazon o Wattpad. Si en el Renacimiento la imprenta abría una era inédita de circulación de ideas, la autopublicación digital cumple un papel semejante en nuestro tiempo: ambos momentos marcan la entrada del autor al mercado sin intermediarios, recordándonos que toda revolución editorial favorece los actos de audacia individual.

Referencias

- ❖ Arte y Ciencia (2017, 21 de enero). *Alberto Durero / Documental* [Video]. YouTube. https://youtu.be/ns8i_REqtcw?si=Oi8bWH3fwaQYpHhY
- ❖ Benchimol, D. (2018). *Radiografía de la autopublicación en América Latina*. CERLALC. <https://tinyurl.com/mr3en9h6>
- ❖ Bartrum, G. (2002). *Albrecht Dürer and his Legacy. The Graphis Work of a Renaissance Artist*. Princeton University Press.
- ❖ Durero, A. (1484). *Autorretrato a la edad de 13 años* [Imagen del retrato de la colección del Museo de Albertina, Viena]. Wikimedia Commons. <https://tinyurl.com/2hp4r5y2>
- ❖ Durero, A. (1493). *Autorretrato* [Imagen del retrato de la colección del Museo de Louvre, París]. Wikimedia Commons. <https://tinyurl.com/3cp5c75y>

- ❖ Durero, A. (1498). *Autorretrato* [Imagen del retrato de la colección del Museo del Prado, Madrid]. Wikimedia Commons. <https://tinyurl.com/yf2c4pmw>
- ❖ Durero, A. (1498). *Los cuatro jinetes del Apocalipsis* [Imagen del libro *Apocalipsis*]. Wikimedia Commons. <https://tinyurl.com/3xsuwssy>
- ❖ Durero, A. (1500). *Autorretrato* [Imagen del retrato de la colección de la Pinacoteca Antigua de Múnich]. Wikimedia Commons. <https://tinyurl.com/458j85xv>
- ❖ Durero, A. (1515). *Rhinocerus* [Imagen de la xilografía de la colección del Museo Metropolitano de Arte, Nueva York]. Wikimedia Commons. <https://tinyurl.com/5yta4uad>
- ❖ Eisenstein, E. L. (2010). *La imprenta como agente de cambio*. Librería y FCE.
- ❖ Ekserdjian, D. (2023). *Albrecht Dürer: Art and Autobiography*. Chicago University Press. <https://tinyurl.com/5fnnfurj>
- ❖ Laquintano, T. L. (2016). *Mass Authorship and the Rise of Self-Publishing*. University of Iowa Press. <https://tinyurl.com/5dp6jukt>
- ❖ Menaker, D. (1981, 1 de marzo). *Unsolicited, Unloved MSS*. New York Times Book Review. <https://tinyurl.com/2pnyw4np>
- ❖ Millot, J. (2023, 17 de febrero). *Self-Publishing Is Thriving, According to Bowker Report*. Publishers Weekly. <https://tinyurl.com/5pfdkttt>
- ❖ Panofsky, E. (1982). *Vida y arte de Alberto Durero*. Alianza.
- ❖ Rublack, U. (2023). *Dürer's Lost Masterpiece. Art and society at the dawn of the global world*. Oxford University Press.
- ❖ Thompson, J. B. (2021). *Book Wars: The Digital Revolution in Publishing*. Polity. <https://tinyurl.com/mr6pk5zf>
- ❖ Zaid, G. (1996). *Los demasiados libros*. Océano.

