

# ESTADO DE FERIA PERMANENTE

LA EXPERIENCIA DE LAS EDITORIALES  
INDEPENDIENTES ARGENTINAS 2001-2020

Daniel Badenes y Verónica Stedile Luna

COMPILADORES

**FILoSuffer**  
COLECCIÓN CIENCIAS SOCIALES

**Club Hem**





# **ESTADO DE FERIA PERMANENTE**

La experiencia de las editoriales  
independientes argentinas 2001-2020

Daniel Badenes / Verónica Stedile Luna  
(compiladores)



# **ESTADO DE FERIA PERMANENTE**

La experiencia de las editoriales  
independientes argentinas 2001-2020

Daniel Badenes  
Sofía Castellón  
Joaquín Conde  
Paula Cuestas  
Néstor González  
Pablo Amadeo González  
Lea Hafter  
Rodolfo Iuliano  
Denise Koziura  
Carolina Muzi  
Natalia Ortiz Maldonado  
Víctor Malumián  
Cristian Molina  
Bianca Racioppe  
Matías Reck  
Samanta Rodríguez  
Ezequiel Saferstein  
Verónica Stedile Luna  
Daniela Szpilbarg  
Guillermina Torres  
Gustavo Velázquez  
Marilina Winik

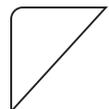
PRESENTACIÓN

José Luis de Diego

EPÍLOGO

Alejandro Dujovne

**Club Hem**



Estado de feria permanente: La experiencia de las editoriales independientes argentinas, 2001-2020. / Daniel Badenes ... [et al.] comentarios de Alejandro Dujovne; compilado por Daniel Badenes; Verónica Stedile Luna; prólogo de José Luis de Diego.

1a ed. - La Plata: Club Hem Editores, 2020.

324 p. ; 23 x 16 cm. - (Filosurfer ; 7)

ISBN 978-987-3746-43-7

1. Industria Editorial. 2. Políticas Editoriales. 3. Gestión Editorial. I. Badenes, Daniel II. Dujovne, Alejandro, com. III. Badenes, Daniel, comp. IV. Stedile Luna, Verónica, comp. V. de Diego, José Luis, prolog.

CDD 338.470705

---

**Primera edición Diciembre 2019**

La Plata - Argentina - Indoamérica

Este libro es impulsado por el Proyecto de Investigación "*La edición en la era de redes. Entre el artesanado y las tecnologías digitales*"; acreditado en la Universidad Nacional de Quilmes.

---

**Edición y corrección** Mariana Sáez

**Diseño de tapa** Agustina Magallanes

**Diseño de interiores** Celestina Alessio

**Fotografía de tapa** Leonel Arance

**Club Hem**

e-mail: clubhem@gmail.com

Facebook Club Hem

---

Reconocimiento - Compartir Igual (by-sa): Se permite el uso comercial de la obra y de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original. Esta es una licencia libre.







## ÍNDICE

<b>Presentación</b> , POR JOSÉ LUIS DE DIEGO .....	13
--	----

### LA INDEPENDENCIA COMO POLÍTICA

#### **1. La edición imperfecta**

DANIEL BADENES .....	21
----------------------	----

#### **2. ¿Economías del deseo? La autosustentabilidad en editoriales independientes contemporáneas**

DANIELA SZPILBARG .....	45
-------------------------	----

#### **3. Relatos sobre trabajo en pequeñas editoriales**

PABLO AMADEO GONZÁLEZ .....	63
-----------------------------	----

#### **4. El lugar de los escritores**

DENISE KOZIURA .....	85
----------------------	----

#### **5. Los modos de licenciamiento: entre lo privativo y lo abierto**

BIANCA RACIOPPE .....	97
-----------------------	----

#### **6. La oportunidad como crisis. Neo-concentración o editoriales independientes en venta**

MATÍAS RECK .....	117
-------------------	-----

### LA EDICIÓN

#### **7. Derivas de las vanguardias en editoriales independientes: el catálogo como política de lectura**

VERÓNICA STEDILE LUNA .....	129
-----------------------------	-----

#### **8. Hacia una categoría de edición-arte**

JOAQUÍN CONDE Y LEA HAFTER .....	149
----------------------------------	-----

#### **9. Editores de revistas, editores de libros. Cruces entre mundo no tan distantes**

SOFÍA CASTILLÓN .....	163
-----------------------	-----

#### **10. Traducir literatura en la edición independiente**

GUILLERMINA TORRES Y SAMANTA RODRÍGUEZ .....	175
--	-----

<b>11. La cara y el cuerpo del libro: el trabajo de lxs diseñadorxs en la edición independiente</b>	
CAROLINA MUZI .....	193
<b>12. De cómo un cuarto propio se convierte en un lugar comunitario</b>	
MARILINA WINIK Y NATALIA ORTIZ MALDONADO .....	207
LA CIRCULACIÓN	
<b>13. Las editoriales independientes y sus lectores imaginados</b>	
PAULA CUESTAS Y RODOLFO IULIANO .....	219
<b>14. Los festivales y ciclos de lectura como ámbitos de circulación e intercambio.</b>	
CRISTIAN MOLINA .....	233
<b>15. Las ferias de libros y sus públicos</b>	
EZEQUIEL SAFERSTEIN .....	241
<b>16. La feria como diálogo entre editores y lectores</b>	
VÍCTOR MALUMIÁN .....	255
<b>17. La distribución asociada: alianzas contingentes y proyectos consolidados</b>	
GUSTAVO VELÁZQUEZ .....	265
<b>18. Nuestros socios, los librerxs. La importancia de la ocupación territorial</b>	
NÉSTOR GONZÁLEZ .....	283
<b>Epílogo, POR ALEJANDRO DUJOVNE</b> .....	293
<b>Las autoras y los autores</b> .....	299
<b>Fuentes</b> .....	305

# PRESENTACIÓN



La edición independiente es un tema contencioso. Y no sólo en nuestro país; a poco que revisamos bibliografías sobre el mismo fenómeno en otras geografías, las controversias se potencian. Podemos conjeturar dos razones: por un lado, la edición independiente ha ampliado su alcance en lo que va del siglo, de modo que su creciente diversificación reclama categorías menos genéricas y más específicas; por otro lado, el desarrollo y consolidación de los estudios académicos sobre el libro y la edición han multiplicado los asedios a ese objeto dinámico y escurridizo y, por esa misma razón, difícil de caracterizar. Por una u otra vía, se habla y se escribe mucho sobre edición independiente. Como consecuencia de lo dicho, dos parecen ser los enunciadores de mayor visibilidad: los propios editores, que reflexionan sobre su quehacer, defienden su trabajo y, en muchos casos, militan en ese espacio; y los investigadores y académicos, que van produciendo *papers* y tesis, y construyendo aluvionalmente una bibliografía más técnica y profesional.

Buena parte de ese recorrido se encuentra detallado en el primer artículo de este libro, a cargo de Daniel Badenes. A sus precisos datos, puedo sumar algunos que tienen que ver con mi experiencia respecto de esa historia. Cuando publicamos, en 2006, *Editores y políticas editoriales en Argentina*, le encargué a Malena Botto, que ya venía investigando el campo de la edición independiente, la escritura del último capítulo, correspondiente a los años noventa y el fin de siglo. Hoy reviso la bibliografía de ese capítulo y advierto que los únicos materiales específicos sobre el tema eran los trabajos que Adriana Astutti y Sandra Contreras (que por entonces dirigían el sello Beatriz Viterbo) y Celina Manzoni habían publicado en *Revista Iberoamericana* en un número especial, de 2001, dedicado a “Mercado, editoriales y difusión

de discursos culturales en América Latina”. Y aquellos trabajos tenían, como un fondo privilegiado, la edición de las *Actas del Primer Encuentro de Editores Independientes de América Latina*, llevado a cabo en Gijón en mayo de 2000. Transcurridos ocho años, Alejandro Archain, a cargo del Fondo de Cultura Económica en Argentina, me propuso preparar una segunda edición del libro y me sugirió que esa edición debería llegar, en su alcance cronológico, hasta 2010. De manera que Malena Botto fue la única colaboradora del volumen que vio ampliado el período del que debía ocuparse; pero ese no fue su único problema, porque la ampliación venía acompañada de una actualización bibliográfica y en los años que iban de 2006 a 2014 los trabajos sobre edición independiente se habían multiplicado.

En el circuito académico, esa multiplicación y ese interés ya se habían advertido en el 1º Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición, que se realizó en La Plata en 2012. En el armado de las mesas del Coloquio debimos duplicar las asignadas a la edición independiente: allí participaron Malena Botto, Daniela Szpilbarg, Ezequiel Saferstein, Marilina Winik, Matías Reck, Martín Castagnet, Gabriela Rivas y Heber Ostroviesky (además de Hernán Vanoli, quien finalmente no pudo concurrir). Así se consolidaba y cobraba visibilidad un núcleo activo sobre la edición independiente que sería persistente y duradero (y el libro que aquí presentamos, en el que escriben varios de ellos, es la prueba). Sin embargo, y en aparente contradicción con lo que venimos diciendo, la presencia del tema en el 2º y el 3º Coloquios fue menguando sensiblemente: José Muniz Jr., Lucía Coppari y Valeria Añón fueron los autores de los pocos aportes que se sumaron en los eventos de 2016 y 2018. No tengo una hipótesis sólida sobre qué pudo haber ocurrido, pero si contabilizamos no sólo los aportes académicos sino también las numerosas intervenciones en suplementos culturales y en redes sociales, en mesas redondas y en debates públicos, es posible que se haya experimentado una cierta saturación, condensada en la pregunta: ¿qué más podemos decir sobre la edición independiente? O bien que aquello que era una novedad que emergía con la fuerza de lo nuevo ya se hubiese

asentado, *normalizado*, hubiera encontrado los cauces necesarios para confirmar su presencia.

Esa normalización no es sencilla, y no solamente por los avatares del mercado argentino, que con sus recurrentes crisis parece empeñado en abortar los proyectos culturales más entusiastas; también por la inestabilidad constituyente de ese espacio, cuya eficacia reivindicativa parece radicar en su *negatividad*: exhibe con orgullo su independencia, pero esa independencia sólo admite una definición negativa. Por supuesto, no es la única definición posible y ya han existido intentos lúcidos para dotar a esos emprendimientos de cualidades que escapan a la encerrona de la negatividad. Sin embargo, a lo largo de los años que hemos estado reseñando, se pudo advertir que la definición negativa solía empujar a las argumentaciones de los voceros del espacio hacia el peligroso, y recurrente, lugar de la victimización. Acaso una de las primeras alarmas provino del gesto provocativo de Alejandro Katz; en un artículo publicado en *Página 12*, en agosto de 2004, el editor trazaba un diagnóstico plagado de ironías: “Parecía por entonces –a algunos, cuando menos, nos parecía por entonces– que el mundo de la edición latinoamericana estaba en tren de ser victimizado por fuerzas terribles y malignas, ajenas a nuestro dominio y control; (...) háganse la imagen de un continente dominado por grandes empresas extranjeras, que controlan los mercados en su puño y se complotan para destruir a las editoriales locales”. El esfuerzo de Katz estaba dirigido a minimizar el impacto de la concentración económica en pocos jugadores y a señalar vicios del propio sector a la hora de buscar responsabilidades por los crónicos males: atomización, aislamiento, falta de competitividad. Su conclusión resultaba deliberadamente pendenciera: “El mito de la edición local e independiente como repositorio de la virtud, el talento, la imaginación debe ser cuestionado si queremos comprender la realidad en la que actuamos”. Varios editores recogieron el guante. Quizás el más belicoso –porque se sintió, y con razón, irónicamente aludido– fue Daniel Divinsky: “Esta autodenigración de los editores latinoamericanos en la que incurre Katz, sin mandato alguno de aquellos a quienes incluye,

parece responder a la voluntad de excluirse: el que 'señala' sería diferente". No es este el lugar para reseñar aquella polémica; sí me interesan dos cuestiones derivadas de ella. La primera es que dio inicio a un debate que aún sigue abierto: el proceso creciente de concentración y la constitución de un oligopolio transnacional, ¿constituye la suma de todos los males, de donde las editoriales independientes serían algo así como sus víctimas expiatorias?, ¿o es precisamente la voracidad de los grandes grupos concentrados la que ha generado la posibilidad de existencia y desarrollo de las editoriales independientes?, En suma: ¿existen *a pesar de o gracias a*? La segunda cuestión invita a pensar a la edición independiente en el país como un proceso de ciclo largo, en el que algunos sellos del presente parecen articularse, medio siglo hacia atrás, con iniciativas propias de la emergencia editorial de los años sesenta. Quiero decir que las voces más fuertes que salieron a refutar a Katz no fueron jóvenes identificados con sellos fundados en el nuevo milenio, sino editores, como Divinsky y Aurelio Narvaja, que exhiben una larga trayectoria en proyectos que, si bien entonces no se llamaban independientes, no se sentirían en absoluto incómodos con esa nominación.

Tengo la convicción de que el libro que aquí presentamos, plausible iniciativa de Verónica Stedile Luna y Daniel Badenes, pretende situarse en el centro de estos debates, no con vocación de mera *opinología* (que abunda), sino con un interés doble: después de algo más de quince años de estudios e intercambios, es menester saber dónde estamos parados: en el espacio *de* la edición independiente, ciertamente, pero también en el espacio de la investigación *sobre* la edición independiente. Con ese objetivo, el libro combina voces de investigadores con otras de actores del campo que se han caracterizado por una fuerte actitud autorreflexiva, lo que enriquece sin duda el resultado de conjunto; por lo demás, no abundaré en su contenido, ya que esta humilde presentación no presume de reseña.

Una eventual agenda de estudios sobre la edición independiente, en mi opinión, debería procurar: 1) superar las fronteras nacionales y ahondar en estudios comparativos, en el camino que

inició Ana Gallego desde la Universidad de Granada y su estu-  
pendo sitio Ecoedit, o las investigaciones de Ksenija Bilbija, de  
la University of Wisconsin-Madison, sobre editoriales cartoneras  
y autogestionadas; 2) profundizar en el análisis cuantitativo: la  
gran mayoría de los trabajos se fundamenta en fuentes testimo-  
niales, con la consecuente dificultad de objetivar los resultados  
y de llegar a conclusiones más abarcativas; 3) sistematizar el  
debate metodológico interdisciplinario: entre los investigadores  
de sociología que focalizan en trayectorias, describen tomas de  
posición y postulan campos; y los de Letras que estudian catá-  
logos, tendencias de lectura y canonización de autores (además  
de historiadores, antropólogos y bibliotecólogos, comunicólogos),  
es necesario establecer un espacio productivo de articulación e  
intercambio, con miras a desarrollar instrumentos propios ade-  
cuados a objetos y problemáticas específicas.

A menudo la “feria permanente” reclama un alto, un pararse a  
pensar y discutir. Este libro, que bien pudo tener como subtítulo  
“veinte años después”, resultará insoslayable para quienes estén  
pensando la edición independiente de los veinte años que vienen.

JOSÉ LUIS DE DIEGO, octubre de 2019



LA INDEPENDENCIA  
COMO POLÍTICA



## Capítulo 1

### La edición imperfecta

DANIEL BADENES

Enfocado en las primeras dos décadas del siglo XXI, este libro busca dar cuenta de la experiencia política-profesional, las lógicas organizativas y las apuestas estéticas de las “editoriales independientes”, también llamadas “pequeñas editoriales” o “editoriales alternativas” -ya veremos matices y divergencias entre esos términos en pugna. Construye una mirada panorámica y polifónica sobre un sector heterogéneo que hoy abarca al menos 426 proyectos activos, según un relevamiento que realizamos desde la Universidad Nacional de Quilmes<sup>1</sup>.

El 92,5% de esas editoriales nacieron en estos veinte años -en especial en el quinquenio 2011/2015, durante el cual se lanzaron 4 de cada 10 editoriales existentes en la actualidad. La restauración neoliberal durante la presidencia Mauricio Macri mermó pero no frenó este fenómeno: un centenar de sellos independientes corresponden a estos cuatro años de gobierno, es decir que pese al saqueo en el plano económico y al vaciamiento de las políticas culturales, siguieron gestándose proyectos en la Argentina, a razón de dos por mes.

A esta altura alguien podría quejarse, parafraseando al ya clásico ensayo de Gabriel Zaid (2001), de *los demasiados editores*. Prefiero en cambio pensar en este proceso como una democratización del quehacer editorial, habilitada en parte por los cambios tecnológicos que hicieron más accesible editar y maquetar un libro, y realizar pequeñas tiradas con sistemas de impresión digital. Si no por *demasiados*, los libros resultantes también han sido acusados más de una vez por sus imperfecciones: una mirada conservadora que idealiza la producción de las viejas-gran-

---

<sup>1</sup> La información corresponde a septiembre de 2019 y considera a editoriales que se autodefinen como *independientes* o son corrientemente denominadas como tales en la prensa o en la convocatoria de ferias y eventos afines. El relevamiento es un trabajo conjunto del proyecto de investigación “La edición en la era de redes” y el proyecto de extensión “El sur también publica” y tiene un carácter permanente y dinámico. Se puede consultar en [lease.web.unq.edu.ar](http://lease.web.unq.edu.ar)

des-editoriales (¡como si no tuvieran erratas!) e ignora los procesos de aprendizaje y progresiva profesionalización que atraviesa el sector independiente. En efecto, puede que algunos libros publicados por estas editoriales -muchas veces proyectos unipersonales- no hayan pasado por las mismas instancias de corrección y edición que en una editorial industrial-profesional. Aún así, estamos ante un fenómeno notable que implica la ampliación del acceso a un saber y una práctica antes más restringida, que tiene como consecuencia un aporte al pluralismo o, dicho con una palabra acuñada en este tiempo, a la bibliodiversidad. La *edición imperfecta* es, pues, algo para celebrar.

Utilizo ese adjetivo en línea con el conocido manifiesto escrito hace 50 años por un referente cultural de la revolución cubana. Como director de cine, Julio García Espinosa asumía que era parte de una minoría que había podido desarrollar una cultura artística por tener acceso a recursos que no estaban al alcance de todos. “¿Qué sucede -se preguntaba- si el futuro es la universalización de la enseñanza, si el desarrollo económico y social reduce las horas de trabajo, si la evolución de la técnica cinematográfica (como ya hay señales evidentes) hace posible que ésta deje de ser privilegio de unos pocos (...)?” (¿qué sucede, agregamos aquí, si el saber editorial está al alcance de muchos más?). El cubano hablaba de posible “un acto de justicia social” y “el verdadero sentido de la actividad artística” (García Espinosa, 1989: 20). Evocaba una frase de Marx: *en el futuro no habrá pintores sino, cuando mucho, hombres que, entre otras cosas, practiquen la pintura*. Y provocaba con una pregunta acerca del sentido de la Escuela de Artes y Letras: ¿tenía sentido seguir desarrollando especialistas? La apertura del acceso a medios de producción artística -como proceso, más allá de los resultados- era el asunto central para el *cine imperfecto*, que manifestaba la apuesta cultural de la revolución cubana.

Lo paradójico del proceso actual es que la ampliación del campo editorial -esos *demasiados editores*- se tramita mundial y localmente en el marco de un sistema capitalista que tiende a procesos de concentración y privatización cada vez más brutales.

Hace quince años, en mi tesis de licenciatura donde indagaba sobre la experiencia de las fábricas recuperadas, advertí esta *paradoja neoliberal*: “las prácticas autogestionarias, que cuando se consolidan contradicen los principios del *homo economicus* del capitalismo, son 'hijas no deseadas' de la ferocidad de ese modo de producir. Son el resultado del modelo de ajuste, privatización, re-regulación y concentración (...) Los ex empleados de fábricas quebradas, vaciadas, abandonadas, llegaron al cooperativismo y la autogestión por necesidad, no por convicción (...) La autogestión es el  *tiro por la culata* del arma-proyecto neoliberal” (Badenes, 2005: 133-134).

Quizá el fenómeno de la edición independiente no tiene la radicalidad de esa contradicción -viejos obreros tayloristas echados a la calle construyendo un mundo nuevo- pero es igualmente la contracara de las lógicas del capitalismo concentrado. En uno de los trabajos pioneros en dar cuenta de la concentración y extranjerización del sector editorial argentino en los noventa, Malena Botto lo advertía muy bien: “frente a los conglomerados transnacionales, perduran o surgen emprendimientos de menor escala, cuyas políticas culturales exhiben notorias diferencias respecto de las de los grandes grupos. Nos referimos a las tradicionalmente denominadas ‘editoriales independientes’, como a otras que comienzan a aparecer en la década de 1990 y que proliferarán en la década posterior, las 'pequeñas editoriales’” (Botto, 2014: 219-220).

A propósito de esa tensión terminológica, Hernán Vanoli y Ezequiel Saferstein señalan que la categoría *independientes* cobró “particular dinamismo a partir de 2001, bajo la forma de emprendimientos microeditoriales que conforman un espacio heterogéneo” (Vanoli y Saferstein, 2011: 69). Esto no quiere decir que antes no existieran: algunos de los sellos a los que nos referiremos nacieron en los noventa o antes, incluso en los sesenta, pero recién comenzaron a denominarse como “independientes” desde entonces. Antes eran editoriales a secas. En el contexto de concentración e ingreso de capitales extranjeros, la noción de editoriales independientes construyó una figura opuesta a la re-

presentada por los grupos editoriales transnacionales. Ese antagonismo, donde radica la definición primigenia de la edición independiente, expresó no sólo una cuestión de propiedad económica sino también de proyecto: frente a las lógicas financieras, la gestión orientada a la alta rentabilidad y la *best-sellerización*, la independencia radica en la “creación sostenida y silenciosa de un catálogo”, junto al compromiso y la apuesta por los descubrimientos (Colleu, 2008: 198, 126).

### La estructura editorial argentina

*“Entender el campo editorial no como un espacio unificado sino como un espacio formado por muchos sub-campos distintos que tienden a desarrollar su propia dinámica, y que ven enfrentarse en su seno lógicas contradictorias, ofrece sin duda una imagen más exacta de la realidad editorial. En consecuencia, sería más correcto hablar, siguiendo a John Thompson, de campos editoriales en plural”*

(Noël, 2018: 26)

Esta compilación no analiza al conjunto del sistema editorial argentino, sino a uno de sus actores: las *editoriales independientes*, por tomar la denominación más frecuente. Para entender el lugar que estas ocupan, vale hacer un paréntesis y caracterizar quiénes forman la escena completa. Como referencia, puede servirnos la tipología de editoriales que propone Carlos Gazzera en su libro *Editar: un oficio*. Allí, el editor de EDUVIM distingue:

- Los *grupos editoriales*, definidos como “conglomerado de sellos editores” en lo que “la búsqueda de la máxima rentabilidad de todo lo que se edita no es un mero principio económico de organización, es también un modelo de catálogo” (Gazzera, 2016: 55). Estos grupos son producto de una integración horizontal que alcanza la mayor cantidad de autores y títulos posibles mediante la acumulación de sellos y catálogos. Dentro de esta categoría se distinguen los grupos de escala nacional-regional (que a veces

mantienen posiciones dominantes en algunos nichos de mercado) y, sobre todo, los transnacionales.

- Las *editoriales independientes*. Aunque reconoce que es una expresión ambigua, Gazzera también usa esta designación. Su definición primaria refiere a “sellos que no tienen vínculos (son independientes) con los Grupos Editoriales Transnacionales o extranjeros”. Desde su perspectiva, eso excluye tanto a los sellos absorbidos/integrados a los Grupos, como a “aquellas casas editoriales que hayan desarrollado procesos de internacionalización con activos en otros países” (60-61). Para Gazzera, por lo tanto, es “válido entender el concepto de 'independientes' como una definición ideológica y no 'estructural’” (61).

Tal definición se recorta con más precisión al plantear los siguientes tipos de editoriales, que no están vinculadas con los grandes grupos y sin embargo constituyen conjuntos distintos a las independientes:

- Las *editoriales de vanidad* (*vanity publishers*) y los procesos de auto-edición (*self-publishing*) que constituyen opciones de publicación, pero no tienen una política de catálogo. Más bien, suponen la supresión del trabajo más genuino de un sello: editar (Gazzera, 2016: 62)

- Las *editoriales universitarias*, definidas como aquellas que dependen o tienen una relación de propiedad directa con una universidad pública o privada.

- Las *editoriales del Estado*, es decir aquellas financiadas por el presupuesto público (excluyendo, si tenemos en cuenta el tipo anterior, a las de universidades estatales). El ejemplo paradigmático es mexicano: el Fondo de Cultura Económica. También debemos mencionar a Monte Ávila en Venezuela. Argentina no tiene una experiencia de esa envergadura, aunque sí existen sellos provinciales (como el Fondo Editorial Rionegrino) y municipales (entre las que se destaca la rosarina EMR), y en períodos acotados tuvo interesantes producciones en ámbitos como la Biblioteca Nacional.

Gazzera considera que tanto las editoriales independientes como las universitarias y las estatales aportan al pluralismo al

construir un “catálogo contra-hegemónico” frente al “dictado de la mercadotecnia”.

En esta tipología, muy útil para caracterizar al sistema editorial, llama la atención la ausencia de la *editorial nacional*, de la mediana empresa del rubro, que pareciera una figura en extinción -o queda subsumida en la figura de las *independientes* aunque no utilice ese término al autoidentificarse<sup>2</sup>.

### Un sector heterogéneo y disputado

¿Qué son, entonces, las editoriales independientes? Vimos antes que esta categoría cobró dinamismo a partir del cambio de siglo. José de Souza Muniz Júnior -que se preguntó por la *edición independiente* como fórmula discursiva- nos corre incluso más atrás y habla de una preeminencia desde mediados o fines de los noventa:

Tal representación va ocupando espacios en la prensa especializada, en los discursos cotidianos e institucionales de los editores identificados con este rótulo, en los materiales teóricos y semi-teóricos producidos por algunos de esos editores (especialmente en los países centrales) y en las instancias de acción y representación colectiva

---

<sup>2</sup> Es un fenómeno interesante, porque durante mucho tiempo se caracterizó a las entidades empresarias del sector, la Cámara Argentina del Libro (CAL) y la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP), a partir de una dicotomía que imaginaba un núcleo de editoriales nacionales y otro de transnacionales, respectivamente. En rigor, el panorama es más complejo. Primero, porque ninguna nuclea exclusivamente a editoriales; en sus padrones hay también librerías: Cúspide en el caso de la CAP y un amplio abanico de comercios de libros en la CAL, que además incluye empresas gráficas, un cámara papelera y otras variedades que circundan pero no son el sector editorial. En segundo lugar, la entidad de los “nacionales” incluye también sellos extranjeros como Alianza, Akal, Celta (Gedisa), Amorrortu, Libros del Zorro Rojo o Mc GrawHill. Y caracterizar el padrón de 532 socios que exhibe en su web es difícil: hay editoriales *de vanidad* (como Dunken o Tahiel), universitarias y también dos grupos con perfiles muy específicos, que podrían ampliar nuestra tipología: las técnicas o profesionales (que editan libros para abogados, médicos, etcétera) y las religiosas. Estas últimas suman más de 50. A su vez, hay que pensar todo lo que hay fuera de Cámaras: sin ir más lejos, del relevamiento de 426 editoriales independientes mencionado anteriormente, sólo 17,8% (76 editoriales) están afiliadas a la CAL.

que han sido creadas desde fines de los años 90. También el campo académico presenta ciertos interrogantes sobre las prácticas, los deberes y los devenires de los proyectos identificados, endo o exógenamente, con esta terminología. (de Souza Muniz Jr, 2015: 145)

En 1998 las editoriales LOM de Chile, Trilce de Uruguay, Era de México y Txalaparta del País Vasco formaron un agrupamiento llamado, tempranamente, Editores independientes. Desde ese espacio se convocó a un Primer Encuentro de Editores Independientes de América Latina, que se concretó en mayo de 2000 en el marco del III Salón del Libro Iberoamericano de Gijón (España)<sup>3</sup>. El texto de Adriana Astutti y Sandra Contreras (2001), citado habitualmente entre los primeros trabajos sobre el tema, recoge la intervención de estas editoras -que hacia 1990 en Rosario habían fundado Beatriz Viterbo- en ese encuentro al que también asistieron las editoriales fundadoras del espacio junto a la chilena Cuarto Propio, la francesa Editions la Découverte, la brasileña Vozes y la estadounidense The New Press: el sello de André Schiffrin, quien un año antes había publicado *La edición sin editores*. Colleu (2008: 31) atribuye a los participantes de esa reunión la invención del término *bibliodiversidad*, que cobrará fuerza los años siguientes, en especial cuando entró en sintonía con una serie de acciones impulsadas por la UNESCO<sup>4</sup>.

Encuentros y organizaciones con esa impronta<sup>5</sup> fueron una muestra de cómo, en diferentes puntos del globo con distintas

---

3 El tema también estuvo presente en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires (mayo de 2001) en una mesa organizada por Secretaría de Cultura de la Nación y el Goethe Institut, con la participación de sellos de mediana escala.

4 Me refiero a la Declaración Universal sobre Diversidad Cultural, de 2002, y a la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, adoptada en París en octubre de 2005.

5 Fue notoria la sucesión de hitos en los cinco años transcurridos desde el Primer Encuentro realizado en Gijón. Valga la mención de la serie de instituciones creadas en ese período: Asociación de Editores Independientes, Universitarios y Autónomos de Chile -conocida como Editores de Chile- (2000/2001), la Federazione Italiana degli Editori Independent (2001), LIBRE, en Brasil (2001/2002),

tradiciones editoriales, emergía la figura de la *editorial independiente* como autoidentificación y como caracterización periodística o académica de un fenómeno. El principal rasgo compartido entre los países era el proceso de concentración y transnacionalización. Pero difícilmente podía haber una definición única y concluyente para el “polo” de las editoriales independientes, que en cada lugar expresaba un conjunto muy heterogéneo: “la idea de aglutinarlas en un polo común parece apresurada”, consideraba una década atrás Hernán Vanoli, por entonces de la Editorial Tamarisco (Vanoli, 2009: 170),

En el mismo sentido, Szpilbarg y Saferstein escribieron en 2012: “...si bien consideramos que es necesaria una separación entre estas editoriales y las que dependen de los grandes grupos concentrados, sostenemos que el término ‘independiente’ es equívoco para definir las, ya que consideramos hay una marcada heterogeneidad en el interior de este agrupamiento, en cuanto a sus modos de funcionamiento, sus representaciones y sus aspiraciones” (Szpilbarg y Saferstein, 2012: 465).

En otro texto, al insistir en la composición “altamente heterogénea” del sector de editoriales independientes que publican literatura, Vanoli afirma que éste incluye: 1) pequeñas y medianas empresas; 2) editoriales *amateurs*<sup>6</sup> de *intervención* con producción industrial, y 3) editoriales artesanales (Vanoli, 2010: 135).

---

la Alianza Internacional de Editores Independientes (2002) que en lanza su Declaración de Dakar (2003) impulsada por sesenta editoriales de cuarenta nacionalidades; la Asociación francesa L'Autre Livre (2003), la Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes (2004), la Independent Alliance en Gran Bretaña y la Alianza de Editores Independientes de Argentina por la Bibliodiversidad (2005). La lista de articulaciones y asociaciones sigue. Como señala De Souza Muniz Jr., “aunque posean sus particularidades (escalas de trabajo, nivel de institucionalización, estrategias etc.), tienen como telón de fondo la necesidad de dar visibilidad a la producción de las editoriales ‘independientes’ y de luchar colectivamente por su supervivencia económica y simbólica”.

<sup>6</sup> Las dos palabras en cursiva vienen textuales del artículo de Vanoli. Cabe señalar los problemas de una definición en función del amateurismo, como lo hace Sophie Noël en *La edición independiente crítica*: “La frontera entre edición profesional y edición amateur”, escribe, “resulta extremadamente inestable y evolutiva, algo característico de los campos artísticos. Crear una separación estricta entre dos categorías no parece pertinente entre los casos de estructuras para las cuales la profesionalización constituye un cuestionamiento esencial” (Noël, 2018: 50).

Más adelante ofrece otra clasificación, donde el segundo y el tercer tipo quedan dentro de un mismo grupo<sup>7</sup>. Mientras las primeras -empresas- serían las representadas a nivel mundial por la Alianza Internacional de Editores<sup>8</sup>, hay “una amplia gama de editoriales informales, precarias, al margen de las estadísticas, nutridas por el autoempleo, que apuestan por la militancia en la cultura literaria con economías de subsistencia” (Vanoli, 2010: 143)<sup>9</sup>.

Entre estas últimas suele ser frecuente la identificación como “autogestivas” o “alternativas”<sup>10</sup>, con una impronta que se contagia de las organizaciones sociales (Botto, 2012: 227). Durante varios años, la principal referencia en nuestro país

---

Para esta autora, las experiencias independientes reactivan una tensión entre *modo vocacional* y *modo profesional*, pero desdibujan las fronteras entre edición amateur y edición profesional (142).

7 En la perspectiva de este libro preferimos sostener la tríada. Hay al menos 36 editoriales artesanales activas, que se definen como tales y cuyos proyectos tienen rasgos característicos, algunos de los cuales son analizados por Joaquín Conde y Lea Hafter en el capítulo 8, donde elaboran una idea de la edición-arte. Algunos analistas -como Ana Mazzoni y Damián Selci- vinculan la edición artesanal con un auge del diseño como disciplina que se dio desde mediados de la década de 1990.

8 En ese momento también se había formado a nivel local un “colectivo de editores independientes de la Argentina por la diversidad bibliográfica”, luego denominado “Alianza Editores Independientes Argentinos por la Bibliodiversidad”, que utilizó la sigla EDINAR. Impulsada desde 2005, su principal actividad se dio en torno a 2010 y 2011. Participaban del espacio unas treinta *pymes* editoriales, entre ellas La marca e Interzona, el 8vo loco, Lenguaje Claro, Prometeo y Colihue.

9 La idea de una producción que escapa a las estadísticas no es propiamente local. Aparece también en libro de Noël -que estudia la edición independiente francesa- para quien estos sellos forman “una especie de ‘economía subterránea’” (Noël, 2018: 49).

10 En su último libro -casi una década después del artículo que retomamos aquí-, Vanoli expresa su preferencia por el término *editoriales alternativas*: “Las lógicas de producción de la contracultura -generación de circuitos alternativos al mercado concentrado, promoción de valores que no celebran el consumo mainstream, estilo de vida bohemio urbano combinado con consenso socialdemócrata- distan de ser ‘independientes’, ya que su identidad se basa en la dependencia de una multiplicidad de factores, entre los cuales el económico no es el menos importante” (Vanoli, 2019: 95). También señala que varias editoriales alternativas “funcionan como un *side business* de millonarios”, basadas en fortunas familiares (102). Así es que recalca en expresiones como “editorial alternativa pobre” o “editoriales alternativas militantes”, en contraposición a las que tienen “espalda financiera y comercial”, y además tienden a integrarse verticalmente (117).

fue el espacio contracultural conocido como la FLIA, una sigla que toma iniciales de *Feria del Libro Independiente* y deja en suspenso el significado de la A, que no es *Argentina* sino *autónoma, amiga, alternativa, autogestiva, amorosa, andariega, alocada, abierta, antipatriarcal*. Oriana Seccia la define como “un festival donde participan editoriales independientes e individuos presentando sus libros y fanzines, diseñadores ofreciendo sus productos, y donde en vivo se realizan performances musicales, lecturas, y declamaciones políticas (generalmente de denuncia)” (Seccia, 2012: 81-82)<sup>11</sup>.

La primera FLIA se realizó en Buenos Aires en 2006, aunque Winik (2010) reconoce sus orígenes en una asamblea de escritores independientes formada en 2001, Szpilbarg (2015c) señala otro posible antecedente en el asunto<sup>12</sup>, y Saferstein (2012: 183) se remonta aún más atrás, a las “Contraferias” realizadas por un grupo de poetas del círculo literario “Maldita Ginebra” en las afueras de la FILBA. En el caso de la FLIA, si bien la primera edición tuvo esa impronta, pronto dejó de definirse como contra-feria; lo que la caracteriza no es una subversión del campo *mainstream* sino su intento por crear un campo alternativo (Saferstein, 2012).

Quizá *amateur* ya no sea la palabra más adecuada para nombrarlas, pero sí la idea de *militancia*. Como los medios comunitarios y los centros culturales a los que están hermanadas, se piensan más allá de la rentabilidad. Podría decirse que no tienen fines de lucro, lo cual no significa que tengan fines de pérdida,

---

11 Cualquiera (mejor dicho, cualquiera que se identifique como autogestionado e independiente) puede participar de la FLIA, lo cual ha hecho que muchas de sus ediciones y expresiones locales los puestos de libros convivan en pie de igualdad -e incluso en segundo plano- con otros dedicados a productos textiles, comidas, artesanías y películas.

12 También mencionado por Matías Reck en el capítulo 6 de este libro. Fundado y coordinado por Pablo Strucchi en 2001, el asunto (“apareció como un espacio para la edición y difusión de libros sin constituirse como una clásica editorial con un catálogo. Este proyecto buscaba además agilizar el camino a los autores que quisieran publicar sus libros, así como facilitar la distribución de los libros a partir del encuentro entre el autor y el lector sin pasar por la figura del distribuidor y el espacio de la librería” (Szpilbarg, 2015b).

ni que ignoren la dimensión económica de sus prácticas, como se verá en el siguiente capítulo.

En síntesis -y en suma- podemos hablar de más de 400 editoriales independientes si construimos ese conjunto a partir de la heterogeneidad que va de la pyme editorial a los colectivos militantes que *intervienen* editando, y de los sellos industriales a los proyectos artesanales cuyos editores fabrican los libros con sus propias manos y defienden las tiradas mínimas. Dentro del gran conjunto se encontrarán diversos criterios sobre los derechos de autor y las licencias de uso (como se analiza en el Capítulo 5), los vínculos con el Estado (Capítulo 2), la decisión de dónde imprimir y por qué, la relación con los librerías, entre otros temas. Por momentos emergen subconjuntos más definidos y caracterizables que ensayan nombres propios<sup>13</sup>, aunque a la hora de las ferias los encontraremos otra vez bajo aquel paraguas: “editoriales independientes”. Al fin y al cabo, es la expresión con más historia, que logró convertirse en marca y, como dice Eric Schierloh (2019), tiene un aura.

Algo similar sucede con la investigación sobre el tema. Podemos -lo seguiremos haciendo en las siguientes páginas- ensayar definiciones y pulir indicadores que recorten cuidadosamente nuestro objeto: siempre habrá una excepción que queremos incluir. Así nos pasó hace dos años con *Editar sin patrón*, un libro sobre la producción independiente de revistas que solemos pensar como antecedente de esta compilación. Allí escribía:

Difícilmente pueda encontrarse una formulación única y taxativa que abarque a cada uno de los títulos aludidos en la suma de los textos que componen este libro. Podría haberse ensayado una, y luego excluir a toda referencia que no encajara. Sin embargo, fue adrede incluirlas a todas, en lugar de ceder a un rigor clasificatorio que habría

---

13 Un caso bien evidente es la edición artesanal o casera, “subzona con una historia propia y relativa autonomía, y que si bien también se encuentra en desarrollo tiene cada vez más presencia y representatividad en los diversos circuitos, tanto oficiales como alternativos o periférico” (Schierloh, 2019).

otorgado en tranquilidad al investigador lo que quitaba de dinamismo y diversidad al objeto que nos convoca (Badenes, 2017: 20).

El término *independiente* es imperfecto, flexible y estará siempre “plagado de excepciones y contradicciones”, como dicen López Winne y Malumián<sup>14</sup>. En cada investigación, en cada debate, en cada manifiesto, aparecen frecuentes búsquedas de otros términos, otras definiciones o al menos desafíos al término original, con el que a su vez interactúan.

Así, en un artículo publicado por Sonia Budassi en Perfil hace diez años (muy citado en trabajos posteriores sobre el tema), el editor de Gog y Magog Miguel Petrecca se definía: “Somos lo contrario: somos una editorial recontra dependiente, dependiente del valor del peso, del precio del papel, de la política de subsidios, o sea, mucho más dependientes que una editorial grande” (Budassi, 2018). En la investigación francesa que ya hemos citado, un entrevistado -que se define “en una servidumbre voluntaria”- cuestiona el término en igual sentido: “Dependemos de subsidios, de la difusión, de las librerías, de la ideología, de la idiotez de la época, de todo” (Noël, 2018: 52). La referencia recuerda el slogan de la revista *El Molino de Pimienta*, nacida en los primeros ochenta, que se definía como “revista dependiente” y explicaba en su *Carta de Presentación*: “...será una publicación dependiente (...) Dependerá, entre otras cosas, de la generosidad de los amigos, del humor del imprentero, del grado de alfabetización del comisario...”.

Por su parte, en su tesis y luego libro sobre editoriales de poesía en los '90, Matías Moscardi -al definir un modo de escribir y un modo de hacer de estos proyectos- opta por hablar de “editoriales *interdependientes*”, una expresión que tiene un sentido

---

14 Estos autores sugieren “pensar lo independiente como una zona dentro del campo de la edición. Una zona en constante tensión donde hay varios actores en pugna por apropiarse de ésta y hablar en su nombre. Es una zona política, inestable y en constante cambio. Pensar lo independiente como una zona en lugar de una categoría nos permite abandonar lo binario que implica la categoría (...) Hay editoriales que en un momento dado de su evolución pueden estar dentro de esta zona del campo y en su devenir alejarse” (López Winne y Malumián, 2016: 2)

específico pero a su vez funciona en la intertextualidad con el *término nativo*:

las editoriales *interdependientes* serían, como primera definición, proyectos que presentan un vínculo indisociable entre texto y materialidad, género y formato, estética y modos de circulación, pero además funcionan de manera fuertemente relacional, y no sólo en cuanto sus formas de gestión cooperativa sino en cuanto a las escrituras y poéticas que encontramos en sus catálogos. La figura de las editoriales *interdependientes* permite pensar en series, constelaciones, bloques, máquinas, aparatos, es decir, en dispositivos de enunciación colectiva o formas relacionales de la escritura y la edición. (Moscardi, 2016: 22)

Como criterio general, no parece haber alternativa para relevar y construir el conjunto de editoriales independientes que tomar la autoidentificación como tales o la hetero-identificación por parte de ciertos actores del campo editorial (por ejemplo, los organizadores de ferias) o del ámbito periodístico y académico.

Una vez asumida esa limitación, creo que se pueden reconocer tres grandes ideas en torno a las cuales gira la definición de *edición independiente* en esas identificaciones: una referida a la propiedad y las formas organizativas, otra vinculada a los catálogos y finalmente una tercera que pone foco en la *sociabilidad* de los editores y la formación de comunidades de lectura.

### ***La independencia como antagonista de la concentración***

Como advierte Noël (2018), parte de la controversia de la noción de independencia es su carácter relativo: se es independiente con respecto a algo o alguien. Así es que la idea “vio evolucionar su definición con el transcurso del tiempo” y, tras ser “largamente

enarbolada contra el poder político, hoy se opone principalmente a las fuerzas económicas y financieras encarnadas a los grandes grupos, y constituye un importante foco de luchas en el seno de los espacios culturales” (Noël, 2018: 51-52).

En aquel Encuentro de Editores Independientes realizado en 2000<sup>15</sup>, Pablo Harari (director de Trilce, fundada en 1985) definía la *edición independiente*

en oposición a las editoriales que forman parte de conglomerados o grupos (la más de las veces multinacionales). Estos agrupan muchos sellos editoriales y generalmente varios rubros de la industria (edición, librería, imprentas, publicidad); y/o son multimedia (libros, prensa, audiovisual, música, Internet), etcétera. (Harari, 2000)

Al igual que vimos con Gazzera, teniendo en cuenta que las editoriales universitarias -por ejemplo- podrían estar abarcadas en esa definición, agregaba: “Tampoco incluyo entre las editoriales independientes aquellas que, si bien tienen muchos elementos comunes con las mismas, dependen financiera y jerárquicamente del Estado o instituciones”.

Como ya dije, esta es la primera y principal acepción de la noción de edición independiente. En el artículo publicado el año siguiente en la *Revista Iberoamericana*, Astutti y Contreras daban cuenta de “un extendido consenso en las intervenciones (escritas y orales) de los participantes” que definió la editorial *independiente* “en relación con estos conglomerados, casi siempre de carácter transnacional”. Se trata así, fundamentalmente, de una “independencia frente al imperativo de la máxima rentabilidad”, que va unida a “la prioridad otorgada a la calidad y al valor cultural del libro (por sobre su otro aspecto de bien económico y producto de la industria cultural)” (Astutti y Contreras, 2001: 768)<sup>16</sup>.

---

15 Las actas completas están disponibles en <https://www.oei.es/historico/cultura2/actas.htm>

16 Para las editoras rosarinas, no obstante, esa definición no era suficiente. Se

También vinculada a la idea de independencia nacional (en el caso de Schiffrin), dicha condición las postulaba como garantes de la diversidad y el pluralismo, principios amenazados por la concentración económica.

La *edición independiente* constituye entonces una réplica al proceso -acelerado en los años '90- de compra y concentración de editoriales nacionales por parte de conglomerados extranjeros, que introdujo formas de edición globales y lógicas financieras que quebraban la del *negocio de tradición familiar* (Botto, 2006; Szpilbarg y Saferstein, 2012; de Diego, 2012).

A su vez, como observó Verónica Stedile Luna (2017) para el caso de las revistas, un curioso desplazamiento semántico agrega a la palabra *independiente* otros sentidos, vinculados a la horizontalidad para el trabajo o a la procedencia plebeya de los recursos económicos. En otras palabras: al menos en el subgrupo de las editoriales *under*, militantes o de intervención político-cultural, “independiente” querría decir también “autogestivo” y nombrar una forma organizativa sin patrones<sup>17</sup> -que como señala Pablo González en el capítulo 3, a veces se confunde con el *emprendedurismo* y se vuelve auto-explotación.

---

hacia necesario, “problematizar la, en apariencia inmediata, ecuación editorial independiente=editorial buena / editorial transnacional=mala calidad; por otra, advertir que la oposición independiente / multinacional no alcanza para explicar todo el campo, que en el interior de las editoriales independientes deben distinguirse también las editoriales, digamos, ‘pequeñas’, cuya proliferación, al menos desde la década del '90 en Argentina, constituye un singular fenómeno cultural.” (768). En relación a esto último, lo que trataban era hacer una distinción de escala, podría decirse, entre “grandes editoriales independientes” como Anagrama o Pre-textos, y otras experiencias como la propia Beatriz Viterbo o Adriana Hidalgo, Simurg, Paradiso, Tierra Firme, Alción, Siesta, Zapatos Rojos, Tse-Tse, Vox, Melusina y El Broche.

17 No obstante, es interesante notar que pocas veces esa impronta autogestiva se traduce en las formas jurídicas. Aún cuando pareciera lógico encontrar -en un sector donde prima el discurso de la autogestión- cooperativas de trabajo, esa traducción legal de las experiencias es inusual. Apenas doce de las 426 editoriales relevadas (menos del 3%) se definen como cooperativas. Varias de ellas provienen del sector gráfico y conformaron la cooperativa antes de volcarse al trabajo editorial, como El Zócalo (CABA), Veintinueve de mayo (Córdoba) o Sietesellos (Santa Rosa). Fundada en 1973, Patria Grande es una suerte de pionera en el ámbito editorial cooperativo.

### ***La independencia como proyecto de catálogo***

Fuera del terreno económico-organizativo, otra idea que ponen en juego los editores independientes a la hora de definirse es el proyecto: la idea de una apuesta cultural coherente en torno a ciertas temáticas, que trama la publicación de long sellers y que aspira a generar un fondo editorial. Esto es, como se verá en el capítulo 7, lo que suele estar implícito en la noción de catálogo.

La centralidad del catálogo es el criterio que prima en *Independientes ¿de qué?*, publicado por los editores de Godot en una colección del Fondo de Cultura Económica (López Winne y Malumián, 2016). Allí, los autores señalan como primera cuestión la relación con el mercado: “Un editor independiente debe pensar su catálogo ligado a la coherencia de su contenido y no a las modas temáticas que atraviesan el mercado editorial. Debe, en todo momento, apostar a un catálogo de fondo” (López Winne y Malumián, 2016: 5). Por supuesto, esto no implica la desatención de la dimensión económica<sup>18</sup>. Pero la clave para reconocer una editorial independiente estaría en el catálogo, el diseño, la calidad de fabricación... En ese sentido, Colleu propone -en línea con la Alianza de Editores Independientes- utilizar el término *editor independiente de creación* (Colleu, 2008: 27, 121).

Los editores independientes de creación buscan una coherencia en su catálogo, con el correr de los años tejen la trama de su legitimidad produciendo libros que resuenen juntos. Son alternativamente descubridores, laboratorios de investigación, actores políticos comprometidos (126).

Volvamos a *Independientes ¿de qué?*: recién después del catálogo aparece la cuestión de la propiedad y el aporte de capital, en una definición por la negativa: “Una editorial independiente no puede ser parte de un grupo económico, ni tomar sus decisiones

---

<sup>18</sup> “El rumbo de su catálogo tiene que estar marcado por la calidad pero sin descuidar el retorno” (López Winne y Malumián, 2016: 4). Para los autores, no se debe entender el desinterés por la salud económica con un gesto de independencia (9).

editoriales con base en las presiones de sus accionistas” (López Winne y Malumián, 2016: 9)<sup>19</sup>. Sin embargo, al esbozar las contradicciones del término, mencionan la posición de Constantino Bértolo, “que fundó una especie de sello independiente -Caballo de Troya- dentro de un conglomerado editorial -Random House-” (2). En síntesis, para estos autores, una editorial independiente

es la que tiene su norte enfocado en la construcción de un catálogo de calidad pero sin descuidar la mirada sobre la rentabilidad del proyecto. Persigue la autosustentabilidad y no depende de cualquier aporte de capital que provenga de fuera de su actividad editorial. (...) la difusión sobre lo que se publica o rechaza está completamente bajo el mando de su editor (López Winne y Malumián, 2016: 14)

Así aparece la cuestión de la *bibliodiversidad*, que es “el valor que aporta el editor independiente” (López Winne y Malumián, 2016: 6). Noël la identifica como una de las principales líneas argumentativas en defensa de la edición independiente -“menos radical y apocalíptica” que la denuncia por homogeneización (2018: 122)-, aunque observa su riesgo de caer en definiciones “cuantitativas” a las que los editores “no logran oponer más que la noción vaga de 'diversidad por la calidad'”. La defensa de la diversidad como fin “sigue siendo uno de los tópicos más movilizadores en ese polo del campo editorial y la dificultad para los editores consiste en defender una concepción cualitativa del concepto” (Noël, 2018: 124).

La idea de bibliodiversidad tuvo su auge a partir de 2005. Ese año, en el marco de la principal feria del mundo latino, se realizó el encuentro “Los editores independientes del mundo la-

---

19 La definición va en línea por lo planteado por Colleu (2006: 96): “el poder de decisión del editor tiene que ser total: sea cual fuere la estructura jurídica escogida, ningún 'accionista' exterior debe poder impedirselo”. Por eso, agrega el francés, “es esencial que ningún asociado financiero figure en el capital de la empresa. Los bancos, fondos de pensión, seguros, etc., tienen objetivos de rentabilidad que son incompatibles con una política editorial de creación” (96)

tino y la bibliodiversidad” organizado por la FIL Guadalajara, la Alianza de Editores Independientes (nacida tres años antes), la Unión Latina y el CERCALC<sup>20</sup>. De allí surgió una declaración firmada por unos 70 editores independientes de 23 países, muy en línea con los postulados de diversidad cultural propiciados por la UNESCO.

Por esos mismos años se publicó *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*, de Gilles Colleu (2006 en Francia; la edición argentina es de 2008 por La marca editora, cuyo editor Guido Indij motorizaba EDINAR), uno de los participantes del encuentro de Guadalajara, de quien ya citamos la referencia a los “editores de creación”. Para Colleu, el libro de creación era la encarnación de la bibliodiversidad, por oposición al fenómeno de best-sellerización (Colleu, 2008: 30-31):

Frente a las lógicas financieras, cada vez más editores independientes reaccionan, multiplican las estrategias de resistencia y contribuyen al mantenimiento de una edición plural, comprometida, apasionante, capaz de proponer a los lectores los mil sabores del mundo, la infinitud de las ideas de los pueblos, la diversidad de las culturas, en vez de la sopa tibia de la edición industrial poseída por algunos grupos en el mundo (25)<sup>21</sup>

---

20 Aunque se realizaba en México, el encuentro tuvo una participación predominante de europeos (en total catorce editores, frente a nueve americanos y dos africanos). No hubo participantes argentinos. En el documento resultante se encuentran los aportes de: Éditions Métaillié, L’Atelier, Chandeigne, Vents d’ailleurs, Éditions Actes Sud (Francia), Tusquets, Anagrama, Castalia (España), Voland, Nottetempo (Italia), Éditions d’en bas (Suiza), Humanitas (Rumania), Chá de Caxine (Angola), Presses Universitaires d’Afrique (Camerún), Écrits des Forges, L’instante même (Québec), Ediciones Sin Nombre, Colibrí, El Tucán de Virginia, Ediciones del Ermitaño (México), LOM (Chile), Trilce (Uruguay), Libre (Brasil).

21 Colleu aclara que no critica “el aspecto comercial de la edición de libros” sino “la deriva financiera de esta comercialización”, el proceso de la financiarización de la edición de libros, por el cual “se editan libros como se producen yogures” (29, 25-26)

Nótese cómo la edición independiente configura -al decir de José de Souza Muniz Júnior- una “categoría ética” que representa un “polo de resistencia”: “se forja la idea de editor 'independiente' como aquel que, permaneciendo al margen de esos grandes grupos, mantiene total autonomía sobre la formación de su catálogo y privilegia la calidad en detrimento de la rentabilidad” (de Souza, p. 146)

En julio 2007, reunidos en París, aquel grupo de editores hizo una nueva declaración (la tercera, después de Dakar y Guadalajara) “por la protección y la promoción de la bibliodiversidad”. Allí planteaban:

El papel de los editores independientes, como actores esenciales de la difusión de ideas, de la construcción del ser humano, se encuentra hoy gravemente amenazado en el mundo entero. La bibliodiversidad -la diversidad cultural en relación al libro- corre peligro.

Los editores independientes padecen intensamente los efectos de la globalización económica, que favorece la concentración financiera de este sector, dominado hoy por grandes grupos que poseen los recursos económicos, los medios de comunicación y mecanismos de difusión. La uniformización de los contenidos está en marcha.

La lógica puramente financiera empuja el mundo editorial hacia una mercantilización incompatible con la creación y la difusión de bienes culturales. A pesar de ello el libro debería ser un bien público (citado en Colleu, 2008: 203)

Así, la noción de edición independiente quedó intrínsecamente asociada a la fórmula nueva de la *bibliodiversidad*. En la siguiente década, la Alianza Internacional de Editores Independientes tituló así a su revista (*Bibliodiversity*, que publicó seis números desde 2011) y, como Colleu una década antes, la referente austra-

liana Susan Hawthorne publicó un nuevo manifiesto<sup>22</sup>. Al volver a revisar la analogía con la biodiversidad, en éste queda en claro que la *bibliodiversidad* no es solamente *muchos libros*: también es preservar el “equilibrio entre las especies” (que no haya una especie/editorial que pueda extinguir a otra) y garantizar una vida editorial de acuerdo a las condiciones locales. “Quienes producimos o cultivamos la bibliodiversidad vivimos social, política, a veces geográfica y lingüísticamente, en los márgenes”, sintetiza Hawthorne (2008: 43) en línea con una definición cualitativa del valor defendido.

Ese carácter local de las experiencias no es una cuestión menor. Constituye otro punto de confrontación con los Grupos Económicos -los transnacionales y también los nacionales-: ¿qué gran editorial comercial-industrial opera fuera de una capital? Como observa Eliana Tessio Conca en su tesis, “la concentración empresarial (...) no es sólo económica, sino también geográfica” (Tessio Conca, 2017: 38). En el caso de la editoriales independientes argentinas, si bien el 69% se concentran en la Ciudad y la Provincia de Buenos Aires (en las que habita, de hecho, la mitad de la población nacional), es posible identificar 132 experiencias en el mal llamado “interior” del país: 22,1% en la zona centro del país, 4,2% en el NOA, 2,6% en la Patagonia, 1,4% en Cuyo y 0,7% en el NEA<sup>23</sup>. Y afortunadamente hay cada vez más iniciativas por conocerlas y analizarlas, frente a un momento inicial del campo académico muy centrado en experiencias porteñas<sup>24</sup>.

---

22 Tres aspectos que se destacan en la mirada de Hawthorne: su nacionalidad australiana, una preocupación ambientalista y la militancia feminista. La primera implica el uso de un inglés periférico, con identidad propia: ayuda a pensar que no hay versiones “únicas” o “neutras” de un idioma (del mismo modo que editores de nuestra región defienden las traducciones rioplatenses frente al español estándar). La segunda introduce la inquietud por una industria editorial orgánica, consciente, sustentable. La tercera es la veta más interesante de este libro. Aporta historia a la relación entre edición y feminismo: ante un fenómeno que une imaginaría reciente, Hawthorne remite por ejemplo a una Feria Feminista Internacional del Libro realizada en 1984, que reunió a editoras y escritoras de distintos continentes.

23 Según el relevamiento realizado por nuestro proyecto de investigación, ya citado.

24 Tessio Conca analiza experiencias entrerrianas. Lucía Coppari estudia la sociabilidad de las pequeñas editoriales de Córdoba. Ignacio Ratier estudia el espacio editorial independiente de Santiago del Estero.

Aquello implica también pensar otros espacios de encuentro y circulación. Así, aunque muchos trabajos que reflexionan sobre las ferias del sector suelen detenerse en la FLIA y en la FED -como lo hacen muy bien Ezequiel Saferstein y Víctor Malumión en esta compilación-, también hay que tener presentes otras, como La Bastardilla en Córdoba, Fluye en Paraná y Santa Fe, la FER en Rosario, FEA Bahía Blanca o la Feria Temporalmente Autónoma -FTA- en Neuquén, además de algunos festivales en las provincias -promovidos por editores y poetas locales- en cuyo interior han crecido otras ferias<sup>25</sup>. Con estas referencias, derivadas de la dimensión territorial de la bibliodiversidad, entramos en la tercera dimensión que podría definir a las editoriales independientes: el estado de feria permanente.

### ***Sociabilidad y militancia de la edición independiente***

Una de las características de estas editoriales -señalada por Vanoli (2009) y bien recuperada en el capítulo 13 de este libro- es que orientan su producción a una comunidad lectora específica, más que a un público indiferenciado. En ese sentido, el editor de Crisis y ex Tamarisco sostiene que, mucho más que su *independencia* del capital transnacional o su condición de “editoriales de nicho”, lo que caracteriza a las editoriales independientes “es el uso de la creatividad como insumo para la generación de comunidades de lectura” (Vanoli, 2009: 172):

Antes que orientadas exclusivamente a un mercado de lectores anónimos, las pequeñas editoriales que nos interesan, en gran parte nacidas en el período posterior a 2001 (Carne Argentina, Mansalva, Clase Turista, Entropía, El Andariego, Editio-

---

25 Dos casos notorios son el Festival Internacional de Poesía de Rosario (FIPR) y el Festival Internacional de Literatura de Tucumán (FILT). A su vez, como señala Vanoli en su último libro, la obligada programación cultural hace que “las ferias del libro se parecen cada vez más a los festivales”, tal como sucede con el Festival Internacional de Literatura de Buenos Aires (FILBA) organizado por Eterna Cadencia (Vanoli, 2019: 147). En ambos movimientos, la distinción entre feria y festival se desdibuja, y definir una feria/festival/fiesta del libro se hace tan difícil como encontrar la definición de editorial independiente.

rial Funesiana, La Creciente, Eloísa Cartonera, entre otras) aspiran a funcionar en muchos casos como principios organizadores de comunidades de lectura donde los encuentros cara a cara, el sistema de sociabilidades virtuales constituido en torno a diversas superficies de inscripción como weblogs y páginas personales, y mayoritariamente los eventos, presentaciones de libros, lecturas en vivo y ferias constituyen un repertorio de iniciativas que, en muchos casos fortalecidas por los ideales autogestivos que diferentes formaciones culturales argentinas llevaron a cabo como resistencia tras la debacle económica-político-institucional de principios de siglo, aparecen como un horizonte común que funciona como cemento de las variadas formas de lo que podríamos llamar la militancia literaria. (173)

En este aspecto relacional podemos encontrar otro acercamiento a la imperfecta definición de la edición independiente: la sociabilidad del sector, que pone en juego una dimensión afectiva, define una forma de militancia y coloca en un lugar fundamental al vínculo con los lectores.

El foco se pone ya no sólo sobre la “bibliofilia” y el amor por la literatura que moviliza a los editores, sino también en el “plus de sociabilidad y de activismo que trasciende la factura de los libros en tanto objetos, con un repertorio de acción bien diferente” (175). Esta “nueva forma de activismo cultural”, según Vanoli, “se vale de diferentes estrategias para la generación de relaciones sociales y redes colaborativas al interior de la cultura literaria” (176).

En esta perspectiva, el elemento clave que define a la edición independiente es la creatividad, que encuentra distintas expresiones: en el diseño (sobre el que Carolina Muzi hace un interesante análisis en el capítulo 11 de este libro), en la factura del libro como objeto material, en el trabajo de difusión realizado en el terreno virtual, y finalmente en la organización de distintas

actividades “donde las comunidades de lectura estructuradas en torno a este circuito de pequeñas editoriales se actualizan en la interacción cara a cara” (179).

En un clima festivo por cierto tributario de la cultura del rock que funcionaba como importante resistencia contracultural en los años de la dictadura militar, 'hacer el aguante' a la narrativa en estos eventos implica ciertamente participar en un registro de prácticas emergentes donde la sociabilidad es más parecida a la del recital de una pequeña banda que a las tertulias o conferencias propias de la modernidad literaria. (179)

Entre las actividades que constituyen esa trama vincular, Vanoli señala en su texto “la organización y participación de las editoriales en eventos, lecturas, ferias y demás instancias”. La tercera parte de esta compilación contribuye precisamente a pensar esos ámbitos: la feria, sobre todo, pero también los festivales y ciclos de lectura que caracteriza muy bien Cristian Molina a partir de la experiencia de Ediciones Arroyo en la periferia santafesina.

Podría decirse que con esas prácticas, con la formación de comunidades de lectura con un carácter copresencial e interactivo, las editoriales efectivamente constituyen un núcleo de resistencia a la industria del entretenimiento. Así volvemos, parece, a la definición primigenia que oponía edición independiente y transnacionalización; pero ya no se trata de una cuestión de propiedad, ni siquiera sólo de una cuestión de catálogo, sino de la construcción de vínculos, afectos y complicidades. Y si de construir comunidades se trata, la labor nunca será perfecta, ni serán demasiados quienes pongan manos a la obra.



## Capítulo 2

### ¿Economías del deseo?

#### La autosustentabilidad en editoriales independientes contemporáneas

DANIELA SZPILBARG

Una tarde en el comienzo del verano 2019, un grupo de editores y editoras convocados por los organizadores de la Feria EDITA<sup>1</sup> que se realizaría en el Centro Universitario de Arte de la ciudad de La Plata, se reunió en la librería y bar Borges 1975, en la Ciudad de Buenos Aires, a modo de conferencia de prensa y presentación de la Feria –que existe desde 2016- y también para expresar un diagnóstico sobre la situación de las políticas públicas del momento. Apenas me senté, comencé a escuchar la conversación por turnos en una reunión de alrededor de 20 editores. Allí se hablaba de las problemáticas del libro nacional. Muchas de las editoriales presentes, con catálogos altamente dinámicos, expresaban dificultades a la hora de autosustentar los proyectos, e incluso de tener en la editorial un medio de vida. Lo predominante del diálogo era lo económico: la necesidad de conocer las experiencias de otras editoriales y encontrar estrategias comunes para sustentar la empresa-emprendimiento editorial. En este sentido, uno de los editores, afirmaba: “Estamos en estado de feria permanente”, haciendo un juego discursivo que expresaba dos situaciones: la primera, postular la situación de estar en *asamblea permanente*, en modo de órgano representativo que se mantiene en alerta y a la manera de Rousseau, emanar el poder para dictar la ley; y, por otro lado, expresando una realidad del campo de los editores independientes: ante un contexto de economía recesiva en los últimos años, la existencia de diversas ferias de libros en festivales, encuentros, fue aumentando, y se convirtió en una vía de subsistencia para que las editoriales completen los ingresos que ven disminuir en la venta de libros a través de librerías. En este encuentro también se

---

<sup>1</sup> Esta Feria es organizada desde 2016 por Malisia Distribuidora & Estantería de libros y Revistas, la UNLP y el Centro de Arte de la UNLP, con el apoyo de Club Hem, Pixel, EME editorial, Malisia Editorial, Papel Cosido y Fa Taller estudio.

pusieron en común algunos datos sistematizados por la Cámara Argentina del Libro (CAL) y que fueron publicados en octubre de 2018: por un lado, una baja en el total de nuevas publicaciones que había disminuido de 28.440 en 2017 a 22.999 en 2018. Por otro lado, una caída de casi el 50% en millones de ejemplares impresos, cayendo de 62 millones de ejemplares en 2016 a 36 millones en 2018, según los datos de la Agencia de ISBN recopilados por la CAL. Al mismo tiempo, la CAL denunciaba a finales de 2018 un descenso de ventas de entre el 25 y el 35% de unidades vendidas, tomando como referencia al año 2015. Este descenso se justificaba por muchos factores, siendo los centrales la continuada y profundizada recesión y la caída del consumo interno (Informe CAL 2018: p 8-9)

Respecto de las librerías, se registraba el cierre de 36 librerías, y al mismo tiempo que la disminución de las ventas avanzaba, la exportación se volvía más complicada, ya que los libros se exportan en consignación y surgió un impuesto que supone pagar un 12% de retención, cuando antes era del 5%.

Esto nos muestra un interesante primer aspecto de que en el panorama “independiente” en Argentina muchos editores sostienen sus proyectos como actividades de actuación política y cultural<sup>2</sup> pero tienen otros medios de vida vinculados a lo editorial -periodismo, docencia, investigación: la editorial no es su principal medio de subsistencia. Esto refleja también el rol ausente del Estado y permite contrastar la existencia de editoriales en Argentina respecto de otros países como México. No significa esto que en décadas anteriores el Estado haya tenido -y sobre todo mantenido- una dirección en sus políticas públicas, sino que en el periodo 2010-2020 -observando las dos gestiones de gobierno: Cristina Kirchner 2011-2015 y Mauricio Macri 2015-2019- pudimos observar una involución en materia de políticas públicas, las cuales por otro lado no son ajenas a la realidad económica y social, sino que resultan -en su ausencia- agravantes de la situación recesiva del sistema económico, educativo y científico.

---

<sup>2</sup> Ese carácter de la edición independiente como intervención político-cultural se analiza en el capítulo 1 de este libro.

En cuanto a las editoriales que intentamos retratar en este texto, mucho se habla y se ha hablado de las editoriales *independientes*, y aunque no se trata de un debate terminado, se han hecho múltiples aproximaciones analíticas para intentar definir este grupo de editores y editoras. En este texto, si bien no se trata de delinear y determinar este grupo, trabajaremos con sus propias percepciones y discursos, por lo que es importante definir a grandes rasgos ciertas características de estos editores y editoras considerados. Al igual que se lo presentó en el capítulo anterior, lo definiremos como una zona dentro del campo de la edición, un espacio en tensión por lo cambiante e inestable de este grupo de editoriales. La independencia es un concepto relacional, que lo aplicamos a los proyectos editoriales y que por eso mismo presenta un movimiento intrínseco vinculado con el paso del tiempo y el modo en el que afecta a los proyectos editoriales y a sus directores. En este sentido, se trata de editoriales que están en un momento de profesionalización. Muchas de ellas comenzaron su historia con una gran cuota de experimentación y amateurismo y sin una planificación concreta, y con el tiempo fueron delineando sus catálogos y acumulando un fondo editorial que los orientaba a un público específico; estas editoriales, además, como afirma Marilina Winik —editora de Hekht— muchas veces consideran el plan editorial como un “plan vital”. Algunas editoriales también, con el paso del tiempo comenzaron a participar de formas cooperativas en la Feria internacional del Libro de Buenos Aires<sup>3</sup>, y lograron vender derechos de algunos títulos o bien comenzaron a participar de otros mercados, a través de la exportación o la participación en otras ferias como la de Guadalajara.

El aspecto que asimila a los editores consultados al tipo de editor “humanista” —esa figura despreocupada por la cuestión económica— es el hecho de armar su catálogo con entera libertad; pero a su vez, consideran que para que la editorial —al menos— subsista, el factor económico es central. De hecho, en las editoriales anali-

---

<sup>3</sup> Sobre esa cooperación, ver el capítulo “La distribución asociada: alianzas contingentes y proyectos consolidados” de Gustavo Velázquez y también “Las ferias de libros y sus públicos”, de Ezequiel Saferstein, en esta misma edición.

zadas el tema económico es una cuestión que aparece una y otra vez cuando se consulta por el devenir de la editorial; y es donde radica la tensión de los emprendimientos: se trata de editores que si bien se mueven por el deseo de construcción de los catálogos, no se identifican con una figura donde los ingresos no son determinantes y donde tampoco la publicación de un libro está supeditada y condicionada por los beneficios económicos<sup>4</sup>. Según Alejandro Dujovne (2017), la distancia entre la difusión de libros pensada para garantizar beneficios económicos inmediatos, y la lógica de producción que privilegia una apuesta intelectual y estética se puede observar a partir de distintos indicadores: la facturación, las cifras de novedades mensuales, las tiradas, las porciones del mercado que ocupan, los criterios de selección de obras, las estrategias de marketing, entre otras. La fuerza de esta división se evidencia en la profusión de sellos editoriales que se identifican con la categoría “independiente”, que opera homogeneizando y creando una identidad común entre un universo de editores muy heterogéneos (Dujovne, 2017). Más allá de estas consideraciones, ligadas a la teoría de Pierre Bourdieu (2000) donde tanto el libro como -por derrame- el editor comparten esta “doble cara” entre lo cultural-ideológico-simbólico-político que el libro contiene, y su valor de cambio que lo convierte en mercancía circulante en el mercado, es importante considerar que estos elementos sirven para iluminar y caracterizar el tipo de editor/ editora que hemos considerado.

Para construir la muestra desde el punto de vista de las consideraciones que hemos hecho, definimos dos instancias objetivas para considerar editoriales que hubiesen intervenido en ciertos espacios característicos de la sociabilidad e identidad “independiente” de las editoriales en la etapa contemporánea: la partici-

---

4 De esta manera lo detallaba Cristóbal Thayer, editor de La cebra: “Entre que yo di el primer paso de La Cebra en marzo de 2006 hasta fines de 2007, por ejemplo, edité sólo 6 libros. Y el mayor activo en ese entonces eran los libros que estábamos por publicar. Da mucho placer ver un libro cuando llega de la imprenta. La editorial se vuelve visible cuando hay una serie de libros, un catálogo. Quizás sea esto lo más importante y a lo que haya que apuntar. Teniendo en claro que seguramente pasarán años antes de que el catálogo se pueda ver” (en Torralba, 2011)

pación en la Feria de Editores (FED)<sup>5</sup> y la presencia en stands colectivos de la Feria internacional del Libro de Buenos Aires. Hablamos entonces del tipo de editor que hace varios años Gilles Colleu (2008) llamó “editor independiente de creación”, cercano al “editor independiente crítico” conceptualizado más recientemente por Sophie Noël (2018).

Más allá de los modos de nombrar este tipo de editores y editoriales en base a características comunes, se trata de una zona siempre *en construcción*, del mismo modo que los datos sobre el sector también se van construyendo en base a relevamientos a los editores involucrados, tratando de unir información que se encuentra dispersa y que permite poner en conjunto sus visiones, percepciones, representaciones y prácticas, para poder conocer la realidad contemporánea de este grupo pequeño desde el punto de vista financiero pero de gran importancia y dinamismo político, militante e intelectual. Este relevamiento es central porque permite esta caracterización en el momento presente. Estos editores analizados, que según Pierre Bourdieu (2010) corresponden al polo de producción restringida, se mantienen en este doble papel y posición: tienen por un lado esta identidad dual -la simbólica, según la cual producen libros que conllevan ideas, posicionamientos ideológicos, innovaciones en cuanto a circulación de autores, traducciones hasta el momento inexistentes- y la económica -producen libros que se comercializan en el mercado-. El equilibrio entre estas dos dimensiones es siempre frágil, ya que como veremos en las próximas páginas, muchas de las editoriales analizadas tienen un catálogo dinámico, innovador, avanzado en términos de propuestas ideológicas, trabajo sobre textos circulantes, prólogos donde se construye a nivel teórico; pero se enfrentan a una precariedad económica que se da por múltiples motivos: falta de medios financieros, falta de financiación, ausencia de políticas estatales, autoexplotación, trabajo informal, etcétera.

---

<sup>5</sup> Sobre la FED, ver capítulo de Víctor Malumián en este libro. Se trata de una feria emblemática en el espacio de la edición independiente porque representa una instancia de “profesionalización”.

En el siguiente apartado haremos un recorrido en torno a las acciones del Estado: aquellas potencialidades y debilidades que muestran las políticas públicas que existen actualmente. A continuación, nos interesa plasmar una fotografía de las estrategias económicas que los editores y editoras ponen en práctica para sustentar sus proyectos editoriales, catálogos y libros. Se trata de una tarea artesanal y cotidiana donde no debemos olvidar la presencia/ausencia de las políticas públicas en relación con estas prácticas. A los efectos de conocer las estrategias concretas que actualmente utilizan las distintas editoriales, hemos seleccionado una serie de editores y editoriales para consultar en primera persona cuáles son las acciones con las que llevan adelante la edición contemporánea y el desarrollo de catálogos.

### **La edición nacional frente a una política estatal errante**

En los últimos años, según datos de la CAL, la industria del libro viene produciendo cada vez menos ejemplares, al mismo tiempo que descienden los lanzamientos de libros. Estos datos de la industria que ya hemos mencionado no vienen solos, sino que conviven con datos objetivos de baja del consumo interno por aumento del desempleo, reducción de los salarios reales, aumento de tarifas y devaluación. Esto se combinó con el hecho de que desde enero de 2016 se abrió la importación de libros y se redujeron a la mitad, para luego discontinuarse, las compras públicas de libros por parte del Ministerio de Educación, lo cual afectó muchísimo a las pequeñas y medianas editoriales. Desde 2011 y hasta 2015 en que se produjo un cambio de gestión gubernamental, se habían realizado varias medidas tendientes a terminar con la importación de libros: requerimientos de Declaraciones Juradas anticipadas, autorización de la AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos) y medidas de control de plomo en la tinta. Cuando en 2016 estas medidas se suspendieron, hubo una llegada irrestricta y no controlada de saldos, libros de bajo precio que complicaron más aún la competencia de los libros locales.

De acuerdo a la CAL, que durante la Feria del Libro de 2017 lanzó la campaña “SOS Libro Argentino”, en los últimos años se produjo un drástico deterioro de las novedades editoriales y en las ventas, que venían manteniendo un crecimiento desde el año 2003, y que muestran una disminución anual de alrededor del 20%. El escenario comenzó a mostrarse crítico a partir de 2016, y se montó sobre una industria que cuenta con desigualdades estructurales, como el oligopolio en el mercado del papel, que provoca que el insumo básico de los libros tenga unos precios superiores al promedio internacional, a lo que se suman los efectos dramáticos de la devaluación de la moneda local, que provocó un aumento desmesurado de los precios del papel, imposible de trasladar al precio de venta al público de los libros en un escenario recesivo. Y otra expresión del deterioro del sector es el cierre de librerías, que son el eslabón débil de la cadena, y que en los últimos años han visto agravada su situación por el aumento de las tarifas de los servicios públicos.

Desde la órbita del Estado, y de modo muy lejano respecto de lo que pasa en otros países<sup>6</sup>, las políticas públicas pueden describirse como un esquema desordenado y errático de ayudas

---

6 En un estudio sobre los países de la Unión Europea, realizado por el Budapest Observatory, se analizó la mayoría de los países miembros que cuentan con alguna forma de subsidios a la traducción, edición y promoción de sus literaturas a través de una cantidad de actividades y acciones llevadas adelante por una institución. Buchler (2012) dirigió una encuesta donde se ponían en comparación las políticas y organizaciones de los distintos estados. La encuesta se centró en organizaciones que fueran parte de una estructura gubernamental más amplia como un Ministerio de Cultura o una organización financiada por el gobierno pero independiente de él. De las instituciones indagadas, 22 de ellas pertenecen a Agencias Nacionales de Promoción de la Literatura. Este tipo de organizaciones fueron establecidas por primera vez en los países nórdicos (Noruega –NORLA- y Finlandia –FILI-) en la década de 1970. Las demás fueron surgiendo desde los 80 hasta los 2000. En los países de Europa oriental, este tipo de organizaciones surgieron durante la década del 2000. La mayor parte de ellas coincide en tres funciones clave: la función de soporte y subsidios a la traducción; y la promoción de autores y eventos literarios, aunque algunas de estas instituciones muestran desarrollar no solamente estas tres, sino múltiples funciones vinculadas con la traducción, la edición, la lectura y la investigación: Promoción de literatura y autores, Soporte para la organización de eventos literarios, Provisión de información; Promoción del libro y la lectura; Soporte para edición local; Investigación y recolección de datos e información sobre el sector, soporte a bibliotecas y análisis de políticas y sugerencias a los gobiernos. (Buchler, 2012: 14)

estatales, en donde podemos encontrar ayudas en relación a la participación en ferias internacionales y subsidios a las traducciones de libros argentinos a través del Programa Sur. También se pueden mencionar líneas de ayuda esporádicas y que no permiten sostener planes editoriales, como por ejemplo las línea de subsidios para Catálogos que otorga el FNA (Fondo Nacional de las Artes), la acción de compras de las Bibliotecas Populares a través de CONABIP, o bien algunas líneas de créditos blandos como las que otorga el Programa de Microcréditos del Ministerio de Desarrollo Social, que se otorga a través del Circuito Cultural Barracas. Se trata de políticas de alcance limitado, y que difícilmente representen una efectividad a largo plazo, al mismo tiempo que denotan una mala articulación entre el Estado y el sector privado. Las editoriales consultadas definen la interacción del Estado con sus proyectos de modo muy deficiente. Muchas de ellas han tenido escasa o nula relación con los subsidios o ayudas por parte del Estado.

Solo a modo de ejemplo, Maximiliano Papandrea, editor de Sigilo, destaca la ayuda de un pasaje para asistir a la Feria de Guadalajara; Ariel Bermani, de Conejos, relata que recibieron por única vez un préstamo “blando” del Ministerio de Cultura que les permitió imprimir dos libros. Dafne Pidemunt, de La mariposa y la iguana, destaca que obtuvieron el Capital Semilla y que eso les permitió adquirir maquinaria para imprimir las tapas.

Por otra parte, cabe destacar que los intentos por crear un Instituto Nacional del Libro (INLA), un ente donde se propone la confluencia de los distintos actores del mundo del libro a partir de lo cual se podrían pensar políticas públicas para el sector de las actividades editoriales y literarias, fracasó en diversas oportunidades, lo cual se ve también complementado con la existencia de una profusión de políticas culturales llevadas adelante por la sociedad civil o por instituciones de otras escalas estatales -como provincias, municipios o establecimientos educativos-, como la abundancia de ferias que cada año se acrecientan.

### **En primera persona**

En este apartado desarrollaremos, a partir de conversaciones y entrevistas mantenidas con distintos editores y editoras, cuáles son y han sido las estrategias que llevan adelante a la hora de organizar sus prácticas a fin de concretar sus catálogos. Con el criterio que ya definimos, se seleccionaron algunas de las numerosas editoriales activas en la actualidad, con un marcado sesgo en editoriales situadas en la Ciudad de Buenos Aires. Los editores y editoras consultados, durante febrero y marzo de 2019, fueron: Alejandro Schmied (Tren en movimiento), Ariel Bermani (Conejos); Maximiliano Papandrea (Sigilo); Néstor González (Las cuarenta); Dafne Pidemunt (La mariposa y la iguana). Al mismo tiempo, se realizó un relevamiento de otros testimonios de editoras y editores a partir de notas periodísticas.

Según Néstor González, editor de Las cuarenta, las problemáticas del mundo del libro en relación a las políticas de Estado se vinculan con la circulación y los precios. El editor considera que los precios “siguen la suerte del papel y de la producción local”, por lo que la opción termina siendo tercerizar en el exterior la producción, aunque siempre está presente la voluntad de producir con trabajo argentino, así como llegar a todo el territorio. Dafne Pidemunt, de La mariposa y La iguana, mencionaba un diagnóstico similar: sostiene que aunque la editorial crece año a año -más producción, ventas y textos publicados por año-, desde 2016 “lo que ha disminuido es la ganancia de la editorial, porque el problema es que no se pueden subir los precios en relación al aumento real de la imprenta y las disparadas del dólar, ya que no podríamos vender los libros”. En consecuencia, cuenta que han decidido como editorial mantener precios bajos, bajando la ganancia de la editorial. Alejandro Schmied, de Tren en movimiento, realiza una distinción interesante: considera que la economía de una editorial puede ir en aumento, sin ser “necesariamente sustentable financieramente”. En este sentido, afirma datos concretos que podrían resultar contradictorios pero que no lo son: por un lado refiere una micro economía que crece por acumulación, mostrando una “evolución ascendente” en términos de tener

más catálogo y más libros distribuidos, aunque también afirma que desde octubre de 2015 las ventas se redujeron entre un 20 y un 40% interanual.

Ariel Bermani, escritor y editor de Conejos, plantea un diagnóstico en la misma línea para el periodo que la editorial atraviesa: afirma que desde 2016 la inflación que afecta la economía “imposibilita cualquier posibilidad de proyecto a largo y mediano plazo, ya que hay menos disponibilidad de dinero para hacer libros”. También asegura que las ventas disminuyeron mucho, incluso el volumen de libros que se vendía de modo constante. Como respuesta, ellos apuntan a un “doble punto de venta”, sumando la venta en ferias a la tradicional venta a través de librerías<sup>7</sup>.

Para adentrarnos en algunas estrategias de los editores y editoras consultados, empezaremos por destacar que las modalidades *asociativas* de la producción, circulación y distribución constituyen un aspecto que aparece de modo muy habitual en las prácticas de algunos editores, como un medio de llevar adelante tanto la edición de un libro determinado, como otras actividades que conciernen a la editorial, como la venta, la distribución y la participación en Ferias. En relación con estas estrategias, podemos mencionar la coedición, la cofinanciación y la participación en stands colectivos en Ferias de libros. En relación con las primeras dos modalidades, detalladas por Dafne Pidemunt y Maximiliano Papandrea: se trata de la posibilidad de emprender la edición de un libro de manera cooperativa cuando la capacidad de llevar adelante toda la producción de un libro resulta imposible para una sola editorial. Pidemunt considera que la *cofinanciación* con autores, así como la *coedición*, son estrategias que han utilizado en los últimos años ante la situación financiera en declive:

La estrategia de financiamiento es cofinanciar: si antes costeábamos nosotras algunos libros, ahora hablamos con los autores que publicamos y hace-

---

<sup>7</sup> Sobre las librerías y las ferias como ámbitos de circulación, ver los capítulos que integran tercera parte de este libro.

mos las distintas partes entre ambas partes: la producción, distribución, diagramación, imprenta. Por ejemplo, el trabajo de coedición del libro “Gordx el que lee” con Casa Brandon fue muy lindo. Me junté con Lisa Kerner y estaba este proyecto, ella quería armar esa pequeña edición y me había pedido si la podía ayudar y guiar, y salió la idea de este primer libro coeditado entre Brandon y La mariposa y la iguana, que está teniendo mucho éxito. Fue un libro que se hizo en un mes, y fue todo un trabajo conjunto y cooperativo, que se fue armando entre varias personas. Y la coedición fue condición sine qua non para que se pudiera hacer” (Dafne Pidemunt, editora de La mariposa y la iguana)

En relación con esto, Maximiliano Papandrea menciona el caso de la edición de *El tigre en la casa. Historia cultural del gato*, una coedición con una editorial de Chile:

Ese libro nació como proyecto de coedición y cofinanciación. La coedición fue una forma de compartir gastos. Nos repartimos territorio y compartimos los gastos de corrección, diseño y edición lo manejó Sigilo, y la traducción la financió Hueders, la editorial chilena. Ellos se quedaban con Chile y Mexico, y Sigilo con el resto del mundo. Eso fue un modo de financiar este libro que estaba pensado desde 2016. Ese año fue complicado, y fue el acuerdo con esa editorial lo que me permitió avanzar con ese proyecto, que termino siendo una especie de “salvavidas” para la editorial, y luego fue vendido a Bolivia y Perú.

Otra de estas modalidades -que expresan modos de relacionarse colectivamente y que llevan adelante muchas de las editoriales

analizadas en este trabajo- es la participación en Ferias internacionales –en Argentina y el extranjero- como parte de stands colectivos<sup>8</sup>. José de Souza Muniz Jr (2016) sostiene que las editoriales independientes forjan su presencia en la Feria del Libro en estas prácticas cooperativas. A partir de los altos precios de los stands, muchas editoriales comparten gastos para construir un espacio más grande y con mayor visibilidad. De este modo se “movilizan sus capitales sociales para favorecerse mutuamente” y así se da un efecto de capitales acumulados por el conjunto de los integrantes, al mismo tiempo que como afirmaba Ariel Bermani, “nos sirvió para darnos cuenta de que no estábamos solos y de que encarar proyectos colectivos era mucho mejor que los individuales”. Los stands colectivos logran destacarse de los stands más pequeños “convirtiendo mágicamente el efecto de gueto en efecto de club” (de Souza Muniz Jr, 2016:128). Esta modalidad de asociativismo ferial es reciente y posibilita “agenciamientos colectivos” que no sólo son económicos sino que anteceden y trascienden el evento<sup>9</sup>.

En definitiva estas editoriales que se nuclean colectivamente comparten los objetivos de visibilizarse y visibilizar catálogos hacia el exterior.

Lo asociativo también puede observarse en editoriales que deciden prescindir de las distribuidoras y encarar en conjunto la distribución de los libros, sosteniendo esquemas más “transparentes” que permiten –como afirma Ariel Bermani- “tener mayor

---

8 Nos referimos a “Todo libro es político”, “La coop”, “Sólidos platónicos” entre otros que incluyen a editoriales retratadas en este texto.

9 Otro elemento que juega dentro de las estrategias de autosustentabilidad y visibilidad, vinculado a la Feria del Libro de Buenos Aires, es un espacio de difusión de actividades que de algún modo nuclea las editoriales que pertenecen a los distintos stands colectivos. Se trata de “Zona futuro”. Un lugar que retroalimenta un circuito en el cual todas las editoriales, autores, y editoriales *fuera de la feria* pueden hacer actividades.. Este movimiento fue generando una circulación de figuras ajenas a la Feria donde podían también presentar sus libros u organizar acciones. En la página web de la Fundación El libro, se la describe como “el radar de las nuevas tendencias, estéticas y tecnologías de la Feria del Libro”. Coordinada por Esteban Castromán, Iván Moiseff y Lorena Iglesias -integrantes de la editorial Clase Turista- comenzó en el año 2012 y en la edición 2017 se organizaron sesenta actividades a lo largo de los veinte días de la Feria, donde participaron escritores, editores, artistas visuales, músicos y periodistas.

control". Otra de las estrategias de financiamiento de los editores, según lo que comentaba Néstor González, editor de Las cuarenta, es la financiación que ofrecen las imprentas:

La financiación que usaba era la que daban las imprentas, dividida en producción de tapas, interiores, encuadernamiento y papel. En 2015, al comienzo de la gestión de Mauricio Macri, se fundió Alsina, la distribuidora, y perdí parte del potencial de financiación. Hasta ese momento, el aumento de títulos anual estaba asociado a la venta, pero también a la financiación dada por las imprentas, que me daban financiamiento a cuatro o cinco meses.

Además de la participación colectiva en stands, diversas editoriales han emprendido en los últimos años la realización de Ferias de libros para solventar los gastos de producción a través de la venta directa y del encuentro con el lector. En este sentido, desde la FED coordinada por los editores de Godot, hasta la feria *La sensación* emprendida por los editores de Mansalva y Blatt & Ríos, o la Feria EDITA en la Ciudad de La Plata –por nombrar algunas de las Ferias que ocurren en Buenos Aires, se observa que progresivamente han aumentado la cantidad de ferias, algunas generales y otras temáticas, como la primera edición de la Feria del Libro Feminista, en diciembre de 2018.

En el caso del editor de Las cuarenta, con apoyo del Municipio de la Costa propuso y organizó la Feria del libro de la Costa, que se realiza desde 2017 durante enero en distintas ciudades del Partido de la costa, realizada con apoyo de la Secretaría de Producción de la Municipalidad de la Costa. En la edición de enero de 2019, realizada en San Clemente del Tuyú, Santa Teresita y San Bernardo participaron cincuenta editoriales independientes, librerías, autores y editores locales. Al mismo tiempo, Néstor González desarrolló un proyecto de distribución por las provincias para las editoriales independientes.

Una de las estrategias fue la gira por las provincias: primero Rosario, Córdoba, Santa Fe, Mendoza, San Luis, El Bolsón, Bariloche, Roca, Neuquén, Cipolletti, Bahía Blanca, y luego volver por Tandil, Olavarría, Balcarce, Mar del Plata. El proyecto de la distribución por las provincias, así como la Feria de la Costa, están vinculados a prolongar la presencia del libro, buscar los lectores que no están en Ciudad de Buenos Aires. La Feria de la Costa está orientada a generar un contacto entre el editor y los lectores pero tiene además otro sentido: la posibilidad de editores y editoras de vivir unos días juntos y compartir problemas que van más allá de la necesidad de vender libros, sino vincularse, compartir necesidades y a partir de enterarse de las necesidades del otro, aunar fuerzas y generar una distribuidora a nivel nacional. La idea fue transformar estos viajes que yo hice durante once años en algo que sirva colectivamente: ganar en construcción y extensión de catálogos a nivel nacional.

Tal como describen Néstor González y Maximiliano Papan-drea, así como otros editores y editoras que en los últimos años comenzaron a vender sus libros al exterior, la exportación de libros constituye actualmente una posibilidad para no depender por completo del mercado local: el editor de Las cuarenta, además de vender al exterior, comenzó a imprimir sus libros en España:

Una estrategia de financiamiento fue empezar a imprimir en España tiradas cortas, distribuir y vender ahí. Eso me hizo tener acumulación de recursos para usar en la producción y permite no confiar tanto en la venta local así como tener títulos para colocar stock y capitalizarme en títulos que tienen demanda de 400 títulos anuales y no

demorar la salida de esos libros. A partir de que empezamos con las traducciones, empecé a pensar la posibilidad de llevarlos a México, Colombia, España y Chile. Con respecto a México, trabajábamos con la gente del Fondo de Cultura Económica, que encontrábamos en la Feria del Libro. La relación con Ghandi fue más compleja, ya que estaban más atados a las lógicas de las cadenas y las ventas empezaron a caer, porque nuestros libros eran más de fondo y no se agotaban en los tiempos que les exigían a los libros de venta masiva. En cuanto a España, la distribuidora siempre fue Tarahumara: yo les mando material en consignación y él me va declarando las ventas y así distribuye. Ningu- no distribuye argentinos a menos que sean muy consagrados o reconocidos. También he hecho exportación a Chile, así como a Colombia, Uruguay, Bolivia, Perú, Costa Rica y Brasil. El mayor caudal de exportaciones -que representan alrededor del 60% de los ingresos- se realiza a España, que tiene ciertas ventajas: se hacen tiradas bajas y en consignación, pero es más barato imprimir, no hay costo de fletes ni de impuestos a la exportación. En el resto de los países de habla hispana la venta es en firme, y se exportan unos 1500 ejemplares al año. En España, se venden algo más de mil ejemplares al año, más otros mil que se imprimen allá. (Néstor González, Las cuarenta)

Maximiliano Papandrea, editor de Sigilo, respecto de la exportación, detalla que en su organización trabaja con un socio y con la producción dividida entre Argentina y España:

Somos dos socios, y la editorial tiene una sucursal en España. Adam (mi socio) está abocado a la producción de los libros en España y se incorporó

aportando un capital. Las dos empresas se manejan con autonomía financiera pero comparten recursos: estamos empezando a compartir recursos de preproducción y producción, pero la producción depende de las limitaciones del equipo y siempre el plan de publicación es mayor al que se termina realizando. Respecto a la exportación de la editorial tenemos un distribuidor en Chile, Uruguay, Colombia, y ventas puntuales a otros países. Son lazos comerciales extranjeros que se van haciendo con el tiempo.

Otra modalidad que pudimos encontrar en la experiencia de los editores y editoras consultados son las modalidades alternativas de financiamiento colectivo, como por ejemplo el *crowdfunding* – llamado también micromecenazgo, que es el financiamiento colectivo a través de internet. Al respecto, Papandrea contaba la experiencia de la editorial Sigilo en la producción del libro *La mano del pintor* de María Luque, afirmando que en el caso de ese proyecto de crowdfunding para financiamiento tuvo éxito porque los seguidores de la editorial y de la autora se apropiaron del proyecto, además de que se generó “ruido” en la prensa.

*La mano del pintor* fue un caso de financiamiento alternativo. Por un lado era un libro carísimo de hacer, impreso a cuatro colores y la editorial no tenía modo de financiar ese costo por su cuenta, pero como se trataba de un libro de artista que tenía muchos seguidores en redes, nos pareció que podíamos buscar ese apoyo en sus lectores: sumar los lectores de Sigilo y los de María Luque y apostar a un Ideame. Lo que hicimos fue una producción de un video, una estrategia de comunicación de Crowdfunding, María nos ayudó muchísimo en la producción de elementos gráficos y visuales y en la difusión, y creo que lo que ayudó, es que no había

habido hasta ese momento una editorial independiente que utilizara la plataforma *Ideame*. La gente se apropió del proyecto y manifestó apoyo y ganas de que saliera. No contemplábamos ganancias, sino que queríamos que el libro pudiera existir. Y finalmente después de los 40 días intensos, porque no sabíamos si íbamos a llegar, sobrepasamos el monto. El mecanismo que usábamos era el típico, de las recompensas: de las más baratas a las más costosas, como una visita guiada con María al Museo Nacional de Bellas Artes, sobre la obra de Cándido López, y una vez que estuvo fuera de imprenta hicimos presentación en el Patio del Cabildo. Fue una experiencia extraordinaria. El catálogo de Sigilo tiene la intención de ser desprejuiciado, ecléctico, abierto. Por eso incorpora proyectos innovadores, desde la publicación y desde la forma de comunicarlos, porque daba esa amplitud que la editorial buscaba.

### **Conclusiones desde el presente**

A lo largo de este capítulo, hemos analizado las actuales estrategias de financiamiento y sustentabilidad recientes del mercado editorial local. El recorrido por estas acciones muestra las modalidades de editores y editoras de llevar adelante proyectos y delinear catálogos propios en muchos casos de enorme riqueza crítica y que muchas veces son los catálogos que mantienen el dinamismo intelectual del mundo del libro en Argentina, sumado a que ejercen al mismo tiempo importantes políticas de traducción y activismos a través de los libros. De las entrevistas y consultas realizadas a editoras y editores surge también una conclusión en dos direcciones: por un lado que en los limitados subsidios que existen, que no llegan a componer una política pública del libro, hay un énfasis en una maquinaria del “registro” de la cultura, una cuantificación que obedece a los términos de observar la cul-

tura desde el punto de vista de la gestión, en donde los “emprendedores” deben aportar planillas donde, como apunta Marcos Perernau (2018), se registren la calculabilidad y previsibilidad de un proyecto para que sea financiado. Hay actualmente, en la relación con el espacio independiente del arte en general, una suerte de “control” de la cultura alternativa, al volverse los proyectos culturales más y más dependientes de los subsidios, dada la situación económica crítica a nivel general que excluye otros flujos de recursos. Sin embargo, el recorrido realizado en este trabajo permite observar que las editoriales llamadas “independientes” son también las que más posibilidades y potencialidad tienen a la hora de “sortear” las situaciones críticas porque generan y despliegan una enorme cantidad de estrategias que superan las vías tradicionales de producción, circulación y venta de los libros que solo se daría a través de librerías.

A partir de las editoriales consultadas, observamos que hay diversas modalidades a la hora de llevar adelante la concreción de los catálogos. Sin embargo, esta riqueza y creatividad de los actores de un sector editorial que nació en muchos casos de la crisis, no debe ocultar dos cuestiones centrales que es necesario continuar analizando -y que pueden llevarse también a otras áreas de la cultura: en primer lugar la autoexplotación y precarización laboral que se presenta en el sector independiente; y en un segundo lugar el desconocimiento y la distancia que hay entre el sector privado y el Estado. Esto puede ocurrir por diversos motivos: en primer lugar la falta de información específica de las necesidades de los actores que intervienen en estos espacios; y por otro lado por la ausencia casi total –con algunas excepciones en política de traducción de autores argentinos- de una dirección de la política pública del sector a mediano y largo plazo, que tenga en consideración la necesidad de políticas de lectura y de publicación que preserven y potencien los proyectos editoriales nacionales.

## Capítulo 3

### Relatos sobre trabajo en pequeñas editoriales

PABLO AMADEO GONZÁLEZ

Hay algo de todo esto que no salió como esperábamos. ¿Qué fue lo que falló? ¿La transmisión oral de una tradición ajena?, ¿fueron, acaso, los manuales de estilo, las biografías no autorizadas? Cuando nos pensamos en algunas de las formas posibles de un proyecto editorial, rumiamos algunos relatos, algún que otro *corpus* que nos permitiese pensarnos *sujetos a/en* un entramado cultural, económico, afectivo. Modulamos categorías, a veces con cierta inocencia, a veces con cierta pereza. Corriendo siempre en dirección contraria a todo ese pasado que “fue mejor”, supimos hacer uso *-snob-* de ciertas figuras retóricas para dar cuenta del mundo, nuestras prácticas en él, nuestra mirada sobre esas prácticas y así. Preguntarnos qué fue lo que falló, es intentar variar *-sin terminar de hacerlo-* una forma de percibirnos como experiencias dentro del campo de la edición. Por qué si somos dueños de nuestras propias “empresas” *-empresa editorial<sup>1</sup>-*, no dejamos de padecer todos los reveses del mundo laboral bajo un régimen precarizante.

La huella performática de conceptos como industria cultural o emprendedurismo *-como así también de autogestión, independiente, riesgo, éxito, etcétera-*, “modificó” sensiblemente la forma de comprender las relaciones que nos determinan como editores dentro de una cadena de producción de valor. ¿Qué somos? ¿Hasta qué punto estamos alienados de las propias condiciones materiales de reproducción de nuestra vida?

A su vez, cuando nos preguntan en qué consiste el trabajo del editor, solemos echar mano de definiciones propias de otros momentos históricos y, por lo tanto, hacemos referencia a formas del trabajo social necesario *-para la producción de libros-* que no son

---

1 Como señalan Esteves Fros y Vanzulli (2009) “las editoriales son organizaciones, es decir que están conformadas por un conjunto de personas orientadas hacia la consecución de determinados objetivos comunes. Para alcanzarlos, dispone de recursos humanos y materiales, de conocimientos específicos, de una estructura formal y de una serie de reglas administrativas”.

las formas bajo las cuales actualmente pensamos la edición, o, mejor dicho, bajo las cuales el campo de la edición funciona para las pequeñas editoriales como las nuestras. Goza aún de cierta salud ese relato del editor como un *Harvey Dent*<sup>2</sup> de los libros: director artístico de un proyecto y director comercial al mismo tiempo, tareas que conviven en tensión, solapándose, subsumiéndose y justificándose mutuamente. ¿Cuánto queda de esto en nuestros modelos de trabajo editorial? ¿Cuáles son los mercados y cuál la cultura que observamos para diseñar nuestros catálogos según estos principios?

Estos cambios en las formas de entender el trabajo de la edición no pueden comprenderse por fuera de los cambios estructurales que atravesó el “negocio” de la edición, signado por fenómenos como la concentración creciente *-holdings-* de las casas editoriales, el desarrollo de cadenas y plataformas vinculadas a la comercialización del libro, cambios tecnológicos como la posibilidad de la impresión *on demand*, la aparición de las redes sociales, los vínculos orgánicos del periodismo y los suplementos especializados y, por supuesto, las políticas públicas. Entre estas últimas, algunas impactaron positivamente -directa o indirectamente- en el desarrollo y crecimiento del sector editorial en general y en ciertas experiencias emergentes en particular; mientras que otras tantas políticas estatales erosionaron, sobre todo en el último lustro en nuestro país, no sólo las pequeñas y medianas editoriales y librerías, sino también la industria gráfica nacional; es decir, golpearon de manera integral a todos los agentes de la industria del libro.

Ahora bien: ¿cuáles son las políticas públicas que solemos pedir para “nuestro sector”? Esas políticas públicas, esos pliegos de demandas, ¿cómo nos presentan ante el Estado? Algunos ítems que solemos repetir como un mantra: líneas de crédito “blando” para la producción, compra de ejemplares de nuestros catálogos por oficinas públicas, financiamiento de la logística de distribución a nivel nacional e internacional, restricciones al ingreso de saldo europeo, gravar la importación de libros y así. A cambio,

---

<sup>2</sup> Harvey Dent es un personaje de las tiras de Batman en DC Comics, personaje conocido popularmente como *Doble cara*.

tributamos al fisco, a las obras sociales, a las cajas de previsión social, a las agencias de recaudación del Estado, a la Cámara Argentina del Libro, al Fondo Nacional de las Artes, al Registro Nacional de la Propiedad Intelectual, al Postnet... Tributamos, luego existimos. Es decir, porque tributamos podemos afirmar que existimos como editoriales. Cuando hablamos del diseño de políticas públicas para “nuestro sector”, nada solemos decir sobre condiciones laborales: reducción de la jornada de trabajo, cobertura social, aportes jubilatorios, asignaciones familiares, aseguradora de riesgo de trabajo y así. ¿Por qué? ¿Qué se pone en juego en cada una de las maneras de pararnos frente al Estado?

Este artículo se propone revisar algunas categorías desde las cuales se piensan a los proyectos editoriales y a sus integrantes. De igual manera, se interroga sobre las implicancias de esas categorías en la relación con el mercado y el Estado. Antes, se vuelve fundamental relevar brevemente algunos procesos significativos que han determinado el funcionamiento actual de la industria del libro, procesos necesarios para comprender la emergencia de las pequeñas editoriales independientes y los cambios en las formas de significar el trabajo editorial.

### **Modelo de negocios y formas del oficio**

No fue hasta entrada la década del 20 del siglo pasado que la figura del editor moderno se constituyó como tal en la Argentina. En la primera década y parte de la segunda del siglo XX, eran unos pocos libreros de Buenos Aires quienes se encargaban de la publicación anual de algunos escasos títulos de historia y derecho. Las empresas editoriales que comenzaron a desarrollarse en la capital impulsaron un catálogo de literatura universal a través de una multiplicidad de soportes impresos, apuntando a un público de sectores medios y populares que se conformaba de manera simultánea al crecimiento de los proyectos editoriales. A diferencia de la alta cultura letrada, para quienes el concepto de obra estaba indisociablemente vinculado a la figura de autor, estos nuevos proyectos editoriales ponían su interés en los contenidos y en los costos populares de las diferentes publicaciones,

todas vendidas por debajo y hasta los cincuenta centavos. Es este impulso inicial el que perfila al editor de aquellos años y que diseña las características centrales de un oficio que se proyectaría de esa manera hasta los primeros años del siglo XXI. Verónica Delgado y Fabio Espósito cuentan al respecto:

En consecuencia, aquella nueva distribución de la lectura y la escritura que alcanza a los sectores medios y populares favorecerá la emergencia de un nuevo tipo de editor cuyas funciones, en tanto agente de un campo intelectual y literario autónomo, se identifica con las del «difusor, animador o del propiciador». Esta nueva figura, definida como un agente cultural moderno, controla financieramente las publicaciones y a la vez define las características de los productos impresos según el gusto y los intereses del nuevo público; dispone la edición de libros como bienes culturales organizados en series y colecciones que funcionan como verdaderas guías de lectura; orienta su intervención hacia el mercado y planea y estimula líneas de producción literaria contribuyendo a su consolidación como profesión remunerada (Delgado y Espósito, 2006: 64).

Esta configuración del editor como un animal de *naturaleza bifronte* (López Winne y Malumián, 2016) se sostuvo hasta los 2000, cuando comenzaba a vislumbrarse un cambio estructural en el viejo oficio de leer manuscritos y administrar una empresa de bienes culturales. Andre Schiffrin lo describió claramente en *La edición sin editores* -publicado por primera vez en 1999-, cuando hizo referencia a la compra de las pequeñas editoriales por parte de multimedios y fondos de inversión. Más tarde, en el primer Encuentro de Editores Independientes de América Latina realizado en el 2000, el mismo Schiffrin (en ese momento director de *The New Press*, Estados Unidos) contó que cuando en 1960 Random House compró la prestigiosa editorial Knopf, la novedad fue portada de *The New*

*York Times*. La cobertura otorgada por la prensa a este hecho provocó la reacción del Procurador General, que citó a Bennett Cerf, presidente de Random House. Cuando supo que el valor total de la fusión de las empresas era inferior a 15 millones de dólares y que su parte conjunta del mercado no llegaba al uno por ciento, el representante gubernamental se sintió sorprendido por la importancia otorgada al evento. Casi cuarenta años después, una historia similar ocupó la primera página del *Times* y otros periódicos internacionales: la adquisición de Time Warner por AOL. Nadie dudó de que un negocio de 165 mil millones de dólares creaba un hito en la historia del control de las comunicaciones por parte de las corporaciones. Sin embargo, en esta ocasión no hubo ninguna reacción de los servicios del Procurador General. La transacción se realizó sin ser cuestionada por la legislación antimonopolios ni ningún organismo estatal. A propósito de Schiffrin y *La edición sin editores*, Damián Tabarovsky comenta:

Relatado con el tono del viejo editor que ve desaparecer su *modus operandi*, es decir, el escritorio tapado de originales haciendo su trabajo básico: leer. Y publicando libros que, bajo la utopía nunca o casi nunca cumplida del best seller, aspiraban en verdad al long seller, a la formación de un catálogo, de un fondo editorial como activo económico de una editorial. *La edición sin editores* marca el momento en que la figura del editor cae en desgracia, y se la reemplaza por la de gerente de marketing y el periodista de variedades devenido editor, por el aparato de publicidad, por la búsqueda de un tipo de rentabilidad inadecuada para el mercado literario (Tabarovsky, 2018: 63).

El proceso de concentración nunca se detiene, no puede hacerlo. A modo de ejemplo, sirve señalar que el grupo Bertelsmann, con casa matriz en Alemania y siendo el multimedio más grande de Europa, desde el 2017 y a partir de la adquisición a través de Pen-

guin Random House Grupo Editorial de Ediciones B, del Grupo Zeta, se constituyó en el primer grupo editorial de habla hispana. El grupo tiene presencia en más de 50 países a través de 250 casas editoriales de las cuales 40 son de lengua española. Publica más de 15.000 títulos nuevos cada año y un total de 800 millones de copias anuales también en formatos digitales y de audio. En España y Latinoamérica tiene 8.500 autores y publica más de 1.700 títulos al año en español en 9 países: España, Portugal, México, Colombia, Perú, Chile, Argentina, Uruguay y Estados Unidos.

Parafraseando a Bourdieu (2005), puede afirmarse que estas empresas trabajan bajo un ciclo de producción corto que apunta a minimizar los riesgos mediante un ajuste anticipado a la demanda localizada: publican lo que se vende. Este modelo presta especial atención al desenvolvimiento de circuitos de comercialización y de procedimientos de promoción destinados a garantizar el retorno acelerado de las ganancias mediante una circulación rápida de materiales, pensados también para una rápida obsolescencia: lo que no se vende rápido, se salda o se destruye. Este esquema de negocios no concibe a la literatura y al mercado como dos universos separados.

El modelo de absoluta concentración, a su vez, genera condiciones necesarias, aunque no suficientes, para la emergencia de nuevos proyectos editoriales. Mientras en los sellos pertenecientes a los grandes conglomerados subsumen la dirección editorial a los *brief* de la oficina de ventas; en las pequeñas editoriales se sigue apostando al desarrollo de catálogo por sobre la rentabilidad. En términos de Bourdieu, estas *micro* experiencias están más atentas a producir *bienes simbólicos* que ganancias económicas: identifican nuevas escrituras, corren más rápido que los adelantos de las corporaciones transnacionales del libro y asumen riesgos con autores nóveles, profesionalizan áreas de trabajo permanentemente, desarrollan sus propios circuitos de distribución y comercialización, etcétera.

A grandes rasgos podemos identificar entonces dos modelos, en los cuales no solamente el rol del editor es diferente entre sí, sino que el vínculo con todos los agentes de la producción y comercialización del libro, se da de manera casi opuesta: mientras

que los grandes grupos editoriales desarrollan una fuerte sinergia comercial con los medios masivos de comunicación, lo hacen a nivel ventas con las cadenas de librerías y las plataformas virtuales; al igual que, en muchos casos, apuestan por imprimir en el exterior -en aguas internacionales o zonas francas exentas de impuestos- para abaratar costos, socavando toda competitividad de la industria gráfica autóctona. Por otro lado, las editoriales pequeñas apuntan a consolidar vínculos de trabajo con librerías independientes y ferias, medios y trabajadores de prensa especializados, críticos y espacios académicos; e imprentas locales que, en muchos casos, se constituyen en socios de estos proyectos por las políticas de financiamiento que logran articular. En el segundo caso, los agentes son interdependientes y juntos se piensan como *sistemas de creación de valor* (Furtado, 2014).

Ahora bien, el modelo de las micro editoriales, como ya se dijo, no se concentra en principio en la rentabilidad sino, por el contrario, en el desarrollo de un catálogo, en “una intervención en los debates locales, (...) en apuestas estilísticas y políticas en algún sentido, como interrogantes sobre el presente, el libro como generadores de lectores futuros”, dirá Leonora Djament (en De Sagastizábal y Quevedo, 2015), editora de Eterna Cadencia; editorial que se anota a sí misma en la lista de las “pequeñas”, pero que cuenta con un fuerte respaldo económico de la fortuna de sus propietarios, la familia Braun. Ahora bien, ¿qué pasa con aquellas editoriales que también apuestan al diseño de un catálogo pero no cuentan con una fortuna familiar, mecenazgos empresariales o pertenencia institucional que las sostenga y les permita tomar riesgos?

### La máquina de vapor

*Lo peor de todo es que esos punks  
le inyectan a la economía más de  
quince mil millones de dólares anualmente.*

Lorenz (1966), The New Yorker Magazine

Pensar en términos de *industrias culturales* (Adorno y Horkheimer, 2013) es pensar en términos de cuantificación: homo-

geneización, uniformización, estandarización y producción en masa. El arte pensado como un producto de una industria, a su vez, supone la preeminencia de determinados agentes por sobre otros: del curador o el galerista por sobre el artista, del productor o la discográfica por sobre el músico. Es decir, el gerente de contenidos por sobre los hacedores de contenidos. A su vez, y en el caso particular del libro, obra sin *aura* (Benjamin, 2017) por definición, estos aspectos nombrados anteriormente se combinan ubicando al editor por sobre el escritor que, teniendo en cuenta las particularidades de la edición contemporánea, esto es igual a decir -como ya se señaló- que el gerente de marketing se ubica por sobre el editor literario.

La industria cultural, como expresión del capitalismo monopolista, es condición para la aparición de otras formas de entender el trabajo en la cultura. Una de esas “formas” nos interesa en particular: el *emprendedor* o, mejor dicho, el *emprendedorismo* como política. Y resulta interesante en un doble sentido: en las implicancias que supone para proyectos y sujetos en sus vínculos con el mercado por un lado y con el Estado por el otro.

Ahora bien, esta categoría “no salió de un repollo”, y si así fuese, ese repollo lo plantaron los mismos que vieron a las industrias culturales como motores de desarrollo económico de ciudades, regiones y naciones, como *industrias creativas*. Vieron en ellas una alternativa para sustituir las fuentes de empleo que se perdían con la migración de la industria pesada, que se iba de los centros urbanos de los países centrales, hacia geografías con marcos de regulación laboral más laxos. Podemos adentrarnos en una descripción exhaustiva de los modelos de *maquilas* leyendo *No Logo* (Klein, 2007) para comprender por qué grandes marcas abandonaron sus países de origen y se instalaron en ciudades de la frontera norte de México, en Filipinas o en el este asiático. Pero interesa particularmente la desregulación en los marcos laborales allí donde la industria cultural impactó con fuerza, e interesan, también, los discursos que operaron sosteniendo estas reformas.

La corriente de pensamiento político y económico neoliberal que empezó a desarrollarse de manera simultánea a escala global -con

epicentro en Europa y Estados Unidos- en la década del 70, trajo aparejados cambios trascendentales en la percepción de todo aquello que fuera susceptible de tener valor, borrando los bordes entre lo público y lo privado, lo económico y lo personal, lo económico y lo social, etcétera. Para el neoliberalismo todo lo que existe materialmente tiene un precio, y lo intangible (las afectividades, la capacidad de comunicación, el conocimiento) también. Hay nichos de explotación comercial en todos los órdenes de la vida. Y aquello que no es capaz de generar renta de algún tipo, sobra y, por ende, debe ser suprimido, eliminado. La cultura, como toda producción social, fue sufriendo un paulatino proceso de economización; en el cual el acceso restringido a los contenidos culturales se constituyó como la condición necesaria de su valorización: ya sea registrando una partitura, vendiendo un graffiti en una sala de arte o paseando por bienales producciones colectivas y callejeras, etcétera. Las formas de uso se basan en la generación de una falsa noción de escasez sobre bienes que son abundantes.

### **Entre el *no future* y el *self-enterprise***

*Empiezas con algo puro, algo emocionante,  
y luego llegan los errores, los compromisos.*

*Nosotros creamos nuestros demonios.*

Tony Stark en Iron Man 3

*Tenemos que crear argentinos y argentinas que sean capaces  
de vivir en la incertidumbre y disfrutarla.*

Esteban Bullrich

En este contexto la figura del *emprendedor* aparece con el propósito de convertir el valor latente en la cultura en valor económico (valor de cambio), ocupando el vacío que se abre tras el corrimiento del Estado de sus competencias culturales. A su vez, esta capacidad supone un talento *extra-ordinario* que le otorga a la categoría un sentido *meritocrático*, ya que discrimina positivamente a determinados sujetos por sobre el común de la sociedad, señalando su capacidad de identificar *oportunidades* allí donde otros no pueden

hacerlo. De igual manera, los emprendedores tendrían a su favor la capacidad de asumir riesgos para hacer, de esas oportunidades, hechos concretos. Joseph Alois Schumpeter, uno de los creadores de la categoría de *emprendedor* como la conocemos actualmente, señala:

La función de un emprendedor consiste en reformar o revolucionar el sistema de producción, explotando un invento o, de una manera más general, una posibilidad técnica no experimentada para producir una mercancía nueva o una mercancía antigua por medio de un método nuevo, para abrir una nueva fuente de provisión de materias primas o una nueva salida para los productos, para reorganizar una industria, etc. (...) Para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto el tipo como la función del emprendedor. (Schumpeter, 1957: 181)

Completa Jaron Rowan, investigador y especialista en economía de la cultura:

Como admite de forma prístina Trías de Bes «si usted es un emprendedor, es que cree en la reglas del libre mercado y en la competencia». Esta cuestión es de extrema importancia, porque el emprendedor no es tan sólo un agente económico sino que es un sujeto que cree, y en gran medida es el producto de una mentalidad liberal respecto a la economía. (...) El emprendedor es así una construcción ideológica y un mecanismo de subjetivación muy específico que deriva de un modelo económico determinado. (Rowan, 2010: 27).

Si no se atiende a estas transformaciones de fondo, es muy complejo comprender el rol o la necesidad de los emprendedores cul-

turales. En el mundo del trabajo comienzan a experimentarse una serie de corrimientos del Estado, quien renuncia a dar ciertas garantías dejando a la “mano de obra” vendiéndose sin mediaciones -protección legal, representación gremial, etcétera- en el mercado. El trabajo autónomo aparece como respuesta al desmantelamiento de las grandes unidades productivas con decenas, cientos y hasta miles de trabajadores bajo una misma planta, en una misma relación de dependencia. Recordemos que la figura de *emprededorismo* viene a denominar a trabajadores autónomos, *freelancers* y microempresas; esquemas laborales y productivos relacionados directamente con políticas de flexibilización laboral orientadas a alcanzar altas tasas de rentabilidad en diferentes áreas productivas y de servicios a base de reducir gastos en contrataciones directas -a través de tercerizaciones- y seguridad social.

Son muchas las mitologías creadas en torno a un grupo de *hipster* o *nerds* “craneando” en un *think tank* las nuevas *start-up* que cotizarán en bolsa. Mitologías en torno a una generación que es anti *establishment*, anti “lo dado”, y que en muchos sentidos es ultra individualista: aprecian la libertad, la autonomía y la posibilidad de elección. Estos valores les empujan a trabajar de forma autónoma y a emprender desafíos siguiendo una vocación de realización personal. El trabajo estable en una organización grande e impersonal, les genera tedio, odian las estructuras jerárquicas y se entusiasman con emociones de incertidumbre, inseguridad y riesgo. Mitologías, una vez más, que fueron acompañando la descomposición del mercado laboral formal, en la que la figura *salario* entra en crisis y por lo tanto lo hacen también las formas jurídicas construidas a partir de ella. La subsistencia de la fuerza de trabajo ya no es un problema del cual el empleador o el Estado deban hacerse cargo. Esta imprevisibilidad del mercado de trabajo fue suscripta en principio por generaciones impregnadas por la cultura *no future*, empujada por la búsqueda de salidas a una situación económica de desocupación creciente, generaciones que vieron, también, posibilidades de trabajo en las líneas de políticas públicas promovidas para los proyectos culturales o planes de incentivos al emprendizaje.

¿Pero qué queda cuando la mitología, esa neblina ideológica, se disipa? Precarización laboral, empresas de sí -diseño de sí y economía de plataformas (Srnicek, 2018)-, gestión individualizada del riesgo -atravesada por la clase, el género y la raza-, falsa libertad y desbordes permanentes en la relación tiempo de trabajo y tiempo personal. Según Isabell Lorey:

A medida que el trabajo se vuelve más precario, la persona en su totalidad -es decir, incluidos su cuerpo y sus capacidades intelectuales- se vuelve fuerza de trabajo. La productividad de esta forma de trabajo consiste en la producción de subjetividades y de relaciones sociales, de forma tal que los sujetos y sus capacidades para interactuar socialmente se vuelven tanto el recurso como el producto del nuevo paradigma de la economía política. La subjetivación y las relaciones sociales adquieren valor a través de la comunicación. (...) Las capacidades creativas, comunicativas y afectivas de la fuerza de trabajo, que en general emergen por fuera de las configuraciones del empleo remunerado, se adquieren en las empresas y en las instituciones como trabajo no pago (Lorey, 2018: 14).

En la misma línea Remedios Zafra, escritora y especialista en estudios de la cultura, comenta:

Movidos por la expectativa que iguala vida a trabajo y el deseo de plenitud e intensidad creativa futura, muchos navegan en un presente de precariedad. Unos, entre prácticas, colaboraciones y becas por las que no cobran o pagan ellos, y otros (a veces los mismos) entre tutoriales y redes, soñando con estabilidad y tiempo para ejercer aquello que les punza, o con la visibilidad necesaria

para convertir su práctica en línea en un trabajo remunerado con el que pagar alimento de cuerpos y computadoras, sintiendo que la vida es algo pospuesto que nos merodea pero nunca se brinda plenamente. (...) Generar memorias, difundir actos, contabilizar interés de los medios, dar cuentas de la mínima inversión realizada, pedir recibos, hacer informes y cumplimentar periódicamente cambiantes bases de datos, sí. Como si, afectados por la mala conciencia de derroche de grandes cantidades de dinero no justificado donado a la libre disposición de quienes mandan, se intentara desviar todo el esfuerzo de justificación a los niveles más bajos de contratación, a los más precarios. (Zafra, 2017)

El neoliberalismo despliega a sus anchas una estrategia de precarización integral de la vida, produciendo *cuerpos-máquinas* –24 por 7– como una dinámica específica de la escasez. Se reducen los puestos de trabajo con relativa estabilidad y cada vez se invierte menos en creación de empleo. La rentabilidad se desarrolla, por ejemplo, en las economías de plataformas, paradigmas contemporáneos de emprendimientos exitosos: Airbnb, Rappi, Glovo, Uber y por qué no Amazon. Estas no crean un mercado desde cero, sino que ofrecen una infraestructura básica que media entre diferentes grupos interesados, diferentes *usuarios*. Las plataformas desarrollan una ventaja con respecto a los modelos de negocios tradicionales en lo que refiere a manejo de datos, ya que ese es su terreno de desarrollo. Estas empresas transfieren costos de sus economías a sus usuarios/trabajadores, como por ejemplo costos de inversión (alojamiento en Airbnb, autos para Uber, bicicletas para Glovo), costos de mantenimiento, de seguros y amortización, etcétera. Es decir que el paradigma de la empresa contemporánea, se destaca por ser un proyecto que tiene una estructura operativa reducida, por lo tanto no genera empleo y traslada todas las obligaciones y garantías –tanto de un em-

pleador como de un prestador de servicios— a los usuarios que se encuentran a cada lado de la pantalla. En el capitalismo cognitivo y comunicativo, se invierte en la expansión de la digitalización y en el incremento de las acciones. Cada vez es más frecuente una nueva producción basada en el servicio sin salario ni seguridad social. Las tendencias generales del mercado laboral, son las específicas del campo de las industrias culturales y, por ende, del trabajo en las pequeñas editoriales.

El paisaje no es alentador. Parafraseando a Lorey, se puede decir que las relaciones con otros se vuelven económicamente explotables, con lo cual se desvanece el sentido estratégico de los medios materiales y maquínicos de producción, al igual que la lógica de inversión del capitalismo tradicional. Con lo cual la vida personal, y las relaciones sobre las cuales se sostiene y desarrolla, se tornan productivas. La consecuencia es que sea casi imposible suspender el trabajo. ¿Cómo se hace huelga en este modelo de producción? ¿A quién se le hace? Somos unidades productivas, somos *cyborgs*, empresas en sí que intentan ser rentables en un escenario de reproducción social descolectivizada: cada cual se agencia su supervivencia, se gestiona su riesgo, se diseña a sí mismo. Sobre esto último, el filósofo y crítico de arte Boris Groys dice:

La forma última del diseño es, sin embargo, el diseño del sujeto. Los problemas del diseño son adecuadamente abordados sólo si se le pregunta al sujeto cómo quiere manifestarse, qué forma quiere darse a sí mismo y cómo quiere presentarse ante la mirada del Otro. (...) La muerte de Dios implicó la desaparición del observador del alma, a quien, por siglos, se le dedicaba su diseño. Por lo tanto, el lugar del diseño del alma cambió. El alma se volvió la suma de las relaciones en las que participaba el cuerpo del hombre. (...) Antes el cuerpo era la prisión del alma; ahora el alma se volvía le ropaje del cuerpo, su apariencia social,

política y estética. (...) Por eso, el diseño adoptó una dimensión ética que no tenía antes. En el diseño, la ética se volvió estética; se volvió forma. (...) El sujeto moderno tenía ahora una nueva obligación: la del autodiseño, la presentación estética como sujeto ético. (Groys, 2018: 23).

¿Cuánto del discurso emprendedorista –motivacional por momento– ha integrado el diseño de los diferentes proyectos en el ámbito de la cultura? ¿Acaso la idea del *pequeño empresario* no forma parte del espíritu de muchos proyectos editoriales locales, inclusive, por sobre la idea de cooperativas o trabajadores? Y si el diseño ha suplantado el lugar de Dios, es lógico que se vuelva un credo. De esta manera el debate que se torna central, entonces, es si lo real ha desaparecido definitivamente detrás de su superficie de diseño. Hay algunas reflexiones sobre el tema que le son pertinentes a quienes integran los proyectos culturales, reflexiones sobre el lugar que se ocupa dentro de una cadena de producción de valor. Y en simultáneo se revela importante debatir sobre las políticas públicas que se desarrollan para el sector editorial, políticas que condensan, reelaboran y proyectan todo el conjunto de categorías que el mercado ha elaborado para economizar la cultura.

## El vecino de arriba

*El Estado emite señales.*

Cristina Fernández, por cadena nacional

Como ya se ha dicho en este capítulo, las categorías de *industria cultural* y *emprendedorismo* impactaron con fuerza en el campo de la edición –en tanto que sector del arte y la cultura–, economizando casi por completo las actividades y los agentes que lo constituyen. Los lugares de enunciación que fueron nombrando y significando estas transformaciones han sido varios, por nombrar algunos: los medios de comunicación, la academia, los fondos de inversión y producción, la reconfiguración de los modelos de comercialización; pero sobre todo, y de manera privilegiada, lo

ha sido el Estado a través de la promoción de políticas públicas clave para el sector.

Las agencias estatales piensan a la industria cultural –y los sectores creativos– como una forma de identidad colectiva y como un activo de mercado. Basta repasar, brevemente y sólo a los fines de ejemplificar, algunas de las líneas de gestión pública que se desarrollaron desde el ex Ministerio de Cultura –hoy devenido en Secretaría de Cultura de la Nación– o desde el Fondo Nacional de las Artes. En el caso de la Secretaría de Cultura, hoy dependiente del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación, una de las políticas paradigmáticas es el MICA (Mercado de Industrias Creativas Argentinas). Bajo el eslogan “Creatividad argentina sin fronteras” el texto de presentación de su sitio web oficial reza:

[Los objetivos del MICA son]: Desarrollar la profesionalización, la articulación y circulación de las industrias de los distintos sectores creativos. Favorecer la formación, el intercambio y la vinculación de productores, empresas y profesionales de las industrias creativas. Potenciar la producción, aportar a la visibilidad y promover la comercialización en todos sus sectores. (...) MICA tiene historia e historias. Muchos de los *emprendedores/productores culturales* que participan en el MICA estuvieron presentes en otras ediciones e instancias, o fueron beneficiados con otros programas de la Secretaría, y cuentan en primera persona cómo fueron haciendo crecer sus proyectos.<sup>3</sup>

El MICA es un programa federal que promueve la generación de redes, vínculos y negocios entre –por ejemplo– músicos, diseñadores, compañías artísticas, programadores de festivales, estudios de grabación, dueños de salas; tanto nacionales como internacionales de los distintos sectores. Esta línea de trabajo se

---

3 Recuperado de: <https://mica.cultura.gob.ar/que-es-el-mica>

inicia en el 2013 y continúa realizándose en la actualidad pese a los cambios de gestión y los recortes presupuestarios de los últimos años. Y eso es posible porque justamente condensa todas las referencias que se han descrito hasta el momento con respecto a lo que se entiende por industria cultural, economización de la cultura y emprendedorismo. En el MICA se encuentran representantes de la *oferta* y la *demanda*, agentes “puros” del mercado cultural que ponen en común sus intereses para la producción de renta en torno a actividades de carácter artístico y cultural. Acá el Estado está absolutamente corrido de sus competencias como garante del desarrollo, adoptando —en apariencia— un rol de *anfitrión* que encuentra a dos sectores con intereses complementarios. Quienes están encargados de garantizar la renta son los emprendedores: “... cuentan en primera persona cómo fueron [ellos] haciendo crecer sus proyectos”.

El FNA, por el contrario, destina fondos para el desarrollo de diferentes proyectos, fondos recaudados de ingresos obtenidos por las tasas y multas de la Ley de Propiedad Intelectual N° 11.723 e intereses de préstamos, aportes extraordinarios y títulos. Este organismo otorga becas, subsidios y préstamos; y a través de fondos concursables “facilita” la publicación de contenidos en diferentes formatos, “estimulando la edición independiente”, según señala en su web oficial.

Ahora bien, si hay algo en lo que coinciden ampliamente los proyectos —editoriales en este caso— beneficiarios de las líneas crediticias del FNA, al igual que de otras oficinas o administraciones públicas, es que los fondos otorgados (en el mejor de los casos) “sólo alcanzan para pagar la imprenta”. Es decir, el cobro por el trabajo editorial para la producción, por ejemplo, de una serie o una colección, depende del retorno de ventas que el editor logre. En un sentido amplio, esas líneas crediticias representan un incentivo para el campo de la edición, si tenemos en cuenta que la industria gráfica es parte de ese campo. Pero, ¿cuáles pueden ser los beneficios para una editorial pequeña que se presenta al FNA y luego de impreso el libro lo tiene que poner a circular en mercado cada vez más restringido? ¿Cuál es el impacto de una

política pública de estas características que no es acompañada por medidas que alienten el consumo?

Todas las líneas de financiamiento hacia los proyectos culturales, y en particular los editoriales, asumen que el beneficiario es un agente que ha resuelto el funcionamiento de todos los resortes económicos de un proyecto, y sólo necesita una “ayuda” para terminar de concretar una idea. De la misma manera, nunca es tenido en cuenta el extenso y complejo trabajo de gestión que es necesario desarrollar para acceder a este tipo de incentivos económicos: formulario de inscripción, resumen del proyecto, objetivos generales y específicos, cronograma de realización, presupuesto detallado con gastos por ítems, cartas de recomendación, firma de acta compromiso, declaración jurada por aportes propios, *currículum vitae* de los integrantes del equipo, copias de DNI certificadas por escribanos, resumen de cuenta bancaria certificada por autoridades de la casa matriz, factura B o C por el importe otorgado, copia de ejemplares impresos con la marca de la entidad pública que otorga el subsidio, trámite de derechos de autor por la obra inédita, constancia de inscripción a AFIP e Ingresos Brutos, constancia de pago del monotributo, etc., etc.

Las características de esta relación se fundan en el entendimiento que el Estado tiene, y no pareciera querer cambiar, de las experiencias de la edición a pequeña escala. Pero también se fundan en la percepción que estas experiencias editoriales tienen de sí mismas. Ambas partes, con roles y saldos diferentes en la relación, comparten una mirada en torno al funcionamiento de la cultura: la mirada de economización y el emprendedorismo.

### **La pregunta al cráneo**

Siempre se revisa en primera persona. Del relato de los movimientos sociales y sus formas de entender los proyectos productivos de las economías cooperativistas, heredamos –generacionalmente– cierto bagaje conceptual: autogestión, redes familiares de abastecimiento, mercado comunitario, etcétera. Pero a diferencia de estos movimientos, no nos organizamos como sujeto político para exigir condiciones mínimas de responsabilidad estatal sobre

nuestra producción, sobre nuestro trabajo. Mientras nos alejábamos más y más de una idea cooperativista, nos fuimos aproximando a la idea de “emprendimiento”, abrazando mucho más sus virtudes aparentes que las condiciones materiales para su existencia. Es así que, impulsados por ideas como el *emprendedorismo*, fuimos ponderando nuestros proyectos productivos por sobre trabajos en relación de dependencia, situados en un tiempo y un espacio inflexible.

Luego de varios años de transitar estas experiencias, podemos asegurar que su devenir tiene más que ver con la supervivencia económica, la autoexplotación y la precarización de la vida en general, que con un modelo de trabajo signado por libertades. Los proyectos autogestivos de las economías sociales han tenido un destino similar en el que la precarización laboral es la medida de todo. Aún así, anida en su seno una diferencia con respecto a la autopercepción de quienes las ponen en funcionamiento: mientras en uno de los modelos está constituido por trabajadores, el otro lo está por “micro empresarios”. Tiendo a creer que reside en esta diferencia ciertas reminiscencias de clase, vinculada con las procedencias, los recorridos biográficos, los lugares de pertenencia, las características de los “rubros”.

Bajo un paradigma empresarial, los agentes culturales nos vemos obligados a capitalizar y explotar nuestros saberes, a poner a trabajar nuestras redes de contactos, a apropiarnos incluso de conocimiento colectivo y, en definitiva, a operar bajo lógicas que nos son ajenas, pero no obstante son las que definen el funcionamiento de los mercados culturales. Nociones de creatividad, autonomía, placer en el trabajo, libertad, realización, independencia, etcétera, abonaron el ideario de los programas de fomento del emprendizaje en el campo de la cultura. Nos imaginamos ser parte de las industrias culturales, proyectando y gestionando ideas. Pero en realidad la gestión era sólo una parcialidad del complejo entramado de tareas que desarrollamos en nuestras editoriales. El mapa concreto señala la presencia de una precarización creciente en nuestros proyectos, a partir de la diversificación e infinidad de tareas que estamos convocados a desarrollar por —entre

otros factores— la imposibilidad de contratar trabajo y servicios. Por lo tanto, todo el proceso de realización de un libro queda íntegramente en nuestras manos, de esta manera procuramos reducir el impacto de los costos de producción sobre el PVP que, ante un mercado en recesión, dificulta la realización de ese capital a través de la venta. Entonces: nos reunimos con autores, armamos contratos, realizamos correcciones, maquetamos interiores, confeccionamos presupuestos, negociamos con la imprenta, transportamos ejemplares, administramos redes sociales, buscamos y hacemos reseñas, distribuimos, diseñamos piezas gráficas de promoción, organizamos ferias, producimos presentaciones, garantizamos el registro, diseñamos una tapa, redactamos proyectos, realizamos rendiciones, buscamos facturación, escribimos mil quinientos mail, hacemos transferencias y depósitos, compramos papel, levantamos cajas —muchas cajas—, tenemos una noción muy general de cuándo inicia la jornada laboral pero nunca, nunca, sabemos cuándo termina.

Supimos decirnos que el “sacrificio” inicial era una inversión. El deseo de desarrollarnos económicamente a través de este tipo de trabajos se mantiene en estado de latencia, pero la realidad va poniendo las cosas en su lugar. De este modo, la relativa ausencia de beneficios económicos llega a suplirse con otro tipo de “gratificaciones” que a veces sustituyen o abren la posibilidad de valorar el trabajo en cultura de formas diferentes: “no gano dinero, pero obtengo capital simbólico”. A su vez, buena parte de los beneficios que genera la cultura son capitalizados en otros puntos de las economías urbanas. La producción de valor viene así constantemente capturada más allá de los límites de lo que propiamente llamaríamos los *agentes* culturales.

Volvamos sobre el inicio: preguntarnos qué fue lo que falló, es intentar variar una forma de percibirnos como experiencias dentro del campo de la edición. ¿Por qué si somos dueños de nuestras propias “empresas”, no dejamos de padecer todos los reveses del mundo laboral bajo un régimen precarizante?

Si el relato anglo-europeo del *emprendedorismo* nos empujó a creer que éramos pequeños empresarios emergentes, cuando

en realidad éramos el eslabón más débil de una cadena inestable, es importante marcar un retorno a reconocernos en nuestra condición más concreta de trabajadores. No ya como autónomos que hacen sus apuestas en la bolsa de valores de la cultura, sino como trabajadores precarizados que generamos valor más allá de nuestra especificidad como editores. Generamos valor que acumulan otros.

Una vez más Jaron Rowan:

Resulta interesante considerar que una serie de dinámicas que nacieron auspiciadas por un contexto económico neoliberal tienen, una vez aplicadas al mundo de la producción cultural, el potencial de revertir la lógica que las ha creado. La sustitución de los objetivos económicos por valores de otro tipo, la introducción de dinámicas de cooperación en lugar de competencia o incluso de formación de empresas como formas de acción política en lugar de espacios para la generación de riqueza, son indicios de algo parecido a una subversión del emprendizaje. (Rowan, 2010: 167).

Acá nace un interrogante: cómo hacer de nuestros proyectos editoriales, iniciativas que no tengan como objetivo la supervivencia a costa de preñar nuestro cuerpo. Es decir, cómo revitalizamos y reorientamos nuestro trabajo en el campo de la cultura en general –y de la edición en particular–, en el marco de un contexto político y económico de profundización de medidas neoliberales. Sospecho que un inicio es fugarse de los montajes discursivos que nos sitúan, verticalmente, en espacios de reconocimiento que no nos son propios. En un mismo sentido, ensayando espacios de encuentro que no se edifiquen sobre acuerdos supuestos, sino sobre el principio colectivo de la disposición a lo desconocido. Economía de las afectividades, mutua cooperación, colectivización de la reproducción social. De igual manera situarnos diferentes en relación al mercado y el Estado. Por un lado exigiendo políticas

públicas, como hasta el momento, orientadas a mejorar las condiciones del sector en términos generales; es decir, promoviendo mejores condiciones para el desarrollo y comercialización de productos editoriales. Por otro lado, desarrollando un programa que reúna reivindicaciones laborales de quienes vivimos del trabajo editorial —entendido integralmente— y diseñar espacios de participación y representación gremial que nos permitan sobreponernos al escenario de precariedad creciente. En definitiva, estas acciones están orientadas, o debieran estarlo, a defender la soberanía y la bibliodiversidad en la producción de contenidos en un contexto de monopolización ascendente.

Pequeños editores del mundo, uníos.

## Capítulo 4

### El lugar de los escritores

DENISE KOZIURA

¿Cómo es el trabajo de los escritores con las editoriales independientes? ¿Cómo se relacionan en los distintos momentos de producción de un libro? ¿Qué valoran, y qué los empuja a trabajar en el marco de los mismos? Este capítulo será una suerte diálogo imaginario entre cuatro autores: María Negroni<sup>1</sup>, Carlos Ríos<sup>2</sup>, Luis Sagasti<sup>3</sup> y Damián Tabarovsky<sup>4</sup>, entrevistados -individualmente- sobre su experiencia como autores en editoriales independientes. Vale aclarar que, teniendo en cuenta la heterogeneidad del sector -aspecto que se busca caracterizar en el primer capítulo de este libro-, los casos narrados aquí refieren a editoriales actualmente consolidadas y profesionalizadas.

El motivo por el cual estos autores arribaron a editoriales independientes es variado; su llegada, sin embargo, coincide con los primeros años de estas editoriales. Momento donde los

1 Ensayista, novelista, poeta y traductora nacida en Rosario en 1951. Es Doctora en Literatura latinoamericana por la Universidad de Columbia en la Ciudad de Nueva York (USA). Se desarrolla como Directora de la Maestría en Escritura Creativa de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF). Sus libros se publicaron en varios países. En 2011 publicó con Caja Negra *Pequeño mundo ilustrado* y desde entonces ha publicado con la editorial tres títulos más. En 2018, además, La Bestia Equilátera lanzó su libro *Archivo Dickinson*.

2 Nacido en Santa Teresita en 1967. Escribe poesía, relatos y novelas. Entropía publicó en 2009 su novela *Manigua* y en 2012 *Cuaderno de Pripjat*. Fue co-fundador de la editorial El Broche denominada por sus fundadores como la “primer editorial intermitente de Argentina”. Posee además su propio proyecto editorial autogestivo, Oficina Perambulante, a través del cual elabora y comercializa libros artesanales donde la mayoría de las obras son de su autoría.

3 Crítico de arte y escritor nacido en Bahía blanca en 1963. En 2006 publicó *Bellas artes* con Eterna Cadencia, obra que fue traducida al francés y al inglés. En 2015 editaron su libro *Maelstrom* y en 2017, *Una ofrenda musical*. La editorial Tenemos las máquinas publicó su obra *Cybertlön* en 2018, mientras que Gourmet Musical Ediciones lanzó *Por qué escuchamos a Led Zeppelin* en 2019.

4 Nacido en Buenos Aires en 1967. Es traductor, escritor y editor y posee una vasta obra literaria. Su primer libro, *Fotos Movidas* (Grupo Editor Latinoamericano) se lanzó en 1992. Publicó con las editoriales Beatriz Viterbo Editora, Sudamericana, Ediciones Godot, El 8vo. Loco y Mardulce, entre otras. En Mardulce, además, se desarrolla como director editorial desde el momento de su fundación en 2011.

proyectos ya tenían algunos libros en su haber, lo que le permitió a los autores darse una idea del *estilo* de la editorial. Explica Negroni:

El primero que publiqué con Caja Negra fue cuando ellos eran todavía una editorial muy chiquitita. Yo había visto un libro de Godard que me encantaba y se me ocurrió que podía haber cierta afinidad, en lo que yo publicaba, en lo que yo decía. Les propuse un libro, y así empezó la relación.

Mientras que Carlos Ríos recibió dos ejemplares de la Editorial Entropía cuando aún se encontraba viviendo en México, entonces escribió al mail de la editorial:

Les dije 'tengo una novela, soy un escritor argentino'. Yo había publicado ya para ese entonces *Media romana*, *La recepción de una forma* en México que había tenido un premio y qué se yo... No había publicado ninguna novela, entonces yo les ofrezco la primera novela mía. Y bueno dijeron, 'bueno la leemos y si nos gusta la publicamos.

Un mes y medio más tarde la editorial se ponía en contacto con el escritor. *Manigua* se publicaría en 2009. Podemos deslizar otro aspecto a partir de esta cita, y es el cuidado que tienen estas editoriales sobre aquello que publican. Si bien le dan oportunidad a autores noveles -a primeras obras-, puede entreverse que hay una revisión cuidadosa del material que reciben, y una búsqueda por obras que se ajusten a su catálogo.

En el caso de Tabarovsky y Sagasti existe otra coincidencia, habiendo publicado con Sudamericana<sup>5</sup> ambos autores se

---

<sup>5</sup> Editorial Sudamericana hoy forma parte del sello del grupo Penguin Random House.

alejaron de esta editorial a partir de la desvinculación de Luis Chitarroni -hoy editor de La Bestia Equilátera- de esta empresa. Al respecto comentaba Damián Tabarovsky:

O sea mis libros salían en España, en México, pero preferí irme porque si no tenía mi editor en Argentina, que además era mi amigo... Primero teníamos una relación de editor/autor con Chitarroni y después nos fuimos haciendo amigos. Para mí, sin él no tenía sentido. Me parece que en ese momento Sudamericana con él, tenía un prestigio, algo que después se fue perdiendo.

Nótese cómo la relación autor-editor traspasa lo contractual y se convierte en un vínculo afectivo, de camaradería. Por otro lado, podemos vislumbrar cómo la impronta de una editorial no se da sólo a partir de la construcción de una empresa -con sus características comerciales comunicativas- sino también por la presencia de un editor que reúne una serie de condiciones valoradas en relación con lo literario. Por su parte, Luis Sagasti explica su llegada a Eterna Cadencia a partir de que

Luis ya no estaba, yo me había hecho muy amigo de Luis Chitarroni y no estaba... Estaba el que está ahora en Cultura, Avelluto creo que es. Que no me interesaba... Y Eterna venía bien... y entonces nada, les mandé un mail y les dije 'miren tengo unas cositas' y 'Ah, bueno, dale mandá'. Fue así nada más. Tuve suerte. Y les gustó muchísimo *Bellas Artes*. Y bueno, y ahí me quedé.

Estos testimonios nos permiten al mismo tiempo, dar cuenta de la importancia del "rol del editor": no es un actor intercambiable sino que puede volverse un factor determinante para el

éxito de una empresa<sup>6</sup>. Es una figura clave para entender ya no por qué el autor llega a un sello, sino por qué *se queda* en él: “A mí lo que me gusta de Entropía es justamente eso. Es que tienen editores, es que son editores, no son publicadores de libros”, dice Carlos Ríos.

### ¿Una especie en extinción?

¿Por qué es tan valorada la figura del editor? Pues porque se ha convertido en una *rara avis*, las grandes editoriales son hoy manejadas por gerentes que no vienen del mundo de la edición sino del mundo del marketing y el periodismo, mientras que quienes trabajan como editores son frecuentemente rotados -despedidos-. En este sentido plantea Damián Tabarovsky:

La figura del editor ahí está completamente subsumida, y en todos los grupos no solamente en Argentina, a la figura del gerente de marketing, del encargado de prensa. Entonces el editor fue quedando restringido a las editoriales independientes. Lo cual es una pena, hace 20 años Sudamericana tenía un editor, Emecé tenía el suyo, o sea que se podía tener una editorial comercial y grande y a la vez tener una figura de editor. Pero la lógica de cómo funcionan las grandes corporaciones hoy parece impedirlo.

Podemos deslizar de todo esto además, que los entrevistados valoran que sus editores sean “buenos lectores”. Sujetos capaces de hallar debilidades, pero también potencialidades en sus obras. Los escritores tienen respeto por aquello planteado por el editor, un respeto que se construyó a partir de un recorrido compartido. Ríos habla de la relación con Entropía:

---

<sup>6</sup> Entiéndase 'empresa' en sentido amplio, como “*Acción ardua y dificultosa que se comienza*” y no sólo como “sociedad mercantil o industrial”. (Enciclopedia Ilustrada Ramón Sopena La Fuente, 1976).

Con *Cuaderno de Pripjat* que era una novela más compleja en el armado, ellos me editaron la estructura. Me ayudaron mucho a pensar la estructura. A pensar cómo podía organizarla. Entonces yo ahí sí moví un poco más la novela en función del trabajo de edición de ellos. Eso me gustó mucho, yo soy muy abierto. Hay otras editoriales que por ahí no... Vos les pasas el word y después lo ven en galera, corregís un error y sale el libro. En Entropía tienen editores. Digamos, ellos se meten en el libro. Entonces gusta...

En el otro extremo, la intromisión excesiva sobre la obra también es considerada como un desvalor, una falta de respeto. Durante su paso por Seix Barral (Planeta de Libros), Negroni vivió una experiencia donde quien era su editora intentó intervenir directamente sobre la trama:

Me pasó con *El sueño de Úrsula*. Me habían puesto una editora que me decía por qué en vez de ser once las mujeres, por qué no hacíamos cuatro... que el lector se podía confundir. Entonces yo dije no, imposible. Eran once y eso está tomado de una leyenda medieval, si el lector se confunde mala suerte.

Las editoriales independientes con las que trabajaron estos autores parecen haber encontrado un equilibrio. Negroni describe la relación con el editor de las editoriales independientes con las que trabajó como “buenísima” y continúa:

Yo tengo como un sueño que es 'tener un editor' o 'una editora', alguien que sostenga la obra al margen de qué libro, ahora ya no es más así. (...) A mí me encanta la idea esa de cuando estaban

los grandes editores que sostenían a los escritores ¿No? Pero en general, por ejemplo con Caja Negra yo tengo un vínculo. Más allá de los tres o cuatro libros que publiqué con ellos, yo sé que les interesa lo que hago. Entonces, eso me gusta. Es como una cosa linda.

Según la experiencia de Sagasti, “los de Eterna sí, los de Eterna te promueven. Ya te digo, no es que actúen como agentes literarios pero trabajan en serio. Los de Eterna son muy muy serios laburando. Muy serios”. El autor plantea tener con su editora “una relación muy amable, muy seria, de mucha *amistad, muy franca*” donde se da una lectura a conciencia del material que él ofrece, y se le pide que revea alguna cuestión del libro en caso que consideren que podría mejorarse en algún aspecto. Eso le pasó con *Maelstrom* (2015) donde le solicitaron que revisara algunas cuestiones relativas a la narración “Ella no estaba de acuerdo con algunos aspectos del libro, yo algunos defendí, otros transé... va. Transé no... Admití que tenía razón ella.”

### **El después de la publicación**

La promoción del libro a la que hacía referencia Sagasti más arriba, no es un tema menor. De hecho los entrevistados coincidieron en que el trabajo de las editoriales independientes “comienza una vez publicado el libro”. En este punto, el autor explica la diferencia entre estas editoriales, en general pequeñas y medianas empresas, y las de grandes conglomerados:

las independientes se ponen a laburar una vez que editaste, en cambio los monstruos laburan antes que vos edites. Una vez que editaste los de Eterna empiezan a remar el libro, te buscan traductores, intentan buscar festivales. Te distribuyen, te miman. Cuando me editó Sudamericana, me editó y ya está, arreglátelas vos, viste.

Si querés presentar el libro es problema tuyo. De hecho no se presentó nunca el libro.

En este sentido, Damián Tabarovsky -recordemos su doble rol como escritor y director editorial de Mardulce-, comenta que muchas editoriales independientes tienen el objetivo no de “sacar libros, publicar libros, sino lanzarlos.” ¿Qué implica “lanzar un libro”? Implica “un trabajo, si se quiere personalizado, chiquito, como uno a uno, pero donde el autor se siente acompañado”. Este trabajo personalizado, donde cada autor y libro se cuida, “no es solamente una cuestión de mimos” sino que posee un objetivo que hace al sostenimiento de la editorial. Al respecto, plantea Tabarovsky:

Ojalá que un libro de Mardulce sea un bestseller, pero no es nuestro objetivo, nuestro objetivo sería el “longseller”. O sea, si yo saco un libro, edito un libro en Mardulce, y en el primer mes vende 50 mil ejemplares, genial. Pero es un accidente si pasa eso. La idea de éxito para nosotros es un libro que todos los años venda 1500. Pero que lo venda todos los años, no solamente un año. 1500 este año, 1500... y es muy difícil eso. Entonces apostamos a la larga duración, y por eso cuidamos la obra no solamente cuando sale el libro los primeros meses que hay prensa y qué se yo. Sino constantemente. Porque apostamos a una idea de larga duración en el catálogo

La larga duración del catálogo que menciona el autor hace referencia al objetivo de no “descatalogar” los libros. En general, las grandes empresas editoras promocionan sus libros cuando son una novedad y luego estos pasan a la “mesa de saldos”, en ocasiones parte de los libros no vendidos son devueltos al autor o incluso son destruidos. En este sentido la experiencia de Negroni es concreta:

Las editoriales grandes en general, y me ha pasado también, como que me avisan que van a discontinuar un libro y bueno, me los dan a mí. Pero es una cosa que no tiene ningún sentido ¿No? Es totalmente como falta de criterio, porque tienen tanta producción -las grandes no- que una vez que pasa de novedad, no tienen el criterio del libro como un bien que pueda persistir en el tiempo.

Las editoriales independientes parecen escaparle a esta lógica. Lo cual se explica en parte por el modelo de negocio, y también por la concepción del libro como un bien cultural. “El editor independiente apasionado compromete sus propios recursos y toma riesgos para publicar una obra innovadora, que tal vez no sea reconocida como tal por el público en el momento de su salida, pero le dará la oportunidad de hacer su camino” (Danieli, 2006:131). La experiencia de Carlos Ríos en Entropía parece reafirmar este supuesto:

Las dos novelas que publiqué con ellos fueron tratadas muy bien. ¿Qué quiero decir con esto? Mirá yo ayer pasé por una librería de La Plata, *Manigua* está en su segunda edición y está en algunas librerías, por ahí no va a estar en las cadenas pero sí está en buenas librerías. En librerías que venden buena literatura, mis libros están. Y siempre Entropía es como que van moviendo todo su catálogo... no es que mueven lo nuevo y lo viejo lo deja tirado ahí. Yo me doy cuenta porque cada tanto me llega alguna liquidación mínima de dinero, y bueno, quiere decir que los libros se siguen vendiendo.

### Cuestión de estilo

Además del trato personalizado, el trabajo cuidadoso de edición y la apuesta al long-seller, existe otro aspecto, relativo a la literatura producida por estos autores, que parece inclinarlos a publicar con independientes. En palabras de Luis Sagasti:

Yo no hago literatura comercial como para irme a otro lugar donde 'voy a ganar plata'. Yo creo que lo que hago me lo puede editar Adriana Hidalgo o Mardulce... Caja Negra bueno, o Entropía qué se yo... La Bestia Equilátera... no, como que edita más extranjeros. Más traducción... No sé quién me puede editar. ¿Anagrama me puede editar a mí? No sé. No sé dónde me iría...

Y en esto coincidía Carlos Ríos:

Yo he publicado mucho, tengo muchas novelas publicadas y me siguen pidiendo libros, y yo pienso esto: Si Alfaguara, Tusquets, Anagrama, Emecé, qué se yo, Mondadori dentro de Emecé. Yo digo, si ahí los programadores de catálogos digamos, no me llaman es porque no deben tener interés, ni me preocupa. Digo, ellos están buscando siempre el libro que tenga mayor comunicabilidad. Yo soy un escritor medio raro.

Pero este impulso del que hablan los autores no parte de la imposibilidad, no nos referimos a “edito con ellos porque no me queda otra”, sino que detrás hay una decisión meditada. Un deseo por escribir por placer -o con placer-, de dedicarse a los temas del propio interés y no regirse solamente por lo que demanda el mercado. Recordemos que el mercado requiere “libros que generen rápidamente alta rentabilidad y aquellas obras de autores que no se amolden a estas exigencias quedarán sin llegar a sus posibles lectores”, persigue libros conoci-

dos como “bestsellers mediatizables” (Danieli, 2006). En este sentido, Carlos Ríos planteaba que:

para estar en el mercado vos tenés que estar, tenés que posicionarte como un autor y tenés que tener generar algún tipo de circuito, tenés que conocer algún tipo de gente, buscar un agente literario y tenés que hacer toda una serie de cuestiones. Tenés que ir a reuniones, que te vean. Tenés que empujar tus libros hacia la prensa. Tenés que generar suceso alrededor de lo literario. Y para mí, lo literario es un suceso en sí mismo ya.

Esto no quiere decir que los escritores no vivan de su trabajo literario; aunque enmarcados en editoriales independientes, ellos también trabajan por encargo. Luis Sagasti, por ejemplo, escribió el libro *Por qué escuchamos a Led Zeppelin* (2019) a partir del pedido de la editorial Gourmet Musical. Pero el autor aclaró que llevó a cabo el proyecto porque el grupo le gustaba mucho y porque la editorial trabajaba muy bien. Por otro lado, Carlos Ríos planteó estar escribiendo una novela larga para Entropía, “y después tengo dos o tres ya a pedido de editoriales independientes industriales”.

En este sentido podemos entrever la importancia del espacio que generan las editoriales independientes para estos escritores. Esta inversión en el autor que hacen los editores independientes, termina por ser un aspecto valioso para la bibliodiversidad.

### **Reflexiones finales**

En todos los testimonios se dio cuenta del grado de profesionalización de las editoriales independientes involucradas en los relatos, también se resaltó el trabajo con el manuscrito y los procesos posteriores a su publicación. Incluso se destacó a estas editoriales por sobre las grandes en lo que refiere al trato con el

autor y su obra. Negroni incluso manifestó que paradójicamente estas las editoriales son las que rinden mejor las ventas y que pagan los derechos de autor.

Hay en estos escritores un anhelo que supera lo mercantil -pero que no por eso rehúyen del mercado- y un fuerte deseo de influir con sus textos en el campo cultural. Autores que encontraron su lugar en las editoriales independientes y editoriales que encontraron su nicho de mercado. Bertrand Legendre en *Concentración, independencia y diversidad editorial*, plantea que estamos inmersos en un contexto donde la industria editorial sobreproduce y tiende a la homogeneización. Esta tendencia de estandarizar la oferta sin embargo, se convierte en una oportunidad ya que “se desarrolla, en reacción, un interés de parte de un tipo de lectores y de ciertos puntos de venta, por una oferta más creativa, más original” (Legendre, 2013: 30). Puede que lo producido por estos autores encaje en lo dicho por Bertrand.

Por otro lado, se deslizó también que la actividad del editor se ve realizada cuando participa de la formación del gusto. Y para ello su apuesta “a lo difícil”. El editor alternativo –podríamos pensar a los independientes como tales- es aquel que asume la misión de “brindar opciones” frente a la uniformidad de la oferta con la que los grandes grupos editoriales tienden a ocupar espacios con colecciones similares a las otros grandes grupos editoriales (EDINAR, 2008: 11). En este sentido, los autores entrevistados son muestra de una escritura diferente a la planteada por los grandes sellos, y así aportan a la diversidad cultural.

Por otra parte, se buscó establecer la importancia del vínculo entre el autor y el editor, un rol que parece que haber desaparecido -o al menos mutado- en las grandes editoriales. Al respecto Tabarovsky explicaba que en las editoriales de los grandes conglomerados no existe una figura del editor que descubre nuevos autores, o bien revaloriza obras que en su momento no fueron comprendidas para incluirlas en su catálogo, sino que “Random apuesta por los escritores a los que les va bien en Eterna Cadencia, Mardulce, en Entropía, en esas editoriales, que sacan uno dos libros y le fue bien, y le pagan

un anticipo altísimo y se lo llevan. Entonces no es un trabajo de edición sino de chequera.” En este punto se encuentra uno de los grandes desafíos que enfrentan las editoriales independientes ante el deseo de publicar “la obra” de un autor. Las pequeñas y medianas empresas no pueden competir con el anticipo de una gran editorial, sin embargo existen autores que no aspiran a ese tipo de oferta. Escritores que ya pasaron por la experiencia de publicar en una editorial multinacional y se inclinan por trabajar en el marco de una empresa que les permita mayor autonomía al momento de decidir qué y sobre qué escribir y cómo hacerlo. Que cuide sus libros incluso cuando estos hayan dejado de ser lo nuevo en el mercado. Que los traten con el respeto que se merecen, a ellos y a su obra.

## Capítulo 5

# Los modos de licenciamiento: entre lo privativo y lo abierto

BIANCA RACIOPPE

Cualquier referencia a la producción “independiente”, como se vio en los capítulos anteriores, trae aparejado debate acerca de los sentidos que adquiere esta categoría. ¿Cuándo se considera que un proyecto es independiente en un mundo representado como global y atravesado por un sistema capitalista que no parece dejar grietas? Una de las primeras respuestas que surgen es la que vincula lo independiente con los espacios por los que esas producciones circulan. Es en ese momento cuando, dicotómicamente, separamos las aguas entre producciones *mainstream* y producciones *lowstream* —o como las llama Marta Zátanyi (2011), entre juglares y trovadores—, así lo *mainstream* es lo que circula por las grandes vías de las industrias culturales y lo *lowstream* es aquello que se mueve en circuitos más reducidos: por ejemplo se hacen menos tiradas de libros o de discos, las películas se proyectan en pequeñas salas o se hacen reuniones en centros culturales específicos.

Esta división ha articulado los discursos sobre lo cultural-artístico durante muchos años; pero Internet vino a transformar esas nociones, a resignificarlas. Y esto ocurrió porque ya no podemos saber si una producción compartida en una plataforma *online* puede tornarse propagable, en el sentido que usan Jenkins, Ford y Green (2015) este concepto, distinguiéndolo de *lo viral*. Para que algo se propague, sostienen estos autores, tienen que existir intereses en común, es decir tiene que haber *comunidad*.

A la idea de comunidad como lo construido en común apelan las licencias *Creative Commons* que, en una traducción literal, serían “comunes creativos”; es decir aquellas producciones que pertenecen a la comunidad. Frente a esto podríamos preguntarnos si hay producciones que no pertenezcan a la comunidad, que no hayan surgido de las relaciones, imaginarios y discursos que la constituyen. Desde la postura de los y las activistas por el uso de licencias

libres o abiertas es imposible pensar en producciones que no sean “comunes creativos”. El problema es que el sistema capitalista, centrado en el individuo y en la competencia, ha legitimado la idea de que las creaciones tienen un/a autor/a único/a, identificable con firma, y que ese/a autor/a en ejercicio de sus libertades individuales cede los derechos de reproducción sobre su creación a favor de las industrias culturales que distribuyen este material y le pagan regalías. En esa lógica individual, de libertad entendida desde una matriz liberal (Argumedo, 2003), se basan las leyes de propiedad intelectual de países como Argentina y las leyes de *Copyright* de países como Estados Unidos. Si bien el *Copyright* y la ley de propiedad intelectual que rige en nuestro país no son lo mismo, abrevan en esa misma matriz, la de la propiedad privada.

Las licencias Creative Commons, vinculadas a la tradición del *Copyleft* y del Software libre, surgen para ofrecer un respaldo legal a aquellos/as autores/as, editores/as, cineastas, fotógrafos/as que no quieren privatizar sus producciones, sino que desean que puedan ser reutilizadas y circuladas sin necesidad de pagar regalías. Y este espíritu del compartir se vincula a los entornos digitales porque, como señala Richard Stallman, “en Internet compartir es fácil” (2004: 63).

Retomando la pregunta del inicio de este texto acerca de qué caracteriza a los circuitos independientes de producción de lo cultural-artístico, podríamos agregar esta variable en nuestra definición. Las Creative Commons parecen encajar perfectamente en un mundo de producción alejado de los circuitos que definíamos como mainstream, ya que otorgan un marco legal para compartir los materiales en plataformas *online*. Además, se oponen a la idea de “todos los derechos reservados” del *Copyright* que termina en una clausura de lo cultural-artístico.

Sin embargo, la realidad siempre es más compleja que los conceptos teóricos en los que pretendemos hacerla encajar. En primer lugar porque la dicotomía mainstream-lowstream se torna obsoleta si se la asocia a la capacidad de alcanzar a grandes cantidades de público –de hacerse propagable–; pero principalmente se torna obsoleta porque entre esos dos aparentes extremos hay

toda una gama de posibilidades acerca de cómo se constituyen los circuitos de producción y distribución de lo cultural-artístico. Así, asistimos a la paradoja –inherente al sistema capitalista– de que grandes editoriales han comenzado a usar las Creative Commons, mientras que editores/as del circuito independiente las desconocen o simplemente las rechazan.

### **La cultura colaborativa como “heraldo” de futuro<sup>1</sup>**

Antes de profundizar en la contradicción mencionada en los párrafos anteriores, considero importante situar contextual y políticamente a las Creative Commons para, de este modo, no caer en idealizaciones superfluas. Estas licencias surgen impulsadas por un abogado, Lawrence Lessig, que se preocupa por la penalización a la creación que se basa en producciones anteriores (por ejemplo los *mashups*<sup>2</sup> en música). En un país atravesado por una aplicación muy severa del Copyright, las posibilidades de utilizar, circular o basarse en obras previas se convierte en una lucha legal, generalmente imposible de ganar, contra las grandes industrias dueñas de los derechos –pensemos en Disney y su continua clausura a la cultura común. Así, estas licencias surgen como un parche legal (Busaniche et al, 2010), como un modo de *evadir* las reglas. Algo similar había hecho, casi 20 años antes, Richard Stallman al crear la licencia GPL<sup>3</sup> para compartir códigos de software. Entra aquí la distinción entre el Copyleft y las Creative Commons, o entre lo abierto y lo libre en software, que suele sostenerse en los sectores más comprometidos con esta militancia.

---

1 El título es retomado de la frase que utiliza José Luis Brea (2003:53) para referirse al *Net.art* como una muestra de un modo de producir y circular lo cultural-artístico que aún no termina de consolidarse, pero que será parte de los procesos futuros.

2 Un *mashup* es una producción que se hace a partir de la mezcla de otras pre-existentes. Por ejemplo en música se hace a partir de fragmentos y acordes de otras canciones. El término también se utiliza en informática para referirse a softwares que se ejecutan a partir de códigos de otros softwares.

3 Las producciones registradas bajo una Licencia Pública General (GPL) permiten el uso, la derivación, la distribución, incluso con fines comerciales, siempre y cuando la obra derivada también se registre bajo este tipo de licencia. Es la primera licencia de tipo Copyleft y se usa en el campo del software libre.

Mientras que en las producciones licenciadas con Copyleft están permitidas las llamadas 4 libertades (uso, estudio, derivación y distribución, incluso con fines comerciales) las producciones que usan licencias abiertas permiten algunas de estas libertades, pero restringen otras. Para este artículo, interesa aclarar que sólo una de las licencias Creative Commons, la *compartir-derivadas-igual*, puede considerarse una licencia de tipo Copyleft ya que permite las 4 libertades e incluye la cláusula de que la obra derivada se mantenga bajo la misma licencia libre. Las otras licencias Creative Commons –existen seis grandes tipos– habilitan algunos usos, pero no otros.

El contexto en el que surgen las Creative Commons no funciona sólo de modo anecdótico, sino que atraviesa el sentido de estas licencias que plantean una oposición al sistema vigente, pero sin buscar una transformación profunda –véanse las críticas a las Creative Commons que hacen autores como Berry (2005) y Elkin-Koren (2006). La decisión queda a cargo de cada autor/a, nuevamente pensado como individuo/a y como propietario/a de su obra. La libertad individual de elegir y la idea de propiedad sobre la que se constituye el sistema capitalista no son puestas en jaque, más allá de lo que suele creerse. Lo que sí se pone en tensión es el modo de generar ganancias y eso, aunque no sea una transformación profunda, sí golpea al modo capitalista de producción.

Sin embargo, las reapropiaciones que se hacen de esas licencias en Argentina, y podríamos atrevernos a decir en América del Sur, adquieren otros matices que las ligan a una matriz propia de nuestras luchas (Argumedo, 2003) como países que han sufrido el colonialismo tradicional y económico. Aquí, las Creative Commons se unieron a un movimiento más amplio, preexistente, que impulsaba la idea de una cultura libre que fuera, a la vez, soberana –por eso en los festivales que se organizaban en FM La Tribu se hablaba no sólo de software o de producciones artísticas, sino también de semillas, de medicamentos...

Entonces, en Argentina las Creative Commons no tienen la impronta liberal con la que surgieron, sino que se convierten,

como el Copyleft mismo, en una forma de enfrentar las leyes de propiedad intelectual vigentes y, principalmente, los modos de producción legitimados: individuales y centrados en la competencia. Opuesto a esto, los licenciamientos libres o abiertos se sustentan en la idea de producción colaborativa. Colaborar con los/las otros/as, fomentar vínculos, formar redes.

Las Creative Commons “llegan” a la Argentina en 2005 en coincidencia con una ebullición de las discusiones por las leyes de derechos patrimoniales y copyrights. Rápidamente son utilizadas por repositorios institucionales, revistas científicas y sitios web. Y como el desarrollo de los espacios no se da por azar, sino que se gesta en vínculo con los contextos, no es casual que en 2006 se organice la primera reunión de la FLIA que va a agrupar a cientos de editoriales independientes/autogestivas en espacios comunes de visibilización. Se empieza a formar una red tanto en los territorios *atómicos* como en los territorios *de los bits*: blogs de las distintas FLIAS que vinculan a los blogs y webs de las editoriales, que también empiezan a compartir sus catálogos en Internet.

En 2008 se lleva a cabo la primera Fábrica de Fallas, un festival de Cultura libre y Copyleft organizado por FM La Tribu y del que participan distintas editoriales autogestivas, como El Asunto, Editorial E de Colihue Infinito o la Editorial Último Recurso, que también participaban de las FLIAS que se hacían en distintas ciudades.

La simultaneidad con la que surgen estos espacios nos permite pensar en un movimiento amplio en el que convergen proyectos que se basan en la producción colaborativa, por oposición a las lógicas de la competencia. Las FLIAS, las Fábricas de Fallas y los impulsores de las Creative Commons en Argentina comparten la preocupación por la tendencia a la penalización de prácticas de redistribución de las producciones culturales-artísticas. Una redistribución que es facilitada por los entornos digitales que, también en esas épocas, empiezan a adquirir mayor alcance. David de Ugarte, por ejemplo, publica en 2007 el libro *El poder de las redes* en el que explica los beneficios de las redes distribuidas y de lo que él denomina la *blogósfera*, la red conformada por los blogs

enlazados (de Ugarte, 2007) Ese escenario habilitaba a pensar que la emergencia combinada de estos distintos espacios iba a posibilitar otros modos de gestionar lo cultural-artístico o, como diría José Luis Brea (2003: 53), un modo de producción que sería un “heraldo del futuro”.

### **De la utopía de la blogósfera a una Internet centralizada (y las grietas que quedan)**

Sin embargo, esta relación que parecía tan clara en ese contexto, se complejiza mirada desde el presente, más de 10 años después. Si bien el uso de licencias Creative Commons continúa en aumento (Informe del Estado del Procomún, 2017), ese circuito de lo autogestivo/independiente no se ha apropiado de estos tipos de licenciamiento como se auguraba. Ni tampoco Internet se ha convertido en ese espacio distribuido que analizaba David de Ugarte (2007). Amazon, que utiliza el sistema de producción a demanda y los formatos electrónicos, es uno de los grandes dueños de Internet (Zuazo, 2018). En este contexto, las editoriales independientes/autogestivas que habían encontrado en Internet una grieta para disputar con lo mainstream vuelven a quedar eclipsadas por los fuertes nodos en la red de redes.

A esto hay que agregar que si bien las Creative Commons permiten enfrentar ciertas lógicas de la producción de las grandes industrias y comparten el espíritu colaborativo de los espacios autogestivos, no todos los productores independientes las conocen. O las conocen, pero deciden no usarlas porque no les generan confianza o entran en tensión con las normas de los organismos que gestionan los derechos de autor. En el caso del sector editorial las organizaciones legitimadas para el *resguardo* de los derechos de circulación son la Cámara del libro (CAL) y el Centro de Administración de Derechos Reprográficos (CADRA) que exigen adecuarse a la ley 11.723 de propiedad intelectual vigente en Argentina. Básicamente, para que un libro sea catalogado hay que inscribirlo en la Cámara del Libro, que es la que provee los números de ISBN, y hacer el depósito de libros publicados. Este depósito es obligatorio y, de no cumplirse, las editoriales pueden

ser multadas. Es decir que los sellos quedan obligados a ajustarse a la ley de propiedad intelectual con la que las Creative Commons debaten. Si bien el registro en la CAL y el uso de Creative Commons no es incompatible –muchos libros realizan esta doble inscripción– la CAL y el CADRA no reconocen a estos tipos de licenciamiento por lo que, por ejemplo, el CADRA cobrará una tasa a los negocios de fotocopiado por la reproducción de cualquiera de estos libros, aunque tengan licencias Creative Commons que permitan esa reproducción.

Ahí aparece un primer punto de tensión que lleva a los/las editores/as independientes/autogestivos/as a reproducir un sistema de gestión de derechos que contradice sus modos organizativos.

### **Una muestra sin botón: editoriales independientes y sus modos de licenciamiento**

En un rastreo que hice para mi tesis de maestría (Racioppe, 2012) identifiqué que, incluso en los primeros años de las FLIAS (2009-2010), cuando las reivindicaciones de este espacio se vinculaban a las de otros con *actitud* Copyleft, como lo define Lila Pagola (2010), muchas de las editoriales que participaban de estas ferias del libro desconocían la posibilidad de usar licencias del tipo de las Creative Commons. Algunas expresaban los derechos sobre los libros de maneras contrarias al Copyright, pero sin adecuarse a algún tipo de licencia libre o abierta. Otras reproducían el texto que cita a la ley de propiedad intelectual. En entrevistas realizadas en ese momento con los/las editores/as lo que emergía era un desconocimiento; manifestaban ideales cercanos, pero no sabían que podían encuadrarlos en una herramienta legal, que ya en ese momento estaba reconocida por repositorios institucionales y revistas digitales.

Actualmente, el panorama parece ser otro<sup>4</sup>, se evidencia un mayor conocimiento de las licencias Creative Commons, incluso en redes y espacios de editores que no son las FLIAS, como por

---

4 Para la elaboración de este trabajo se consultaron los sitios webs y las redes de las editoriales que se mencionan. Además, se realizaron consultas por correo electrónico a los/as responsables de los sellos. La exploración se realizó entre noviembre de 2018 y febrero de 2019.

ejemplo la Feria de Editores (FED) o EDITA. Sin embargo, esto no significa que las usen.

Una de las razones para no inscribirse en el marco de las Creative Commons es el temor que expresan los/las autores/as frente a este tipo de licenciamientos. Esta situación se repite también en otros ámbitos como el académico en el que, si bien se utilizan Creative Commons para subir materiales a los repositorios o publicar en revistas de acceso abierto, se tiende a elegir las combinaciones más cerradas.

A continuación, presento algunos casos testigo para pensar la relación entre editoriales independientes/autogestivas y licenciamientos libres/abiertos. En esta articulación los modos de producción y circulación de los materiales se tornan centrales, por eso también se detallan las estrategias de visibilización *online* y la participación en redes de editores.

### ***Las que no***

La editorial Mágicas Naranjas, con sede en Lanús, se define como dedicada a la poesía y a la infancia. Tiene su catálogo online y si bien debajo de los títulos publicados aparece la opción “comprar”, no está habilitada. Distribuye en librerías de CABA, Gran Buenos Aires, La Plata, Mendoza, Córdoba, Santiago del Estero, Santa Fe, Entre Ríos y Salta. Integra La Coop, una cooperativa que nuclea a distintas editoriales independientes. También participa de la FED –Feria de Editores– y como integrante de La Coop tuvo un stand en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires.

Dedicada a un sector específico y activa desde 2011, Mágicas Naranjas tiene 4 colecciones y cerca de 20 títulos publicados. Además del sitio web, cuenta con un perfil en Facebook y otro en Instagram donde se publican las novedades y los encuentros de lectura que organizan. Si bien los/las editores/as conocen las licencias Creative Commons; no las usan porque trabajan con autores/as que tienen trayectoria y no están habituados/as a este tipo de licenciamientos. Utilizan el sistema de “todos los derechos reservados”.

Este motivo para no usar/recomendar licencias libres o abiertas se vincula con la idea de que este tipo de licenciamiento sólo “sirve” a los/las autores/as *neófitos/as* o a aquellos/as que sólo publican en Internet. Esto se asocia con la idea de que llegar a ser un/a artista consagrado/a implica el acceso al cobro de regalías, lo que deja a las Creative Commons sólo como un primer espacio de visibilización para pasar de lo *lowstream* a lo *mainstream*.

Como analicé en mi tesis doctoral (2015) una de las principales reticencias por parte de los/las autores/as para usar Creative Commons es el vínculo que establecen con su obra, un lazo de propiedad en los términos de la matriz liberal; por eso la licencia Creative Commons menos elegida es la que posibilita las derivaciones y los usos comerciales. En este punto es importante aclarar que todas las Creative Commons, y también las licencias Copyleft, reconocen la autoría, sólo que no consideran que esa obra esté acabada, sino que pueden venir otros/as a retomarla y de ahí surgen las derivaciones. Esa idea de que la obra pueda ser transformada por desconocidos/as es lo que genera más reticencia al momento de licenciar.

Clara Beter Ediciones, fundada en 2012 en CABA, se define como “editorial independiente de poesía y narrativa”. Tiene un blog en la plataforma Blogspot donde publica las novedades editoriales y una página en Facebook. Los libros de este sello se consiguen en librerías de CABA, solicitándolos al mail de la editorial o en los distintos eventos de los que participa. Durante el verano de 2019, por ejemplo, participó de la Feria de Editoriales organizada en el Centro Cultural Recoleta. En 2017 y 2018 participó de la Feria Internacional del Libro en La Rural. También recorre ferias de distintas ciudades del país. Además, desde la editorial organizan la Feria del Libro Heavy, sobre heavy metal argentino, que ya va por su sexta edición.

Tiene más de 40 títulos editados y, si bien conocen las licencias Creative Commons, por haberlas visto en ediciones de otros sellos, no las usan en sus publicaciones, deciden registrar los derechos de distribución de manera “tradicional”. Según explica Gito Minore, uno de los responsables de la editorial, la temática de los licen-

ciamientos libres o abiertos no se aborda en los espacios y redes que frecuentan, por ejemplo en los centros culturales donde se organizan distintas actividades. La edición está unida al papel, no tienen catálogo online – aunque publican en el blog y en Facebook las novedades editoriales– ni posibilidad de descarga de libros.

La Docta Ignorancia se define como un emprendimiento cultural que se ancla en el psicoanálisis y desde ese campo de saber establece lazos con la literatura, la filosofía, el arte... Surgió en 2008, primero como revista y luego como editorial, coordinada por dos psicólogos. Tiene una web, una página de Facebook y un canal de YouTube. Organizan eventos, no sólo de presentación de libros, sino también charlas y conferencias sobre temáticas relacionadas. En el sitio web está publicado el catálogo, que consta de 19 títulos; pero no hay especificaciones acerca de los puntos de venta. En Facebook, en cambio, suelen publicar los precios y la referencia a que hacen envíos al interior. El modo de solicitar ejemplares es a través del mail. Si bien en la parte superior derecha de la web hay un ícono que sugiere la posibilidad de compra online, está inactivo.

Consultadxs acerca del uso de Creative Commons, lxs editores señalaron no conocer este tipo de licenciamientos y aclararon que trabajan sólo con productos *originales*. Más allá de que no conocen estas licencias, se evidencia una asociación de las Creative Commons con obras *no originales*. Este modo de comprender a las licencias libres o abiertas se ancla en el énfasis que este tipo de licenciamientos pone en la posibilidad de derivar y en los planteos que desde el movimiento de la Cultura libre se hace respecto de los sentidos de la categoría de *lo original*. Planteos que también formulan muchos/as teóricos/as del arte (Bourriaud, 2009b; Jiménez, 2002; CAIA, 2005) y que se vinculan a la comprensión de la imposibilidad de pensar *lo original* como “un estar en el origen” (Bourriaud, 2009b: 8). Sin embargo, la idea de *original* establecida por la modernidad liberal sigue permeando en nuestras concepciones de lo cultural-artístico.

Editorial Las Cuarenta surgió en el barrio de Caballito, CABA, en 2006, es decir que lleva 13 años de permanencia como empre-

dimiento. Tiene una página de Facebook y en 2019 abrió un perfil de Instagram y otro de Twitter; además comparte su catálogo en Google Drive. Después de un tiempo sin uno en línea, recientemente relanzó su sitio web: <http://lascuarentaeditorial.com.ar/>. Un aspecto interesante de esta editorial es que distribuye en otros países como México, España, Colombia, Chile y Uruguay; además de tener puntos de distribución en distintas provincias de Argentina. Tiene más de 100 títulos editados, muchos de ellos son traducciones o ediciones comentadas de autores/as clásicos/as como Aristóteles, Séneca, Hegel, Kant, entre otros/as.

Si bien conocen las licencias Creative Commons, no las usan; utilizan contratos estándar de reproducción limitada y exclusividad. No hay posibilidad de conseguir las publicaciones de manera digital, sólo se accede a ellas en papel contactando por mail o visitando los puntos de venta que publican en su perfil de Facebook y en la web. Participan de ferias de libros y de espacios que nuclean a otras editoriales; pero tienen una postura definida respecto a cuáles lugares concurrir y a cuáles no. No participan de eventos propuestos, financiados o auspiciados por el PRO, ni tampoco de aquellos organizados por editoriales que son sostenidas por compañías multinacionales. En esto vemos una postura que se reconoce en otros proyectos autogestivos; las FLIAS, por ejemplo, que no aceptan patrocinio ni del Estado ni del Mercado. En la investigación que desarrollé para mi tesis doctoral, que recuperaba experiencias de artistas inscriptos en la *actitud* Copyleft, pude encontrar un abanico de decisiones político-ideológicas que iban desde el llamado *purismo* –en el caso del Copyleft implica el uso de softwares totalmente libres y la no participación en espacios que no compartan esta ideología– hasta posiciones que permitían la negociación –por ejemplo exhibir obras Copyleft en museos tradicionales.

Ediciones Godot surgió en 2008 en CABA y tiene cerca de 300 títulos editados. Tiene un sitio web y perfiles en Facebook, Twitter e Instagram. Si bien tiene un sistema de compra online, es para libros físicos. De este modo, se pueden encargar los libros en papel a través de la web o conseguirlos a partir de las distin-

tas librerías y distribuidoras con las que trabajan en Colombia, Guatemala, Perú, Brasil, Costa Rica, España, México, Chile y Uruguay. Tiene el catálogo online compartido a través de *Drop-Box*, gran parte de sus libros son traducciones de autores/as extranjeros/as como Zizek, Benjamin, Williams, Nietzsche, Engels, Bajtín, Woolf, por este motivo explican que si bien conocen las Creative Commons no las usan, ya que compran los derechos de traducción a editoriales extranjeras. También publican investigaciones de docentes de la UBA. No tiene descarga online; pero permite la visualización de las primeras 20 ó 30 páginas de sus libros a través de la plataforma Google Books.

Esta editorial es la impulsora de la Feria de Editores (FED), de la que participan más de 200 editoriales independientes de Argentina y Latinoamérica. También ha participado de las Ferias del Libro y la Revista que organiza la Universidad Nacional de Quilmes, de la Feria de libros La Paz Arriba, entre otros espacios. Está asociada también a la Cámara Argentina del Libro (CAL).

### ***Las que sí***

Ediciones de la Caracola surgió en 2014 en La Plata y se define como un “proyecto ronda” creado entre amigos y amigas (aunque ahora todas las integrantes son mujeres). Según nos explica Rocío Gariglio, una de las impulsoras de la editorial, la metáfora de la ronda da cuenta de la horizontalidad del proyecto y remite al caracol zapatista, movimiento al que reconocen como parte de su inspiración política. La amistad, los vínculos previos, son centrales en muchos proyectos autogestivos/independientes. Esto nos muestra que parten desde una base diferente a la de la lógica de la empresa; surgen a partir de los vínculos afectivos (y muchas veces se sostienen también por esos vínculos)

El proyecto tiene una página en Facebook, un perfil en Instagram y un blog en el que suben las novedades y desde el cual los/as lectores/as pueden descargar todos los materiales que están bajo licencias Creative Commons que van desde las de tipo Copyleft (que permiten incluso usos comerciales) hasta aquellas que permiten distribuir, derivar; pero sin usos comerciales. Los archi-

vos digitales están subidos a un drive en formato pdf; pero también pueden ser leídos online a partir de la plataforma ISSUU.

Esta editorial se basa en una premisa similar a la que sustenta al movimiento de la Cultura libre, por eso expresan en el espacio de su blog destinado a explicar qué es La Caracola que “Toda producción es, siempre, social y nunca solitaria”. Según explica Rocío Gariglio, el uso de este tipo de licencias abiertas o libres estuvo en los orígenes del proyecto. A diferencia de otras editoriales que deciden no utilizar Creative Commons porque los/as autores/as no las aceptan, La Caracola establece el uso de estas licencias como condición para publicar. Esta *actitud* Copyleft se corresponde también con el uso de una plataforma Wordpress, que es software libre. Tiene cerca de 20 títulos publicados y además comparte en su blog “modos de hacer” (otra característica que los une al movimiento Copyleft), por ejemplo explicando cómo tramitar un ISBN para aquellos/as que quieran autoeditarse. Participa, también, de espacios que nuclean a otras editoriales como las FLIAS, EDITA, la Fiesta del Libro y la Revista que organiza la Universidad Nacional de Quilmes, entre otras ferias. Distribuyen sus libros en papel en CABA, La Plata y Mar del Plata; también se pueden solicitar por mail.

El Zócalo es una gráfica y editorial que surgió en 2001 como imprenta y que en los últimos años ha comenzado a editar títulos propios. Si bien los libros no pueden descargarse, desde la editorial explican que su intención es que estén disponibles en digital; pero aún no cuentan con los recursos. Recomiendan y usan las licencias Creative Commons porque cuestionan la propiedad privada, y el Copyright es una manera de privatizar lo cultural.

Además de la página web, en la que por ahora conviven la imprenta y la editorial, El Zócalo tiene una página de Facebook, un perfil en Instagram y un usuario de Twitter. Por estas redes sociales online comparten novedades sobre sus productos (agendas, cuadernos) y también sobre las presentaciones de libros. Realizan sorteos que les permiten establecer un contacto con sus clientes. En su web tienen una tienda online a través de la cual se pueden comprar los distintos productos.

De este modo, El Zócalo tiene cuatro grandes áreas de trabajo: realizan impresiones de distintos materiales solicitados por terceros, imprimen productos de diseño propio como agendas y cuadernos, gestionan ediciones de autores/as haciendo la corrección, edición, trámites de ISBN, registro y posterior impresión; pero también están creando su propio catálogo editorial y es allí donde aparecen las Creative Commons como tipo de licenciamiento. Un aspecto interesante es que se organizan como cooperativa, este modo de trabajo es una manera de disputar con la lógica de la competencia empresarial.

Ediciones Invisible surgió en abril de 2015 en CABA y se define como “una editorial independiente que cree en la producción cultural colaborativa” (FED, 2018) En sus categorías incluye las artes visuales, el feminismo y los libros ilustrados. Su primera publicación fue una edición de *El Principito* con ilustraciones de distintos/as artistas, esto fue posible porque en 2015 se cumplieron 70 años de la muerte de Antoine de Saint-Exupéry por lo que sus obras pasaron a dominio público. La edición de Invisible está disponible en su página web, se puede descargar gratuitamente en pdf y tiene una licencia Creative Commons sin fines comerciales. Otra de sus obras es *Insensato*, un libro que reúne cuentos de Edgar Allan Poe –también en dominio público– con ilustraciones. El libro se puede descargar en pdf y tiene una licencia Creative Commons no comercial. También publicaron *Yeguas*, disponible en papel y en pdf, un libro feminista que ilustra a mujeres que han sido centrales en la lucha por los derechos. El catálogo se completa, por el momento, con el libro *Canallas* de cuentos ilustrados, que aún no puede descargarse. Este título se hizo a partir de una pre venta y de crowdfunding a través de la plataforma Idea.me, y aquellos/as lectores/as que lo compraban antes de su ingreso en imprenta aparecían en los agradecimientos. Este tipo de financiamiento es utilizado por proyectos autogestivos y se alinea con la idea de la producción colaborativa.

Además de la web, la editorial tiene una página de Facebook y un perfil en Instagram. Dentro de la web tienen la tienda online que permite comprar los libros en papel. Participan, además, de

ferias como La Feria del libro feminista –que tuvo su primera edición en 2018– y de la FED.

Malisia Editorial nació en 2013 en La Plata y es, al mismo tiempo, una editorial, una distribuidora y una librería. Editan, además, una revista sobre el sector y organizan una feria de editoriales –EDITA– que se hace desde 2016. Tiene más de 100 títulos editados y utilizan las licencias Creative Commons porque, según explica Pablo Amadeo González, uno de los impulsores del proyecto, es una decisión política acerca de cómo deben circular los materiales, permitiendo la reutilización. Al mismo tiempo, explica que los derechos sobre un libro quedan en manos de los/as autores/as y no de la editorial.

Malisia tiene un sitio web, una página en Facebook, un perfil en Instagram y un usuario en la plataforma ISSUU desde la que se puede acceder, de manera digital y gratuita, a algunos de los libros publicados. Cuenta, además, con un perfil en Mercado Libre para comprar los libros en papel que también se consiguen en distintas librerías de La Plata, CABA y en el interior del país a través de la distribuidora Waldhuter.

Según explica Pablo Amadeo, casi todas las editoriales que integran el grupo de distribución Malisia utilizan licencias Creative Commons. Pixel, por ejemplo, fue una de las editoriales que impulsó las primeras FLIAS en La Plata y ya en esos momentos trabajaba desde una idea alejada del Copyright, aunque aún no la enunciaban ni como Copyleft ni como Creative Commons.

Las editoriales que conforman el colectivo Malisia, además de organizar EDITA -la Feria de Editores de La Plata–, también participan de la FED, de la Feria del libro de La Costa, de La Feria de La Paz Arriba, entre otras.

### **Reflexiones a partir de *las que no* y de *las que sí***

De este acotado recorrido por algunas editoriales independientes/autogestivas –y señalo lo acotado de la muestra porque, por ejemplo, de la Feria de Editores participan cerca de 200 sellos de Argentina– podemos identificar aspectos que caracterizan a este movimiento contracultural, alternativo, *lowstream*. Primero, que

los lugares de convergencia en el territorio físico se multiplican: la FLIA La Plata ya va por su edición número 29; se creó además el espacio impulsado por Malisia que ya lleva 3 ediciones, la Fiesta del Libro en la Universidad de Quilmes va por su novena edición y la Feria de Editores por la octava; el año pasado se realizó la primera Feria del libro feminista, y se pueden nombrar muchos otros encuentros que se hacen en distintas ciudades de la provincia de Buenos Aires y en otras provincias del país. Segundo, que hay una tendencia a que las editoriales independientes/autogestivas se nucleen en colectivos y cooperativas que fortalecen su alcance y facilitan los procesos de edición y de distribución.

Se evidencia un importante uso de las redes sociales digitales para estar en contacto con sus lectores/as y el mantenimiento de sitios webs y blogs para subir sus catálogos y tener visibilidad en el ciberespacio. Estas características que aparecen en todas las editoriales de la muestra nos permiten establecer algunos puntos de continuidades: buscan tender redes tanto en lo *offline* como en lo *online*; participan de espacios similares en el territorio físico y, a su vez, generan links y reposteos que las vinculan en sus sitios digitales. Aparece la lógica de la colaboración, lo que en términos de Eric S. Raymond (1997) puede pensarse como el modo de organización del bazar (colectivo, en redes) por oposición al modo de organización de la catedral (jerárquico, cerrado). Pero, más allá de estas coincidencias, también hay puntos de ruptura. Por ejemplo, algunas de las editoriales como Mágicas Naranjas, Clara Better y las que integran la distribuidora Malisia han participado de la Feria Internacional del Libro que se hace anualmente en La Rural y a la que el espíritu inicial de las FLIAS se oponía<sup>5</sup>. En este punto reaparece la pregunta que nos hacíamos al principio acerca de los diferentes circuitos que se establecen y si están —o deberían estar— escindidos unos de otros. La idea del *purismo* tiende a hacer que nos quedemos en los márgenes, esto es lo que ocurre muchas veces en los debates por el Software y la Cultura

---

5 Sobre la forma de participación de estas editoriales en la FILBA, ver el capítulo de “La distribución asociada: alianzas contingentes y proyectos consolidados” en esta misma compilación.

libre; mientras que son los mestizajes (Martín-Barbero, 1991) y las disputas de sentido en el terreno de los enemigos (de Certeau, 2000) lo que permite la visibilización y la expansión.

¿Y qué tiene que ver esto con el debate por otros modos de licenciamiento? En principio debemos señalar que en este punto aparecen las mayores diferencias entre las editoriales seleccionadas, que van desde el desconocimiento de lo que son las Creative Commons al uso militante, pasando por una situación intermedia que se da en los casos en que las conocen, pero no terminan de comprender sus lógicas.

El modelo de negocio editorial está cambiando, en cierta forma por los desarrollos y usos de Internet, el bajo costo y la accesibilidad de lo digital. Sin embargo, las editoriales relevadas siguen apostando fuertemente al papel, pocas tienen tiendas online y las que las tienen las destinan a la venta de libros físicos que se envían por correo postal. Uno de los principales problemas de la edición independiente/autogestiva es la distribución. Las bajas tiradas y los costos de los transportes hacen que las publicaciones queden en las zonas de pertenencia de los/las editores/as y de los/las autores/as. Una manera de paliar esta problemática es generar redes con editoriales y librerías de otros puntos del país (y del mundo) que permitan la exhibición de los libros en otros territorios. La participación en distintas ferias del libro también construye una red de distribución. Pero no se evidencia una lógica que permita comercializar las versiones digitales. Aquellas editoriales que las ofrecen lo hacen de manera gratuita y brindan el plus de ediciones bellamente ilustradas para que el/la lector/a priorice el libro físico. Aquello que Amazon resolvió –y ya encriptó– es aún terreno movedizo para las editoriales autogestivas porque, si bien utilizan distintas plataformas online para impulsar sus proyectos –no sólo las redes sociales, sino también aquellas vinculadas al crowdfunding–, no piensan al libro digital como algo que puede ser *vendido*. Y acá es donde entran a jugar los imaginarios respecto de las licencias libres y abiertas y lo que permiten o no hacer. Ninguna licencia de tipo Copyleft impide el lucro, algunas Creative Commons impiden los usos comerciales

de las obras derivadas o reproducidas; pero no del/de la autor/a que inicia la cadena. Libre y abierto no es sinónimo de gratuito.

Otro imaginario que sería importante transformar es el que considera que las Creative Commons son sólo para la circulación en Internet. Si bien ése es el espacio en el que están más extendidas, no significa que no puedan utilizarse en obras físicas, en obras *atómicas*. De hecho, ha habido experiencias de obras plásticas licenciadas con Creative Commons (véase Pagola, 2006)

Otro mito a desterrar es que las Creative Commons son para los/las que se inician y que son usadas hasta que alcanzan cierta trayectoria y, a partir de allí, empiezan a cobrar regalías por sus trabajos y ya no les *conviene* utilizar este tipo de licenciamientos. Frente a esto es importante preguntarse cuánto realmente gana un/a autor/a por el precio de tapa de los libros y si a este modo de rédito no se le puede oponer otro que no se base en regalías, sino en las posibilidades que se le abren a los/as autores/as al adquirir visibilidad: los talleres de escritura que puede dictar, las conferencias a las que lo/la pueden invitar, las consultorías para las que puede ser contratado/a... Este otro tipo de financiamiento es muy claro entre los/las investigadores/as y académicos/as; pero no tanto entre los/las novelistas, los/las poetas porque en estas últimas profesiones se juega una idea de autor/a, legitimada durante la modernidad, que los/las equipara con, en términos de Gimpel (1979), una deidad. Es el genio que crea de *la nada* y en completa soledad, por lo tanto tiene derechos de propiedad individual y exclusiva sobre esas obras, derechos que, en líneas generales, se ceden a las editoriales a partir de un contrato.<sup>6</sup>

Estos modos de entender la autoría entran en contradicción con las lógicas cooperativas de las editoriales independientes. Entonces, ¿por qué no hay una relación más estrecha entre editoriales independientes/autogestivas y licenciamientos libres

---

<sup>6</sup> Los derechos que ceden son los patrimoniales, que incluyen la distribución, adaptación, traducción. Los derechos morales, que refieren a la paternidad/maternidad sobre la obra, son inalienables. Pero sobre estos derechos morales las licencias de tipo Copyleft y Creative Commons no interfieren porque todas tienen cláusula de reconocimiento. Para más desarrollo sobre este tema véanse Busaniche *et al* (2007; 2010) Vercelli (2009) entre otros/as.

o abiertos? La respuesta no es única ni cerrada: puede deberse a una tradición, a modos de hacer que no se cuestionan porque vienen prefijados; pero también puede vincularse con el origen mismo del Copyright (Busaniche, 2007) que se establece en el derecho anglosajón para proteger la inversión de los imprenteros que, un par de siglos luego del desarrollo de la imprenta, ya se organizaban como pequeñas empresas. El Copyright en sus orígenes protegía a la industria y no al/a la autor/a, luego serán tenidos en cuenta los derechos de ma/paternidad de las obras, lo que involucrará a los/las autores/as. Ahora bien, si las editoriales independientes/autogestivas se caracterizan a sí mismas como opuestas a las lógicas de mercado, ¿por qué siguen reproduciendo un esquema de creación que surge de las entrañas de éste?

Ya señalé que las Creative Commons se asientan en una matriz liberal porque buscan el *empoderamiento* del/de la autor/a frente al mundo de la industria. Usando Creative Commons son ellos/as, como individuos/as, los/las que deciden cómo compartir sus obras. Esta matriz liberal ha sido transformada en Latinoamérica al converger con luchas que no buscan el *empoderamiento* individual, sino la transformación colectiva. Las editoriales independientes/autogestivas expresan en sus valores e ideales lo colaborativo, lo cooperativo, la construcción en red; por lo tanto podrían valerse de estas licencias como una herramienta más de lucha contra las lógicas del mercado, permitiéndose pensar las autorías, las circulaciones y los financiamientos desde lugares desafiantes. Se han mencionado en los casos elegidos experiencias de crowdfunding, de pre ventas que aportan otras maneras de financiamiento; el mismo armado de redes de ferias para la venta de ejemplares, o la creación conjunta de distribuidoras dan cuenta de estrategias que se basan en la colaboración y no en la competencia. El Copyright es un sistema altamente competitivo –capítulo aparte merecen en este aspecto las gestoras colectivas de derechos– que establece que sólo unos pocos (en masculino porque, además, esos pocos son mayoritariamente hombres) pueden triunfar. Por el contrario, el Creative Commons, resignificado por el movimiento contracultural latinoamericano, se sustenta

en la idea de la producción colectiva y de la potencialidad del compartir. Desde esta perspectiva, el diálogo entre editoriales autogestivas y licenciamientos libres o abiertos es indiscutible. Nos queda preguntarnos por qué el movimiento de la Cultura libre no ha logrado aún penetrar ampliamente en estos circuitos que deberían serle propios.

## Capítulo 6

### **La oportunidad como crisis Neo-concentración o editoriales independientes en venta**

MATÍAS RECK

*Crisis eran las de antes* dice un viejo editor caminando por el Salón de París 2014 en el stand argentino gestionado por la FNAC<sup>1</sup>. La frase por más cliché que sea me quedó resonando. ¿A qué crisis se referirá? ¿Habla del sector editorial? ¿Vivió muchas debacles económicas este señor? ¿Se habrá fundido en alguna curva descendente del capitalismo? ¿Habrá cambiado de nombre su empresa? ¿Qué opinará de las nuevas editoriales independientes? Luego otro viejo editor -en este caso sí doy el nombre, Daniel Divinsky- me dice: “A ese no le vendas que me debe cinco mil euros” señalándome a un librero argentino ya bastante afrancesado. Otro editor, en este caso más joven y ya no en París sino en Lomas de Zamora comenta que “la economía del libro va por un carril distinto a la economía del país”. Juan Ignacio Boido, director editorial del grupo Penguin Random House, en una nota de *Página/12* en septiembre de 2018 confirma que hubo una caída de las ventas en julio. “Los motivos son varios, me imagino. Hay personas que quedaron afuera del consumo. Otras, que seguramente tienen preocupaciones más urgentes y no están buscando el libro del momento o ese del que todos hablan. E incluso los lectores más feroces y persistentes, si en vez de comprar tres libros por mes pasan a comprar dos. También se siente en la venta”.

Por lo generacional, por la cercanía y porque somos parte del mismo sector del libro independiente, me quedo con la elucubra-

---

<sup>1</sup> Creada en Francia en 1954, FNAC es la primera distribuidora en Europa de productos tecnológicos y culturales, y constituye un ejemplo único de alianza entre comercio, cultura y tecnología. Literatura, música, cine, videojuegos, imagen, sonido y nuevas tecnologías convergen en un lugar de compra, asesoramiento, descubrimiento y encuentro.

Algunos datos sobre el Grupo (2015): cuenta con 199 establecimientos repartidos en nueve países: Francia, España, Portugal, Suiza, Bélgica, Marruecos, Brasil, Qatar y Costa de Marfil. En 2015, el Grupo Fnac facturó un total de 3876M€: 72% en Francia y 28% en los demás países. Cuenta con 14.100 empleados. Contabilizó más de 64 millones de clientes en todas sus tiendas del mundo. Tiene una comunidad de 6,1 millones de socios. Recibió 209 millones de visitas en 2015.

ción del editor del sur del conurbano bonaerense para desarrollar este escrito, que intenta pensar la crisis de las editoriales independientes en los últimos tres años y medio. Para ello voy a plantear tres puntos que nos permitirán confundirnos aún más sobre el acontecer de un campo que se balancea, como ya todos sabemos, entre lo cultural y lo económico (Bourdieu, 2000).

### **I. NACEN de la crisis**

No me voy a referir a la concentración editorial de los '90 porque ya se han expresado bastante y muy bien de Diego (2012), Sorá (2013), Saferstein y Szpilbarg (2014), Botto (2014), entre otros. Pero sí voy a arrancar en el 2001 no sin antes recomendar los libros *La máquina de hacer libritos* de Matías Moscardi (2016) y *Desbunde y Felicidad* de Cecilia Palmeiro (2001). Algunos editores vienen de la Filosofía, otros de Historia, varios de Comunicación, de Letras y dos o tres de la carrera de Edición; en mi caso vengo de Trabajo Social y del 2001, entendiendo esa fecha como el camino que se inició con los piqueteros a mediados de los '90.

#### ***Primera postal. Autorreferencial***

Luego de unos años de trabajo comunitario en el barrio La Juanita de Isidro Casanova, armamos una editorial con el Movimiento de Trabajadores Desocupados de La Matanza. Editamos un libro que compilaba entrevistas que habíamos realizado en el Primer Foro Social Mundial de Porto Alegre.

#### ***Segunda postal. Pre FLIA***

Pablo Strucchi, Diego Arbit, Anahí Ferreira, Guillermo De Posfay hacían sus libros de forma artesanal y los vendían en la Plaza Serrano y luego se iban a la Asamblea que durante todo el 2002 y parte del 2003 se realizaba en la esquina de sus casas. Así nacía *el asunto*.

#### ***Tercera postal. La última editorial del siglo XX***

El punto de inflexión en la carrera de una reconocida editora se produce a finales de los años noventa, cuando la entonces ya

prestigiosa editorial y librería El Ateneo donde trabajaba fue adquirida por el Grupo Ilhsa. El dinero obtenido con la venta, por otra parte, le proporcionaba además el capital inicial para poder hacer realidad ese proyecto. Así, en agosto de 1999 aparecen ya los cuatro primeros libros de Adriana Hidalgo Editora, y, en palabras de José Luis de Diego, a partir de ahí “consolidó un catálogo a partir de reediciones de grandes autores olvidados, como Guimarães Rosa y Clarice Lispector, ensayos poco conocidos de Harold Bloom y George Steiner, y cuidadas ediciones de poesía argentina” (de Diego, 2016: 14).

#### ***Cuarta postal. Habrá que verlo en fotos***

Hace unos días cerró la vidriería de la esquina de Acuña de Figueroa y Guardia Vieja donde funcionaba la galería Belleza y Felicidad. Ya no se verán más las letras doradas de tipografía itálica que formaban el nombre de esta editorial de plaquetas que fue central en esos años de transición entre la pizza con champagne y el cordero patagónico con Malbec. La revista Ramona anuncia: “The Sculpture Center de Nueva York presenta una mini-retrospectiva de la producción editorial de Belleza y Felicidad, publicaciones realizadas a bajo costo desde el 2002 por Fernanda Laguna y la poeta Cecilia Pavón”. Me encantaría que puedan clicar aquí: [https://www.flickr.com/photos/belleza\\_y\\_felicidad/sets/72157621821325071/](https://www.flickr.com/photos/belleza_y_felicidad/sets/72157621821325071/). A mitad de cuadra, sobre guardia vieja, en un taller mecánico se levantaba la persiana de otra editorial hoy transnacional y con más de 100 sucursales en los cinco continentes, Eloísa Cartonera. La historia es más que conocida: Barilaro, Cucurto, La Osa, María, El Ale.

#### ***Quinta postal. Editar antes del boom***

A diferencia de Ediciones Deldiego, B. y F. y Vox, cuyos editores tienen estéticas afines (Moscardi, 2016), Siesta se conforma por editores con poéticas muy distintas. Marina Mariasch y Santiago Llach van a desarrollar un catálogo exquisito aunque heterogéneo y desparejo.

### ***Moraleja I***

Entonces decimos que la crisis es constitutiva de las llamadas editoriales independientes, en la que se manejan como pez en el agua.

## **II. CRECEN pero siguen siendo independientes**

### ***Sexta postal. Constelaciones contemporáneas***

Es indudable el crecimiento de las editoriales independientes en múltiples sentidos: en número, en calidad, en distribución, en tiradas de ejemplares, en la relación con el Estado, en capacidad organizativa, en gestión de ferias e innumerables hechos culturales.

Desde el 2005 se abre un período a tener en cuenta en cuanto al surgimiento de varias editoriales surgidas o no del ámbito universitario, pero poniendo eje en el ensayo, la narrativa y la poesía, Cactus, Tinta Limón, Caja Negra, Godot, Milena Caserola, Eterna Cadencia, La Cebra, Hekht, Nulú Bonsai, entre tantas otras.

### ***Séptima postal. Cómo no hablar de la FLIA y sus derivados***

Asimismo se organiza la primera Feria del libro independiente que le da cobijo a muchos proyectos editoriales así como autores que se auto-editan. Fue una verdadera revolución y lo sigue siendo en varios lugares del país e incluso en otras latitudes. Centralmente la FLIA existió en cuanto planteaba problemas políticos ligados a la producción y circulación del libro. Desde las primeras reuniones, las discusiones de género estuvieron más que presentes. Por qué armar mesas de Escritores Independientes, dónde quedaban las Escritoras, charlas de literatura trans donde se planteaban posiciones desde los barrios, como la cultura gay marginal y la mirada más académica, blanca, europea, foucaultiana o beatrizpreciadista (hoy Paul). Otro tema que aprendimos fue el CopyLeft o la circulación libre de textos, no había ni compra ni venta de derechos, sino todo lo contrario, puro deseo a la hora de leer, de editar, de hacer circular los textos, acuerdos mucho más igualitarios a la hora de poner un texto a rodar. Democratización de los saberes respecto al oficio de editor, qué es el papel, qué tipo

de papeles existen, gramajes, para el interior, para las tapas, formatos, formas de imprimir, de encuadernar, de retractilar. Y por último la venta, o el trueque, en plazas, trenes, ferias, galerías de arte, facultades, barrios, en el campo y a caballo cual Tomi Lebrero. La FLIA siempre fue libre, para editores y público, y gratuita, para editores y público.

Todo el movimiento literario ya tenía su gran fiesta cada tres meses en la Feria. Y el resto de los días del año dónde nos vemos. De lunes a lunes en los innumerables ciclos literarios, en las librerías amigas que surgían como La Libre, en centros culturales, especialmente el CC Pachamama, donde entre otros grupos surge El quinteto de la Muerte. Los talleres de armado de libros o centros recuperados nos juntaban a la hora de producir los libros, revistas o fanzines, también pan relleno, remeras o CDs, haciendo que una Feria del Libro *desfetichice*, desacralice su principal objeto, El Libro, sacándolo del lugar impoluto, como si el libro pudiese existir sin la máquina de escribir, sin la pelota de fútbol, sin el mate o las carnicerías, sin las zapatillas o el trabajo del mozo. De qué hablarían los libros sí solo el libro existiese, ¿de libros?, la autocita sería recurrente, aburrida, la biblioteca estaría muerta y vacía porque esos libros estarían siendo leídos para escribir otros libros. Y más centralidad se le intentó sacar al Editor o al Autor, siendo ahora sí, el libro, quien guarda toda la potencia de su escrito, de su magia, de la imaginación que lo generó y la que contagiará a modo de virus que se retroalimenta.

### ***Octava postal. Nos cooptó el mercado o somos los dueños del pabellón***

Muchos son los indicadores en donde se puede ver el crecimiento de las editoriales independientes en esos años post 2005. Surge la distribuidora Coma 4 (Bajo La Luna, Cactus, La Cebrá y Caja Negra) que junto a otras editoriales arman el primer stand colectivo en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires. Al igual que Los Siete Logos que, como cuenta Tabarovsky, “fuimos a la Fundación del Libro y pedimos el stand más barato donde puedan caber los siete catálogos que nos habíamos reunido, y nos

dieron un espacio al fondo de la feria, en el pabellón amarillo, al lado de los baño y cerca de la entrada de Av. Cerviño por la que no entraba nadie”. Hoy el pabellón amarillo es el polo editorial independiente más concurrido con experiencias como Zona Futuro, el Nuevo Barrio, la Ciudad invitada de honor, los Sólidos Platónicos, Todo libro es político, entre otros stands colectivos que al igual que muchos grupos como La Coop, La sensación, Malisia-Bajo La Luna-Las Cuarenta-Gorla, logramos rodear y poner en jaque al pabellón verde de las transnacionales. Las compras del Estado y los programas oficiales así como los encuentros de la palabra en Tecnópolis, el desarrollo inmenso de actividades y publicaciones en la Biblioteca Nacional y en el Museo del Libro y de la Lengua de la década ~~ganada~~ editada hicieron que nos olvidemos por un rato de la idea de crisis.

### ***Moraleja II***

Las editoriales independientes armaron catálogos que las empoderaron para enfrentar lo que vendría.

### **III. Nunca MUEREN a menos que las compre una transnacional**

#### ***Novena postal. 1 + 1 = 2***

Es innegable la crisis que estamos viviendo, ya lo expresó la Cámara Argentina del Libro (CAL) con su campaña S.O.S (Pedido de auxilio ante la debacle del sector). El diario La Nación el 2 de mayo de 2019 decía: “Las expectativas para 2019 no son muy alentadoras, si se tiene en cuenta que, comparado con el primer trimestre de 2018, el SEC produjo casi un millón menos de ejemplares. De 3,68 millones en el primer trimestre de 2018 se pasó a 2,73 millones en este año. Si se lo compara con el primer trimestre de 2016 (cuando se habían producido 4,9 millones de ejemplares en soporte papel), el descenso es más brusco. Integrantes de la CAL señalaron que si el Estado hubiera seguido comprando libros como lo hizo hasta inicios de 2016, la caída acumulada en el sector no sería tan notoria. En 2019, el Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación

compró un 20% menos de libros de textos para estudiantes de escuelas primarias y secundarias”.

Indignación nos agarró al leer que un colega decía en una entrevista en *Ámbito Financiero* el 28 junio de 2018: “Por la economía, el sector editorial autogestivo está hecho mierda”. La nota está ilustrada con una foto del editor con un buzo tipo pijama, aparentemente sentado con un termo que aparece fuera de foco, el codo apoyado en la mesa y el puño cerrado sobre su mejilla derecha lo que hace que sus ojos en especial y su rostro en particular delaten una posible angustia, cansancio o bronca por la situación económica que estamos viviendo. La nota hace referencia a las obras del autor, a su trabajo como editor y al momento de crisis que todos padecemos. Indignación con el colega, no con la crisis. Igual lo queremos, no así a la crisis.

### ***Décima postal. El premio de imprimir en China***

El editor elegido como el mejor del año por la cámara de libros fue Guido Indij. Entonces vemos que en este último tiempo también cambió la forma de imprimir; se puede imprimir en China. Las imprentas de acá se fundirían. Es un tema que parece no importarles a la mayoría de editores, que incluso en tren de la precarización arman sus imprentas artesanales.

### ***Décimoprimera Postal. Librerías en casa***

Las librerías están vacías pero algo venden por Mercado Libre, las cadenas o sea las librerías de los shoppings están casi siempre llenas de gente, mucha compra con tarjeta, cuotas, libros para regalar.

Varias librerías tuvieron que cerrar, pero lo que cambió fue la forma de consumir, la gente compra todo por internet en las librerías *on line*. El consumo cayó entre un 20 y un 40%. El papel aumentó, las ventas bajaron. Crisis, crisis, crisis.

### ***Última postal. La No Crisis***

Ahora intentaré una suerte de síntesis o conclusión. Como veíamos en el punto I, las editoriales nacen de la crisis, la crisis

es constitutiva, fundante, determinante, intrínseca. ¿Esto quiere decir que no se puede salir del estado de crisis? No. Quiere decir que las editoriales que vieron la luz en un momento de emergencia económica, tienen los anticuerpos para capear las tormentas. Dichos proyectos tienen su estructura montada en circuitos alternativos: llámese ferias, librerías *online*, ventas directas y hasta exportaciones, cuando es posible: muchas veces las tiradas son a demanda y escasas veces hay empleades a les que pagarle salario más allá del de una misme que puede reducirse a cero y allí podemos empezar a discutir modos-de-vida.

¿Qué pasó en estos últimos cuatro años? La respuesta es rápida pero equivocada. Macrisis.

Nos interesa pensar que el 3 de junio de este año se cumplieron cuatro años desde la primera marcha de #NiUnaMenos. ¿Y eso qué tiene que ver con el sector editorial? Muchísimo. Sumado a que la situación de Latinoamérica también cambió y entonces surgen textos y más textos resistiendo el avance de los nuevos autoritarismos neoliberales, pensamiento crítico, izquierdas intelectuales que producen y hacen circular ideas, ensayos políticos, feministas, post feministas, economía política, incluso narrativa y poesía contemporánea pensando los cuerpos como campo de batalla, las cuerpoas, lo trans.

Se podría contra-argumentar que se escribe mucho pero no se puede imprimir, ni vender, ni re imprimir. Esto no es precisamente lo que percibió el visitante de la última FED (agosto de 2019). La feria no es una excepción, ya lo dice el título de este libro, *Estado de feria permanente*. Las editoriales independientes lo que hacemos no son únicamente ferias, las ventas en librerías van desde el 20% al 80% de la facturación anual, es que nuestro campo es muy amplio, por lo que sería oportuno responder a la pregunta ya postulada también: *¿Independiente de qué?* (López Winne y Malumián, 2016).

### ***Moraleja III, a modo de ficción***

Cuando se producía el surgimiento de la mayor cantidad de estas editoriales independientes, presentamos en el Primer Colo-

quio Argentino de Estudios del Libro y la Edición un trabajo que titulamos: “Un posible final para un certero inicio: acerca de los nuevos desafíos de las editoriales independientes” (Winik y Reck, 2012) ya que entendíamos que había cambiado la forma de “resistir” de las empresas publicadoras de libro. Hoy por hoy, cuando se conjugan una crisis terminal y una proliferación de catálogos de calidad, si pudiéramos a las editoriales en venta, como lo hace Leandro Erlich con el Malba, ¿quiénes serán las nuevas Paidós, Sudamericana, Emecé del Siglo XXI?



## LA EDICIÓN



## Capítulo 7

### **Derivas de las vanguardias en editoriales independientes: el catálogo como política de lectura**

VERÓNICA STEDILE LUNA

Según el informe de la Cámara Argentina del Libro correspondiente al año 2018, el 70% de los títulos registrados con ISBN fueron producidos por editoriales medianas y pequeñas, las llamadas independientes (CAL, 2018).<sup>1</sup> Claro que esto no es correlativo con el volumen de ventas, y por lo tanto tampoco con un impacto en la lectura. En primer lugar, porque es necesario advertir la elección de los lectores por editoriales extranjeras (sean grupos transnacionales o no); y en segundo lugar, porque una de las características de los últimos años fue la reducción de ejemplares impresos por título como estrategia de supervivencia que permitió a las pequeñas y medianas editoriales continuar con la planificación de novedades por año. Es decir, en muchos casos se mantuvo o incluso aumentó la cantidad de títulos publicados en un año, disminuyendo la cantidad de ejemplares impresos.<sup>2</sup> No obstante estas aclaraciones, el dato inicial nos invita a reflexionar sobre el efecto y la significación de lo que se publica desde estas editoriales. Una evidencia que salta a la vista de ese porcentaje es la confirmación de que hay un vínculo estrecho entre estas y la posibilidad de garantizar la bibliodiversidad. A partir de esa idea ampliamente aceptada tanto por editores como investigadores en la materia, es posible preguntarnos, entonces, el modo en que las editoriales independientes intervienen en los procesos de lectura, y en qué medida esa intervención constituye una política.

Se trata sin dudas de una cuestión amplia y ambiciosa que no podría ser abordada sin acotar la pregunta a algún caso en

---

1 No me detendré en la discusión acerca del término —excepto en lo que respecta a su articulación con la idea de “catálogo” que compete a este capítulo— ya que ese tema es abordado con profundidad por Daniel Badenes en el capítulo 1 de este libro.

2 Este diagnóstico general, en el cual no me detengo a dar números (cfr. informes de la CAL 2017 y 2018), no puede eludir algunas excepciones que son relevantes para los objetivos de este libro, como el crecimiento de la editorial Heckt cuyos últimos títulos sobre diversos aspectos del feminismo han aumentado las tiradas iniciales.

particular y delimitar el objeto. En este capítulo esa delimitación consiste en no referirnos centralmente a las editoriales –ya que eso implica variadas dimensiones en torno al libro– sino al catálogo como materialidad donde explorar las concepciones de cultura y literatura que las editoriales ponen en juego. Por este motivo es necesario indagar en la noción de “catálogo”, ya que aparece asociada de modo directo con la idea de edición independiente en dos sentidos –la mayoría de las veces superpuestos–: uno valorativo y organizador de definiciones; mientras el segundo alude a las figuras del mapa, el dispositivo o artefacto que contiene las decisiones del editor y sus propuestas estético-ideológicas. Ambos sentidos, complementarios, se articulan en torno a la idea de que el catálogo constituye un recorrido de lectura a partir de la conformación de un “fondo”, aspecto por el cual se distinguiría de la lógica de otras editoriales que buscan la rentabilidad en el recambio veloz de los *best-seller*. A los efectos de este capítulo, me interesa entonces poner en relación una idea problematizada de “catálogo” con el análisis de dos editoriales argentinas en particular: Mansalva y Caja Negra. Los catálogos de ambas editoriales ponen en contacto obras y manifestaciones de las vanguardias artístico-literarias con determinadas zonas de la literatura y el pensamiento contemporáneo. Un diálogo activo que construye los marcos donde cada libro es a su vez la resonancia de otro. Por lo tanto, ese contacto puede pensarse como una intervención en términos de política de lectura porque en la elección y selección de los modos de dialogar entre dos tiempos se expone no solo una forma de actualizar el pasado, sino también una discusión propia sobre el presente.<sup>3</sup> Una política de lectura que expone modos de heredar e inventar.<sup>4</sup>

---

3 Esta perspectiva se vincula con la idea williamsiana de “tradicción selectiva” en *La larga revolución* (2003 [1961]) y *Marxismo y Literatura* (2000 [1977]). Si bien no estamos pensando los catálogos en términos de tradición, me interesa destacar el matiz de presente que Williams le da a esta noción como resultado de las operaciones que se ejercen sobre el pasado.

4 Si bien tomo estas dos editoriales porque me interesa pensar cómo la idea de vanguardia (muchas veces recortada exclusivamente sobre la imagen que nos dejó el surrealismo) sigue retornando tanto como se la ha buscado suprimir, podría adoptarse una perspectiva similar –tomando otros núcleos y otros diálogos–

## El catálogo como reversión de la obra

La noción de catálogo es modulada, a su vez, por dos grandes líneas de indagación que en muchas oportunidades se conectan y de cuyos puntos de intersección haremos uso; me refiero a la perspectiva de las artes visuales e investigaciones sobre las prácticas de la exposición, montaje y curaduría en museos, y a la investigación editorial.

Natalia Silberleib define al catálogo de arte como “objeto editorial y ‘espacio expositivo’ diferente al de la muestra que representa” (1).<sup>5</sup> Mientras la acepción que propone el Diccionario de la Real Academia Española enfatiza en la idea de “orden”, Silberleib sugiere que se trata de una “zona indecisa entre el adentro y el afuera, sin un límite riguroso ni hacia el interior (el texto) ni hacia el exterior (el discurso del mundo sobre el texto)” (3). En ese sentido, el catálogo de arte sería un “paratexto” que propone una relación diferencial entre aquello que muestra y lo que la exposición representa. Me interesa especialmente esta observación ya que advierte una condición suplementaria del catálogo como objeto de conjunto que no es homologable ni mimética a la suma de obras de las que se propone dar cuenta. Así, este “construye su propio mundo”, porque “versiona la muestra, a la que convierte en posesión individual y a los objetos únicos los despoja de su unicidad” (6).

La diferencia entre el catálogo de arte y el de una editorial es evidente; mientras el primero es pensado como un género edito-

---

en otras editoriales. Por ejemplo, el modo en que la editorial Mil Botellas recuperó una genealogía de narradores argentinos vinculados al realismo que pone en diálogo con la narrativa contemporánea; la apuesta de la editorial Las Cuarenta por construir un catálogo de filosofía donde “la singularidad de la verdad foránea nos enriquece para entender que desde aquí debemos pensar un mundo distinto”, cruzando autores como Georges Bataille, Theodor Adorno, Giorgio Agamben, Walter Benjamin con Ricardo Maliandi, Enrique Dussel, Rodolfo Kush, Carlos Cullen, entre otros. Otro ejemplo es la editorial Iván Rosado, que en los últimos años ha comenzado a publicar pequeños ensayos recuperando historias perdidas del arte argentino y principalmente litoraleño, mientras continúa apostando por la edición de nuevos (y en muchos casos también jóvenes) poetas.

<sup>5</sup> Se trata de un texto publicado en la red de museos de Buenos Aires, sin fecha y números de página, disponible en <https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/catalogocuratorial-silberleib.pdf>. Para facilitar la referencia se indica el número de página del documento online.

rial,<sup>6</sup> en el segundo caso la noción alude no solo al material de distribución y presentación donde una editora muestra sus títulos publicados, sino al conjunto de libros que la conforman y por lo tanto parece sinónimo de la expresión “fondo editorial”. De este modo, la idea del “catálogo” se configura como constitutiva de la edición.<sup>7</sup> Pero este aspecto no exige al término de la necesidad de indagación, ya que como advertimos antes, no siempre se utiliza para aludir a un mismo problema o caracterización el quehacer editorial. Hay dos variables de sentido, implícitas algunas veces, en las que me interesa reparar porque una de ellas se conecta con los efectos posibles de ese objeto de exposición que propone Silberleib y nos permite pensar las políticas de lectura como intervenciones no reductibles a un libro en particular sino como efecto de un conjunto que inventa un espacio nuevo antes que representar algo anterior.

La primera de esas variables es la que adjudica a la idea de catálogo un matiz valorativo por el cual se vuelve un rasgo distintivo de las editoriales independientes con respecto a otras prácticas de publicación. Según editores y especialistas en el mundo editorial, el catálogo aparece asociado al *long-seller* por oposición al *best-seller* y el libro a demanda que no crean “fondo editorial”. Víctor Malumián, en este mismo libro, parte de una idea de catálogo como “marca del editor o la editora” para

---

6 Cfr. de la misma autora, “Catálogos de arte: la gestión editorial de los museos”, en [https://gestioncultural.fandom.com/wiki/Cat%C3%A1logos\\_de\\_arte:\\_la\\_gesti%C3%B3n\\_editorial\\_de\\_los\\_museos](https://gestioncultural.fandom.com/wiki/Cat%C3%A1logos_de_arte:_la_gesti%C3%B3n_editorial_de_los_museos) (Consultado el 6 de octubre de 2019).

7 En efecto, cuando se habla de “descatalogar” un libro se alude no solo a que ya no estará disponible, sino que además la editorial no responde por él, ni lo considera parte de un diálogo activo con el resto de los títulos de la editorial. En torno a este tema, desde fines del 2017 se produjeron algunos debates en relación con los escraches por abusos y otro tipo de violencias de género por parte de escritores varones; ante esto, muchas editoriales se preguntaron qué hacer con los libros, si correspondía seguir difundirlos, si debían descatalogarlos o tomar una posición con respecto al autor pero no su producción literaria. Si bien se trata de una cuestión muy reciente, sobre la cual aún no se han producido reflexiones sistematizadas y con mayor toma de distancia, me interesa señalarla porque el debate se suscitó en el espacio de las editoriales independientes, con lo cual se abre una puerta más para pensar el modo en que estas conciben al catálogo como una intervención ideológica, cultural y política donde se involucran diversos factores que trascienden al objeto libro.

definir los límites de la FED (Feria de Editores) que organizan desde el año 2012:

Si entendemos el catálogo como un recorrido de lecturas, y entendemos que la FED agrupa a las editoriales que entienden el catálogo de esta forma, entonces, se desprende de forma natural que no podrá aceptar autores autopublicados, tampoco puede aceptar editoriales que tienen un porcentaje mayoritario de su catálogo pagado por los mismos autores. (262)

Asimismo, Adriana Astutti y Sandra Contreras articularon, en 2001, la idea de bibliodiversidad y calidad con la de “catálogo”, recuperando una afirmación de Jorge Herralde:

La función de las editoriales independientes aparece, en principio, como la de garantizar la diversidad: no sólo la de asegurar un espacio para la expresión de las producciones “locales” –que escapan al perfil de los productos “internacionales”– sino también la de abrir –o preservar– un espacio para la pluralidad de las manifestaciones culturales –que escapan a la estandarización que requiere un imperativo exclusiva o prioritariamente comercial. Garantía de diversidad que a su vez se traduce –o que todo hace pensar que debería traducirse– en garantía de calidad en tanto que, “vocacionalmente cultural”, como lo ha apuntado Jorge Herralde (Anagrama), una editorial independiente tiene como objetivo principal el “crear catálogo”. (2001:768)

Las entonces editoras de Beatriz Viterbo y profesoras de literatura argentina en la UNR redefinieron ese gesto de abrir espacios como una “forma de cavar intersticios o vías de fuga

en la maquinaria de la industria cultural” (773). Se trataría entonces de una “mircopolítica de espacios transversales” capaces de hacer fallar esa maquinaria. Es por este motivo que Astutti y Contreras insistían, en el mismo camino que López Winne y Malumián diez años después con la publicación de *Independientes, ¿de qué?* (2016),<sup>8</sup> en que la mera autodenominación de “independiente” o el hecho de ser “pequeña” no define el valor de una editorial (769), sino que es el catálogo el que “no miente” (769). Es decir que hasta acá podríamos hacer el siguiente razonamiento: el catálogo no es una noción exclusiva de las editoriales independientes, pero el valor de una editorial independiente está dado por su catálogo. Y en muchas ocasiones, lo que se le reclama a los grandes holdings editoriales, desde la publicación de *La edición sin editores* (Schiffrin, 2000) es que no tengan un fondo, o que sus libros no sean libros vivos, sino productos intercambiables por las lógicas de un mercado cada vez más exigente en los ritmos de ventas y los espacios físicos cada vez más reducidos para almacenar stocks. Damián Tabarovsky propuso una cadena casi sinonímica entre catálogo, long-seller y fondo, donde sobrevuela implícitamente el sentido de “calidad”; así comentaba el libro de Schiffrin como el relato de

un viejo editor que ve desaparecer su *modus operandi*, es decir, el escritorio tapado de originales, haciendo su trabajo básico: leer. (...) Y publicando libros que, bajo la utopía nunca o casi nunca cumplida del best seller, aspiraban en verdad al long seller, a la formación de un catálogo, de

---

<sup>8</sup> “No se debe entender el desinterés en la salud económica de una editorial como gesto de independencia. Muchas veces se confunde la escasez de recursos con cierto sentimiento de independencia. Elegir una traducción porque no paga derechos, de un libro que solo tiene valor por la cantidad de ejemplares que puede llegar a vender, e imprimirlo con una mala encuadernación y peor papel, puede ser la estrategia de una editorial con pocos recursos, pero eso no la convierte en independiente. No marca una búsqueda, con su catálogo, de una propuesta superradora.” (López Winne y Malumián, 2016: 8)

un fondo editorial como activo económico de una editorial. (2018: 63-64)

También Carlos Gazzera ha abordado la centralidad del catálogo de una editorial, ya que es en él donde “se puede leer la trama de relaciones que un sello establece con sus lectores” (2016: 42). Con esta afirmación abre la puerta que nos conduce a la segunda variable de los sentidos que se traman en torno a esta palabra, ya no como condensadora de un criterio de valoración, sino como “sistema” que corresponde a la invención de los editores, donde este opera a la vez como un proceso de selección que amplifica el poder de un libro (Bhaskar, 2014) y como exposición de un conjunto que abre el diálogo más allá de un libro en particular. Gazzera lo denomina “mapa genético” de una editorial, pero paradójicamente esta génesis no es un registro del pasado sino que marca una “arqueología futura” (2016: 44), ya que, según el editor de EDUVIM, un catálogo editorial buscaría imaginar cuál será el pasado del futuro y por tanto rescatarlo, es decir, también inventarlo, buscar que suceda.

En consonancia con esta perspectiva temporal, Marilina Winik y Natalia Ortiz, en este mismo volumen, se refieren al catálogo como un juego de temporalidades y contextos; pero más que de “sistema”, hablan de una composición que les permite desplegar la imaginación política: “para nosotras, armar un catálogo es como armar un disco (sabemos que muchxs ya no saben que ese dispositivo técnico existió), donde cada tema abre, continúa o cierra líneas sonoras que lo anteceden o suceden. Cada tema es una mínima variación en relación al disco pero también en relación al mundo, cada tema es una promesa y una transformación, una apuesta y un acontecimiento” (216). La idea de que el catálogo es una trama que excede a cada título y que ese excedente no se repone con la suma de las partes sino por aquello que pone de manifiesto de modo particular como conjunto es compartida por varios editores. Eduardo Rabasa, editor de Sexto Piso, afirma que “una cosa es publicar buenos libros y otra muy distinta es publicar buenos libros que hagan sentido en un

catálogo” (citado en *Independientes, ¿de qué?* 19-20). También López Winne y Malumián hacen énfasis en el carácter curatorial del editor y su capacidad para mostrar un mensaje:

Una editorial independiente debe proponer un catálogo claro, que muestre una búsqueda detrás cada idea de colección. El catálogo es la voz del editor y debe expresar una mirada sobre el mundo al momento de curarlo y decidir qué títulos son ajenos y cuáles propios. Como dice Zaid, “solo en una mesa bien organizada puede notarse que hay un invitado que no corresponde, que debería estar en otra mesa”. (2016:15)

Estos últimos aspectos son los que nos permiten conectar la tarea editorial con algunos de los rasgos que señala Natalia Silberleib para el catálogo de arte, ya que dan cuenta de un sentido diferencial en el conjunto respecto de los elementos que lo integran. En ese sentido, el catálogo no es solo el espacio que permite evaluar y por tanto valorar a una editorial, ya que, como señalan varios de los trabajos que integran este volumen, el catálogo es uno de los rasgos de las editoriales independientes pero no debería disociarse de los modos en que cuerpos y libros construyen espacios de lo común, es decir, inventan comunidades, lazos y formas de intercambio que tensionan las lógicas del mercado.<sup>9</sup> Me interesa, por tanto, atender más específicamente a cuál es la intervención que los catálogos constituyen —como esa segunda historia que se cuenta sin narrarla en una ficción—,

<sup>9</sup> Para sopesar estas formas de definir “lo independiente” —para algunos editores e investigadores basado en el valor de un catálogo y para otros en la construcción de una sociabilidad como resistencia al régimen del capital— sería interesante explorar aquellas editoriales —o tal vez sea mejor llamarlos “proyectos editoriales”— que trabajan en el cruce de la intervención artística, la edición, y las prácticas de archivo. Me refiero a pequeños proyectos donde el catálogo está no solo relacionado con las formas de sociabilidad de la editorial, sino que estas son su condición de existencia (por ejemplo, el proyecto de Daniel Zelko con Ediciones Urgentes, de Marie Audran con La Liebre Dorada y la construcción de *otro-del-libro* al incorporar un fanzine colectivo con la producción de quienes asisten a la lectura de los libros de la editorial, la de algunos de los títulos de la Oficina Perambulante (analizada en este mismo libro por Conde y Hafter), entre otros.

especificar qué relaciones establecen con su propio tiempo y con una concepción política de la cultura. La articulación de estos factores es la que se condensa en una política de lectura.<sup>10</sup>

Así, es posible pensar en el catálogo como una reversión de la obra, una forma de proponer un diálogo que es tanto el de la obra por sí sola como la transformación y los énfasis que se resaltan en el contacto con los otros títulos que la acompañan. No se trata tampoco de creer que el catálogo es la obra propia del editor que se erige en Editor Rey, como denomina Damián Tabarovsky al fenómeno de retorno del sujeto (en su variable emprendedorista) con el crecimiento del neoliberalismo.<sup>11</sup> Se trata, en todo caso, de seguir apuntalando una noción que nos permita comprender, en parte, esas tramas de la lectura que no alcanzan a explicarse por las instituciones, actores y factores reconocibles en el proceso de creación y circulación de un libro, ya que son tramas afectadas por el poder de la literatura y el pensamiento: emanciparse de las intenciones de los sujetos, interrogar lo mismo que se afirma y decir cosas diferentes en los pliegues de lo que se manifiesta es lo que hace la escritura muchas veces; ¿por qué no leerlo en los pliegues menos explicitados que vinculan a un libro con otro? El catálogo es un montaje que excede tanto a la obra única y su autor o autora como al criterio del editor. Ese exceso, que no encontraremos expresado en nin-

---

10 Las editoriales hacen el ejercicio de poner eso en palabras cuando organizan sus títulos en el catálogo impreso o digital con el que se presentan en las diversas ferias de libro. Marea editorial (sin año). Ampersand. Catálogo 2017. Ínsula editora. Tiradas limitadas, textos insólitos, editora nómada, librería errática. Catálogo N°1 Primavera 2017. Adriana Hidalgo Editora. Catálogo 2014. Editorial Traficantes de sueños. Catálogo 2016. Gourmet Musical ediciones. Catálogo 2016. Barba de Abejas. Catálogo #13, agosto 2017. Walden (sin año). Caja Negra. Catálogo 2018. La coop. Colectivo de editoriales independientes. Catálogo 2018.

11 El editor rey es, según Tabarovsky, el que cree que el catálogo es su obra y cada libro un capítulo de su novela en construcción. Más allá de esta perspectiva, que sería discutible y podría matizarse o repensar con algunas complejidades de los modos de hacer, me interesa que aparece ligada a ciertos imperativos simbólicos-económicos del neoliberalismo: “Todos estos años de neoliberalismo dieron como resultado, entre muchos otros aspectos, una vuelta al sujeto, y de allí al autor, al auge de la biografía como género comercial (¿a quién le importa la vida de escritor?) y de allí, otro paso, a la figura del editor independiente, al Editor Rey. Los grandes holdings multinacionales son impensables sin el neoliberalismo. El auge de la edición independiente, también.”

guna contratapa, entrevista, presentación editorial, es el resto abierto, no clausurado que contiene las “arqueologías futuras” de las que habla Gazzera.

### **Derivas y zonas**

Una de las escenas más comentadas del surrealismo es la que señala el escándalo lógico de la mesa de disección donde se juntan una máquina de coser y un paraguas. La serie de lo imposible. Foucault hará una lectura similar sobre Borges y la monstruosidad de su Enciclopedia China, aquella que clasificaba los animales en “a) pertenecientes al emperador, b) embalsamados, c) amaestrados, d) lechones, e) sirenas, f) fabulosos, g) perros sueltos, h) incluidos en esta clasificación, i) que se agitan como locos, j) innumerables”, y así. El caos no sería lo propio de las cosas sino el espacio que las reúne, donde lo común es la ruina de una jerarquía. Dos escenas de la yuxtaposición inapropiada tienen a la mesa y al libro como soportes delirados. La mesa y el libro, territorio de las editoriales si los hay, mesa de trabajo, mesa de feria. Tal vez ese espacio en ruinas y arruinado en su pretensión de elocuencia y unicidad sea el de nuestros criterios de selección cuando componemos un catálogo. Ruinas que en su propio contacto producen la forma de un diálogo diferente.

Los catálogos de Mansalva y Caja Negra son considerados muchas veces como espacios definidos, con un carácter reconocible, tanto desde lo visual como en la selección de títulos publicados. El arte de tapa de Javier Barilaro, en el primer caso, logró imponerse como estética más allá de un criterio del “gusto” entre sus lectores, combinando un uso particular de las fotografías con una intervención tipográfica demodé, kisch y saturada de colores; Caja Negra se destaca en los últimos años por su colección Futuros Próximos que mantiene un mismo criterio visual y de maquetación de interiores, así como también se distingue por la continuidad que han logrado entre tapas que recuperan una estética propia del texto en cuestión (el dios sin cabeza en la portada de la revista *Acéphale*, la tipografía y diagrama de *Viridis Candela*. *Cahiers du Collège de Pataphysique*

en el libro sobre la ‘Patafísica, el afiche callejero de principios de siglo XX en *Maintenant* del poeta y boxeador Arthur Cravan), y que reenvían rápidamente a la impronta visual de la editorial a pesar de no tener ni una grilla fija, ni una tipo característica.<sup>12</sup> En cuanto a los títulos, tanto Caja Negra como Mansalva han marcado un rumbo claro en cada caso, proponiendo distintos cruces entre arte y literatura, y con modos de intervención muy específicos en las agendas político-culturales contemporáneas. Lo que me interesa destacar, en cambio, más que la elocuencia de ese rumbo es el modo en que esta se hace también con lo que parece raro, desactualizado, disonante en él, que se vincula en ambos casos con los modos de apropiarse del pasado, de momentos del pasado de donde se rescatan escenas de la vanguardia.

A diferencia de Caja Negra, Mansalva no cuenta con una presentación de sí misma ni de las colecciones (Poesía y Ficción Latinoamericana, Campo Real, El Eslabón Perdido, y Colección de Arte Popular), aspecto que en sí mismo puede considerarse una concepción sobre los modos de estar en el mundo que proponen los libros; sin embargo, la búsqueda por una estética experimental, que Francisco Garamona define interesada en los “clásicos contemporáneos” es bien particular, ya que la lista de nombres que acompañan a ese sintagma da una idea acerca de qué tipo de clásico está hablando el editor y cuál es el espesor de contemporaneidad que dialoga con otros autores del catálogo. Se refiere a “los [autores con los] cuales nos formamos: César Aira, Bizzio, Laiseca, Libertella, Néstor Sánchez y tantos más”<sup>13</sup>; un recorte particular de estilos bien diversos pero iden-

---

12 Ejemplos de editoriales que trabajan las portadas con grilla definida serían Eterna Cadencia, Entropía, Mardulce, Nudista, la colección de narrativa de Club Hem, la misma Mansalva que emplea siempre fotografías u obras plásticas a portada completa.

13 Entrevista disponible en <https://noticias.perfil.com/2016/08/21/el-editor-preferido/> (Sitio consultado el 5 de octubre de 2019). Otra serie similar, que reordena la historia de la literatura, es la que propuso Fabián Casas en torno a Gombrowicz, “Gombro es el iniciador en nuestro país de una vanguardia que se ríe. Un movimiento que empieza con él y atraviesa la obra de Osvaldo Lamborghini, Ricardo Zelarayán, Hebe Uhart y culmina, por ahora, en César Aira. Este último ha creado involuntariamente un montón de escrituras que lo copian. Es decir, spam.”.

tificables con momentos donde la literatura argentina produjo giros en sus posibilidades de invención narrativa. A diferencia de figuras como las de Roberto Arlt, Manuel Puig, Borges, Saer, Silvina Ocampo o Walsh, a quienes raramente se les negaría el sentido de “clásicos contemporáneos” más allá de las afinidades electivas, la secuencia que propone Garamona es una disputa por la definición del término, ya que no serían pocos y pocas quienes estarían dispuestas a polemizar con esa serie.

Este modo de definir lo “clásico contemporáneo” está relacionado con la convivencia, en su catálogo, de poetas vinculadas a la generación del ‘90 y cierta estética de la “transparencia”,<sup>14</sup> la preeminencia de estéticas neo-barrocas y contraculturales de los años 80 y retazos de las experiencias sesentistas en libros como los de Oscar Massota, Marta Minujín y remembranzas de Roberto Jacoby. Entre lo pop y el barroco, o como plantea el mismo Garamona sobre su propia búsqueda - “creo que mi poesía es realista, o un poco surrealista. Me gusta más la poesía de la imaginación que la de la descripción de lo cotidiano; si bien mis poemas son narrativos, me gusta la fuga hacia lo otro” -<sup>15</sup> el catálogo de Mansalva propone un diálogo entre líneas no siempre convergentes de la literatura argentina y latinoamericana. En otra de las entrevistas, el editor comenta cuáles fueron los libros iniciales de Mansalva, entre los que incluye obras relevantes de las vanguardias históricas que resultan disonantes en relación con otros títulos de la editorial, pero tal vez por esa misma estridencia o “tajo” como lo llama Garamona, o por el modo en que resuena en otros títulos, conforman la impronta reconocible del catálogo:

Decía Héctor Libertella que el catálogo es un dibujo que va haciendo el editor. Una línea que sigue otra línea. Vos bajás una posibilidad de lectura más, un libro es como un tajo que se hace. Y

---

14 Para una ampliación del término, cfr. Moscardi (2016).

15 <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-9836-2014-06-29.html> (Sitio consultado el 5 de octubre de 2019).

lo que yo quise hacer con la editorial Mansalva fue publicar a los autores que a mí me gusta leer, con los que yo crecí como lector y de toda esa mezcla es el gusto Mansalva, como si fuera un helado. Colautti era un autor fundamental que no lo conocía nadie. Y después cosas más actuales, como los cuentos de Fabio Kacero. *La casa de cartón* de Martín Adán, que es un libro fundamental de la literatura latinoamericana y acá no se conocía, o las novelitas geniales de Huidobro con Hans Arp, Juan Emar, Gerardo Deniz, que es un poeta mexicano que me encanta y tampoco se conocía.

*La casa de cartón* es la novela de vanguardia del poeta peruano Martín Adán, escrita a sus 19 años durante la década del veinte, y emparentada, según César Moro con “*Hebdomeros*, de Giorgio de Chirico o *Najdja* de André Breton, por la singularidad de sus universos oníricos”.<sup>16</sup> Vicente Huidobro y Hans Arp son la dupla chileno-francesa conocida por su participación en los movimientos de vanguardia de principios del siglo XX. En esa línea podríamos incluir el libro de Raymond Roussel, *Mis impresiones de África*, leído por los principales referentes de las vanguardias -Marcel Duchamp, Leonora Carrington, André Breton, Juan Esteban Facio, Jean Cocteau-; John Ashbery lo describió como “una contraseña de iniciados que se proyecta en el porvenir”, ya que “el surrealismo, los patafísicos, el OuLiPo y casi todas las vanguardias del siglo XX y las futuras están y estarán asociadas a su mítico nombre”. La pregunta es entonces cómo dialogan estas propuestas con la poesía de Fernanda Laguna, las novelas de Dalia Rossetti (seudónimo de Laguna), la poesía de Cecilia Pavón, Mariano Blatt, Daniel Durand, entre otras poetisas que parecen buscar suprimir al máximo la marca del procedimiento (todo lo contrario de la vanguardia y la ima-

---

16 Para saber más sobre la rareza de esta novela en el contexto de las vanguardias latinoamericanas, cfr. la tesis de Matías Di Benedetto (2018).

ginación exuberante que hacía de la exhibición de esas marcas una meta-política estética). Una respuesta posible nos la ofrece uno de los autores de la editorial, Claudio Iglesias en una muestra realizada en OSDE en 2017. Junto a Santiago Villanueva habían montado una muestra dedicada al arte surrealista, y se refirieron al movimiento como un “espíritu barrial y kitsch” (2017:7-12) que alcanza, según ambos críticos a la pintura lírica de la década del 90. Negando cualquier postura de sofisticada transgresión o hermetismo, lo describían como un movimiento ingenuo, que prefiere callar cuando los mayores hablan de cosas importantes, que a su vez ostenta una accesibilidad infinita al hacer artístico: *sea artista por un día, sea surrealista*, podríamos decir continuando la retórica kitsch propuesta por Villanueva e Iglesias. Este diálogo entre distintas líneas de exploración y tiempos pone en acto uno de los sueños de la vanguardia al establecer los contactos necesarios entre la contracultura de los años 80 y la poética fanzinerana -accesibilidad infinita a la escritura y autoedición si las hay- en un mismo catálogo. Esa apropiación anacrónica del proyecto de la vanguardia es una política de lectura en tanto despliega un modo de vincularse con la cultura donde esta es menos una biblioteca de consulta que una materia sobre la cual se trabaja y a la que se modela.

En *Fantasma de la vanguardia*, Damián Tabarovsky se preguntaba “¿cómo volver a plantear la pregunta por la vanguardia? ¿La pregunta por aquello que no nos pertenece?” (2018: 10). El autor no limita la idea de vanguardia a un momento ceñido a los años veinte o los sesenta del siglo XX sino un período amplio: “Ocurrió en una época, en algún soplo entre Flaubert y Baudelaire, y *Autorretrato en espejo convexo*, de Ashbery” (9). En esos largos años que van de fines del siglo XIX a 1975 (año de publicación del título de Ashbery), el arte se aproximó a la experiencia de un cambio radical. Ese tiempo extenso, hecho de rayos y soplos según Tabarovsky, nos remonta al inicio de este apartado, a pensar los catálogos como ruina de las elocuencias y las jerarquías. El escritor y editor afirma que “el arte de la literatura es también y sobre todo el arte de hablar de un modo

imposible con el fantasma” (11) y que el fantasma es la ambigüedad de la ruina: “la retirada del fantasma llama a las huellas y las huellas a las ruinas” (11-12). Una política de lectura propone, en relación con las vanguardias, modos de hablar con un pasado elegido, construido para iluminar zonas del presente. Tomemos prestada la figura del Caballo de Troya y su sombra como imagen de ese diálogo:

En *Nueva escritura en América Latina*, publicado hace casi cuarenta años, Libertella da pistas de cómo pensar la vanguardia en el momento mismo en que se estaba convirtiendo en fantasma: “Se sugiere un doble movimiento al interior de la vanguardia, o la posibilidad de dos vanguardias coexistentes: una que, apoyada en cierto aparato teórico, alimenta la fantasía de una “evolución” crítica (la vanguardia de pasos sucesivos), y su sombra, en otra escena, que simula operar en el cuerpo social como escondida en un Caballo de Troya, que mientras espera el momento ilusorio de estallar (...) invierte a largo plazo indiferente al mecanismo de las pérdidas o las ganancias”. Esa coexistencia de dos vanguardias ya no existe más. (...) Pero queda sí esa otra escena – su sombra – como estrategia posible, aunque debilitada por un tiempo, el nuestro, que llama a la visibilidad total, al emprendedorismo, al *mainstream* como horizonte insuperable para la literatura contemporánea. (20-21)

Este último aspecto tal vez sea uno de los más explorados por el catálogo de Caja Negra, cuyos títulos participan de una disputa clara por entender las formas en que el capitalismo se ha apropiado no solo de nuestras producciones y las finanzas, sino también de los modos de imaginar el futuro e impartir valores anímicos. El nombre de la editorial pone en el centro un

dispositivo de lectura frente a la idea de catástrofe: la caja negra de un avión contiene las claves de lectura si fuera necesario indagar qué ha sucedido. Entre la búsqueda de nuevas perspectivas para los problemas contemporáneos y el rechazo a la idea de “innovación” –que los editores, Ezequiel Fanego y Diego Esteras, vinculan al capitalismo como creador de novedades indistinguibles– la editorial plantea que las disputas actuales no son por la historia, sino por el futuro, por predecirlo e imponerlo antes de que suceda: “En este momento en el que cada vez hay más discursos más fuertes sobre la idea de la predictibilidad de nuestro comportamiento, la improvisación y lo espontáneo se mantienen como un espacio de resistencia”, afirma Ezequiel Fanego.<sup>17</sup> Desde ese lugar retoman momentos del pasado entendiendo que cada vez que “se tomó una decisión política o hubo un acontecimiento importante, su contraparte o aquello que pudo haber pasado y no fue”, no es una posibilidad negada sino que persiste como posibilidad.

En el año 2018 Caja Negra se presentaba como “un recorrido propio por el campo del ensayo y la ficción”, que promueve “la coexistencia de materiales heterogéneos y conexiones sutiles y provechosas al interior de su catálogo”.<sup>18</sup> ¿Cuáles son esas conexiones sutiles? En parte adelantamos el diálogo entre arte, literatura y política como un problema en torno a las disputas por el futuro pero que recupera experiencias del pasado, contrastadas con problemas contemporáneos. Si bien es Futuros próximos la colección que mejor encarna esa respuesta, muchas de las discusiones teórico-filosóficas que allí se exponen

---

17 Amplió la idea con una cita más extensa de la entrevista que me parece significativa: “En este momento la batalla hegemónica que en otro momento se dio más fuerte respecto a la historia y el poder, o sea que quienes tenían el poder tenían la capacidad de reescribir la historia y silenciar e invisibilizar una o varias historias personales; en el último tiempo muchas de esas batallas se están dando sobre el futuro, sobre la capacidad de predecir y determinar el futuro. Como vos decís, mucha de la tecnología y el conocimiento contemporáneos están orientados al procesamiento y obtención de datos como una materia prima a partir de la cual predeterminar y direccionar el futuro, nuestros comportamientos”. Nota disponible en <https://cajanegraeditora.com.ar/blog/entrevista-a-ezequiel-fanego-editor-de-caja-negra/>

18 Catálogo impreso 2018.

pueden tensarse con los títulos publicados en Numancia, colección definida de modo general por lo editores como esbozo de una “tradición heterodoxa”. En esa tradición tienen especial relevancia experiencias que han rozado algo de ese largo tiempo de las vanguardias (OULIPO, la ‘Patafísica, Georges Bataille y *Ácephale*, Fluxus, Arthur Cravan y *Maintenant*, los ensayos de María Negroni), y textos que dialogan con la noción de contra-cultura (Burroughs, Keroauc, Baigorria). A partir de estas líneas es posible preguntarnos cuáles son las sutilezas de esos libros que tensionan un diálogo con las otras colecciones, ¿sobre qué conversarían, en todo caso?; por otro lado, así como advertimos en torno a Mansalva una actualización de los sueños de la vanguardia en la poesía más reciente asociada una estética de la transparencia como puesta en acto de la accesibilidad total a la escritura, tal vez deberíamos preguntarnos si en la colección Numancia no están las claves de la imaginación política que pretende encontrar la línea de discusión de autores como Boris Groys, Martha Rosler, Hito Steyrel, Sara Ahmed en *Futuros Próximos*.

Tomemos como pista el inicio de la editorial. Uno de los primeros libros de Caja Negra fue la compilación de artículos de la revista *Acéphale* dirigida por Georges Bataille. Aunque Fanego y Esteras señalan una veta de oportunidad comercial con ese título,<sup>19</sup> es notable que condensa parte del espíritu que definiría a la editorial: la crítica a la centralidad de hombre como principio de la noción de “sujeto”, el desparpajo de las vanguardias en sus modos de vincularlo todo con todo -política, economía, arte y escritura- produciendo un desborde en los órdenes de la razón, la imaginación de una comunidad sin cabeza, es decir sin principio rector que la organice previamente acorde a un fin definido en otra parte y que debe cumplirse, el pensamiento social desde sus “partes malditas” -el arte, el sexo, el gasto, la literatura-,

---

19 “Al hablar de su primer título [los editores de Caja Negra] comentan que Georges Bataille estaba siendo analizado en revistas especializadas, el sector estaba ávido de su lectura, en los principales mercados de habla hispana como España y México no estaba siendo publicado. Ese factor jugó como decisor para impulsar su publicación” (López Winne y Malumián, 2016:44)

todos estos rasgos que atraviesan *Acéphale*, pero especialmente a Bataille, la figura que interesaba a Caja Negra publicar, son actualizados por otros títulos de la editorial. El ejemplo más claro sería *Textos reunidos* de Oscar del Barco, uno de los primeros lectores de Bataille en Argentina, que se atrevió a pensar en los alcances de lo post-humano cuando aún la idea de “hombre” era la fuerza gravitante de todos los debates; pero también las preguntas de Boris Groys sobre el lugar de la vanguardia en la dinámica del arte contemporáneo, el cuestionamiento de Sara Ahmed sobre las “promesas de felicidad”, el imperativo del bienestar como administración de la vida en todos los órdenes. En suma, mucho de lo que hoy estamos discutiendo —el modo en que el neoliberalismo nos hace calcular la existencia como si todo fuera parte de un mercado, la producción interminable de novedades que se autodestruyen entre sí, la homogeneización del deseo en términos de bienestar y superación— tiene, entre muchos otros, un antecedente de pensamiento fundamental en *La noción de gasto*, de Georges Bataille, cuando en la década del 30 advirtió que el fin de la economía y la producción no eran la conservación de la especie sino el gasto o la pérdida, que en las sociedades capitalistas es monopolizado por un solo sector, que se lo ha apropiado a los fines del cálculo.

De manera similar podríamos pensar la relación entre los ensayos que propone Caja Negra sobre los modos de circulación y producción del arte con esa revista casi fanzinesca que fue *Maintenant*, dirigida y escrita completamente por Cravan — y sus otros seudónimos — entre 1912 y 1915, donde armó escándalos con Guillaume Apollinaire, André Gide, injurió a los artistas del “Salón de los independientes” y se proclamó contra el arte casi al mismo tiempo que *Dadá*. Según Mariano Dupont (2010), Cravan fue tan vanguardista como anti-vanguardista; distante de Duchamp, retomado por André Breton, su escritura —pero sobre todo su modo de *hacer escritura*— fue parte de los mitos de principios del siglo XX.

Si el catálogo permite “deducir las lógicas aplicadas en el seno de la edición independiente crítica”, a partir de la dinámi-

ca de las colecciones, los géneros publicados y la identidad de los autores, como ha señalado Sophie Noël (2018:89), podemos pensar entre ellas, la de una política de lectura, que en nuestro caso consiste en un modo particular de poner a dialogar modos de vida y problemas del presente con los momentos en que arte, literatura y política buscaron el borde radical de rechazo y transformación de lo existente.



## Capítulo 8

### Hacia una categoría de edición-arte

JOAQUÍN CONDE Y LEA HAFTER

Plantear una categoría de edición-arte para pensar ciertos proyectos editoriales en particular supone una serie de desafíos teóricos cuyo tratamiento difícilmente pueda agotarse en la extensión de este capítulo, ni aun de todo un volumen. No obstante, vale la pena proponer al menos un esbozo de esta categoría desde la teoría editorial misma, en especial en el contexto de la llamada edición independiente de Argentina en los últimos veinte años. Como se vio en la primera parte de este libro, durante ese período surgieron numerosos proyectos editoriales que, en palabras de Botto, participan de una lógica “de 'desborde' de lo específicamente literario” (2014: 263)<sup>1</sup>. Editoriales tan diferentes entre sí como Eloísa Cartonera, Barba de Abejas, Club Hem (en particular su colección Ojo de Tormenta) o Desde un tacho Ediciones representan propuestas artísticas en torno a la edición, no tanto (o no sólo) por sus catálogos sino más bien por los *modelos*<sup>2</sup> editoriales que estos exponen, modelos con un fuerte componente creativo y que desarrollan gestos artísticos en diferentes momentos del proceso editorial, desde la conformación del catálogo (*filtrado*) y el diseño y la producción del soporte (*marcos*), hasta la difusión, distribución y venta de sus obras (*amplificación*).

Importantes aproximaciones se han hecho ya a estos temas desde algunos de los principales trabajos sobre la edición en Argentina, casi siempre desde una perspectiva sociológica que resulta indispensable para entender la edición como fenómeno social en su contexto, aunque no colma las posibilidades de in-

1 Esta expresión nos parece especialmente interesante en tanto podría habilitar la lectura que presupone que existe cierta especificidad literaria por fuera de los dispositivos editoriales (en sentido amplio) en los que esa literatura aparece. Esto nos lleva a pensar en la necesidad de afirmar que desde nuestro enfoque la literatura se presenta indisoluble de los dispositivos editoriales que la actualizan y que por lo tanto —al menos en un mundo de publicaciones, incluso electrónicas— nada es específicamente literario y antes es siempre más o menos editorial.

2 Aquí utilizamos esta palabra según el esquema de la edición planteado por Michael Bhaskar (2014), que abordaremos más adelante en este trabajo.

terpretación de los efectos de sentido que ocurren en torno a un libro o un proyecto editorial en tanto que obra, esto es, obra de arte. Por otro lado, otros trabajos más generales, fuera de esta perspectiva sociológica, tienen el problema de desarrollarse en un tono pre-teórico poco sistemático y documentado, si bien proponen ideas sumamente interesantes para pensar vínculos entre el arte y la edición. Por último, como señala Michael Bhaskar, casi todas las investigaciones sobre libros y edición “parten de una comprensión de la edición sin cuestionarla. Si bien esta se ha explorado en detalle, tanto en su historia como en el presente, no se ha teorizado adecuadamente” (2014: XXI).

Desde siempre la edición ha trabajado con los aspectos estéticos de su actividad, no sólo en lo que respecta al texto literario (en el caso de la edición de literatura) sino en el diseño tipográfico y de cubiertas. Cada editorial tiene una identidad estética más o menos estable en términos de estilo editorial, pero por sí solo esto no hace una actividad artística. Por otro lado, en ocasiones las artes visuales han utilizado la escritura, la página o el libro como forma o material; pensemos en el llamado “libro de artista”, surgido sobre todo a partir de las neovanguardias de los '60 y '70, también en obras como las estructuras de libros de Marta Minujín, los archivos de libros de metal de Anselm Kiefer, las exploraciones sobre las formas de la escritura de Fabio Kacero o los grafismos de Mirta Dermisache. Sin embargo estos fenómenos se apoyan en la figura del artista, y no en la del editor como artista. Aquí, además, la sociología puede asistirnos en una primera y amplia delimitación de nuestro objeto, y es que no suelen ser las instituciones ni los agentes propios del campo de la edición los que participan de obras como las recién mencionadas, que en cambio se vinculan a instituciones y agentes propios del campo del arte como galerías, museos, curadores y otros artistas. La cuestión que se plantea, entonces, es cómo y cuándo hace arte un editor en tanto que editor, desde la edición y en el campo de la edición (si bien en algún subcampo de la edición independiente, artesanal, etcétera), y en qué consiste ese arte como fenómeno estético (es decir, más allá -o más acá- de una interpretación sociológica).

En el contexto de la edición argentina, como se vio en el capítulo 1, Hernán Vanoli señalaba apuestas fuertemente creativas por parte de sellos editoriales de fines de los años 90 y principios de los 2000, proponiendo que “el parámetro de los usos de la creatividad que despliegan estos proyectos resulta mucho más productivo para su clasificación que su supuesto grado de ‘independencia’” (2009: 163)<sup>3</sup>. Si bien el aporte de Vanoli es importante, porque cuestiona ciertos modelos deterministas que veían en factores económicos y tecnológicos una explicación directa del surgimiento de las editoriales “independientes” y sus características, su perspectiva imprime a la idea de creatividad fuertes matices de “estrategia” y se preocupa más por su capacidad de potenciar una sociabilidad literaria y editorial antes que por, como dice Moscardi, “los efectos de sentido que se construyen en la dialéctica del texto y la edición” (2016: 21). Es decir, nos sirve para entender los efectos de esa creatividad por fuera de la edición, pero no para leer en qué consiste esa creatividad en tanto que tal.

Al analizar los proyectos de Eloísa Cartonera, Clase Turista y Funesiana, Malena Botto (2014) observa las expresiones de esa creatividad en los soportes, los circuitos de distribución y las formas de producción de esas editoriales, atendiendo especialmente a los efectos que tienen hacia el campo editorial y literario. Estos dos trabajos, el de Vanoli y el de Botto, no buscan interpretar esa creatividad en términos de arte, y privilegian una lectura sociológica que mantiene la división entre campo editorial y campo literario. Por su parte, Daniela Szpilbarg (2010) entiende que estos proyectos borran las distancias entre un campo y otro al presentar “el libro como una totalidad social”, con lo que “hay una frontera cada vez más difícil entre el campo literario y el campo editorial” (2010: s/n).

Desde otras perspectivas, como la del ya clásico ensayo de Ulises Carrión (2018), los trabajos sobre diseño de Bruno Munari (2016), o más acá el volumen compilado por Gabriela Halac y Ariel Farace (2016), podemos pensar claramente las posibilidades artísticas del

---

<sup>3</sup> Recordemos que este trabajo es bastante anterior a otros posteriores en los que la categoría de independencia es complejizada y puesta en discusión.

libro como forma, como lenguaje, como espacio de intervención. Así por ejemplo Carrión se refiere a otras maneras de entender las interrelaciones entre tiempo, espacio y lectura en las páginas del libro, o Halac nos habla de dejar de entender el libro como un medio para empezar a pensarlo como un lenguaje en sí mismo. Se trata de trabajos que aportan una nueva forma de ver/leer, para las cuales el libro es concebido como una forma autónoma en el mundo, y no como vehículo transparente del lenguaje. Estas propuestas, a pesar de lo mucho que aportan a la comprensión del libro como forma expresiva, poco o nada dicen de la edición en sí. Para enriquecer estos aportes hacia el campo de la edición y poder pensar una figura de editor-artista es ineludible, entonces, reflexionar desde la teoría editorial y no solo desde las formas del libro.

Mucho más reciente que los trabajos de Carrión o Munari, el ensayo de Roberto Calasso (2015), “La edición como género literario”, sostiene que la edición es, además de un tipo particular de negocios, un arte, porque trabaja con la forma, en dos sentidos: primero en la conformación del catálogo y segundo en la manera como el libro se presenta en el mundo (paratextos, diseño de portada, difusión, incluso volumen de la tirada). Esto, sin embargo, explica por qué la edición puede ser un arte, pero no por qué efectivamente en ocasiones lo es, dado que muchas otras actividades humanas trabajan con la forma sin ser arte y, todavía más, de muchas áreas de la edición difícilmente podríamos decir que constituyen un arte. Debemos además relativizar esta identificación entre edición y arte. En una declaración algo provocativa, Damián Tabarovsky impugna a las editoriales independientes por alzar la figura del “Editor Rey [que] supone que el catálogo es su obra”, para rematar: “Los editores no tienen obra. Obra tienen los autores” (2018: 67). No obstante, puesto en contexto, entendemos que Tabarovsky no se refiere aquí a un conjunto de intervenciones artísticas sobre ni desde la edición, sino al intento de ciertos editores (independientes) por acrecentar el valor simbólico de su trabajo, especialmente frente al de los editores de industrias culturales de consumo masivo, pero en detrimento del reconocimiento de los escritores que ellos mismos publican.

## El gesto artístico

Para comenzar a reflexionar en la edición como arte proponemos pensar esa creatividad en términos de gesto, un gesto propositivo de una idea estética y política (vale decir, artística). En términos editoriales, un gesto artístico tiene sentido porque es interpretado en relación con un modelo editorial y pretende hacer cosas con él. Michael Bhaskar se refiere a los modelos en estos términos: “Los editores tienden a emplear modelos no para entender el mundo, sino para hacer cosas en él. No tienen modelos 'de', sino modelos 'para' [...] Los modelos de edición parten de una interpretación del mundo, pero, a diferencia de los modelos académicos, sobre todo guían acciones” (2014: 169). Cuando esos “para” pueden definirse no (sólo) en términos económicos lucrativos (incluso capitalistas) o sociológicos, sino (además) en términos artísticos, estéticos y políticos, estamos ante un “para”, una acción, un gesto, que es a la vez un signo artístico. Es una forma de enunciación (no verbal)<sup>4</sup>. Es decir, cuando ese “para” responde no sólo a la lógica instrumental o transitiva de los modelos económicos sino a otras propuestas, digamos artísticas, e incluso cuando ese “para” se vuelve sobre sí mismo y se densifica en significación para decir algo del modelo, o de la realidad a través del modelo. El gesto se constituye como artístico, entonces, por su densidad semántica en tanto que signo, y su significado puede ser interpretado como comprobación de la alternativa (o llana oposición) a uno o varios modelos editoriales<sup>5</sup>.

Veamos un par de ejemplos para entender mejor en qué consiste esta idea del gesto. Como señala Calasso, “la cantidad de ejemplares impresos o vendidos” (2015: 91) forma parte de las características de una editorial y es, por lo tanto, una de las formas

---

4 Gabriela Halac afirma que desde siempre hemos pensado en el libro como medio y no como lenguaje (2016: 16).

5 Como señala Bhaskar, en un esquema editorial los modelos nunca son únicos ni explícitos ni coherentes y antes son “abiertos, complejos, con contradicciones y oposiciones internas, así como con elementos en apariencia irreconciliables, [y] en parte se elaboran de manera consciente, en parte se influye en ellos de forma subconsciente” (2014: 169-170). Así, los sentidos de un gesto artístico son en realidad hipótesis de interpretación.

con las que el editor trabaja para hacer arte. En el esquema de Bhaskar, este aspecto de la edición encontraría lugar en el concepto de “amplificación”. En cualquier caso, si nos concentramos en la acción concreta de publicar, casi siempre el mayor volumen de tiradas de una editorial es entendido en términos positivos como posible rédito económico, pero también, y esto nos interesa especialmente, como muestra de la buena intuición de un editor sensible a las inquietudes del público, o, simbólicamente, como un mayor alcance de las ideas que el editor ha puesto en circulación en su catálogo. Es decir, tanto en editoriales abiertamente comerciales como en aquellas de carácter “independiente”, un mayor volumen de ejemplares publicados suele ser bien visto.

La editorial artesanal La Gota, de Santa Fe se caracteriza, en cambio, por imprimir sólo doce ejemplares de cada título que publica. Este gesto no responde, claramente, a una lógica de lucro económico, pero tiene efectos interesantes desde un punto de vista sociológico, puesto que le valió un renombre como la editorial más pequeña de Latinoamérica y el reconocimiento de colegas del subcampo de la edición artesanal. No obstante, también adquiere fuerte valor artístico como gesto en sí, al proponer un modelo de edición radicalmente distinto de otros, al menos en lo que respecta a la amplificación. Propone un tipo de difusión a nivel micro, una comunidad de lectores reducida casi a la intimidad, un objeto-libro difícil de conseguir. La insistencia en la cantidad de doce ejemplares puede tener, además, interpretaciones simbólicas, dado el peso cultural de ese número. En cualquier caso, con ese gesto de ampliar tan sólo a doce el número de ejemplares de un título, los editores de La Gota están expresando y proponiendo ideas sobre el mundo (hacia fuera de la edición) y sobre la edición misma.

Por su parte, los modos de circulación que una editorial propone para su producción también pueden constituirse en un gesto. Si por lo general un lector encuentra y elige el ejemplar a partir de la mediación de una librería, el stand de una feria, o una plataforma digital, Editorial Fantasma, de La Plata, propone una relación distinta entre la producción artesanal y la llegada

a las manos del lector. Mediante un sistema de suscripción previa, las editoras de Fantasma publican mensualmente una serie de pequeños ejemplares —“de poesía, crónica de viaje, ensayo, cuento, carta” tal como describen en su página de Facebook—<sup>6</sup> que llegan en un sobre cerrado al domicilio de cada suscriptor. Pero además, el título de cada entrega es siempre desconocido, y así la elección por una lectura en particular se subordina a la elección de una editorial que propone un encuentro a ciegas, fantasmal con la literatura.

### **Modelos artesanales de edición<sup>7</sup>**

Las editoriales artesanales Barba de Abejas y Colección Chápita fueron estudiadas por Santiago Venturini respecto del cruce entre la producción artesanal de los libros y la conformación de un catálogo con gran presencia de la traducción. Venturini estudia las propuestas de estas editoriales en términos de “micropolíticas” de edición y de traducción, entendiendo que sus modelos editoriales implican (para utilizar la misma expresión de Vanoli) una nueva forma de “activismo cultural” (Vanoli, 2009: 176, citado en Venturini, 2015: 3). A nosotros nos interesará observar cómo esas micropolíticas de edición pueden constituirse también en un gesto artístico, al desarrollar propuestas estéticas y políticas desde sus modelos editoriales. Especialmente queremos mencionar que las políticas de producción de libros y de traducción de textos son coherentes con un gesto político y artístico de descentralización de la edición, visible sobre todo en la decisión explícita de no registrar sus publicaciones con un ISBN (escapando así a la catalogación estandarizada y a la serialización de la producción), y en la actividad de promoción y enseñanza del oficio editorial

---

6 Más allá del hecho de que las mismas editoras denominen fanzines a sus producciones, a los fines de este capítulo y en el caso de esta editorial proponemos poner en suspenso las definiciones restrictivas para centrarnos en el análisis que nos convoca. Por otra parte, y siguiendo a Bhaskar nuevamente, el mismo modelo de suscripción que propone la editorial resulta en un principio algo extraño para los modelos de edición de fanzines.

7 Para una reflexión teórica más completa de lo artesanal en relación con la edición, ver Conde (2019).

artesanal a través de charlas y talleres como parte constitutiva del propio proyecto editorial (en el caso de Barba de Abejas). Con estos gestos estas editoriales proyectan una autorrepresentación de autoexclusión de las instituciones tradicionales de la edición (especialmente la Cámara Argentina del Libro y una serie de programas de becas y subsidios a la edición y traducción que no contemplan la producción no seriada) a la vez que construyen su inserción en otros ámbitos, a veces compartidos con otras editoriales de carácter más tradicional, otras veces no.

Los modelos editoriales de Barba de Abejas y de Colecciones Chapita tienen que ver, especialmente, con unas formas particulares de entender la edición artesanal y, con ella, el soporte libro y la gestión del contenido, en particular a través de la traducción. Respecto del soporte, Venturini menciona especialmente (sobre Barba de Abejas, pero en continuidad con Colecciones Chapita) “el énfasis puesto en la fabricación del libro como objeto material” (2016: 4). A diferencia de otros proyectos artesanales como Eloísa Cartonera, que privilegia “la circulación [de] ediciones económicas” y el valor del “proceso cooperativo y autogestionado a través del cual se obtiene”, Barba de Abejas y Colecciones Chapita “expande[n] las posibilidades estéticas de la edición artesanal” (2016: 4). Este hecho se observa en todos los ejemplares de estas editoriales, en detalles como la incrustación de una tapa de cerveza (una “chapita”) en la tapa de los libros de Colecciones Chapita, o en la inclusión, al final de cada ejemplar, del hilo que sobró de la encuadernación en Barba de Abejas. Pero se hace aún más visible en las encuadernaciones especiales de la editorial de Eric Schierloh, que “agrega[n] otra dimensión a la celebración del libro en tanto obra y objeto, realizadas con procedimientos y materiales alternativos o no convencionales como madera calada, tela arpillera con hojas vivas, cartón con objetos incrustados, &c.”<sup>8</sup>.

Buena parte de la inspiración para pensar las posibilidades expresivas de la forma libro, en el caso de Schierloh al menos, viene del ensayo ya mencionado de Ulises Carrión<sup>9</sup>. Pero el gesto

<sup>8</sup> <https://barba-de-abejas.tumblr.com/encuadernaciones>

<sup>9</sup> “[El arte nuevo de hacer libros] Resultó, de hecho, especialmente inspirador

no se detiene en el diseño del libro en tanto que objeto sino que adquiere dimensión artística en relación con el modelo editorial que motiva un libro de ese tipo. En palabras de Venturini (él se refiere a Colección Chapita, en relación con ciertas afirmaciones de Walter Benjamin, pero de nuevo podemos establecer una continuidad entre estas dos editoriales) podemos decir que acá hay una intención de “escapar al 'gesto universal del libro' a través de la confección de libros, sí, pero libros que reformulan el soporte mismo” (2015: 2). Se trata, en el caso de Colecciones Chapita, de un modelo editorial que conlleva “cierta idea de libertad” (Venturini, 2015: 2) cuya continuidad abarca desde el diseño de los libros hasta la gestión del contenido. Este hecho se observa especialmente en las llamadas “traducciones chapita”, que son una suerte de juego lúdico en el que se privilegia la semejanza fonética antes que la equivalencia semántica para escribir textos nuevos con sentidos dislocados. Como señala Venturini, “la homofonía es, básicamente, un mecanismo productor de textualidad” (2015: 5), pero queremos proponerlo como parte del gesto artístico *editorial* de Colecciones Chapita, puesto que forma parte del proyecto editorial, no sólo porque estas “traducciones” están a cargo de los mismos editores y porque motivan toda una colección dentro del catálogo de la editorial (Traducciones Chapita), sino sobre todo por las continuidades entre escritura y edición que se observan en estos proyectos. “El concepto de 'traducción chapita' [...] traslada a la práctica de la traducción la misma voluntad de experimentación, la misma exacerbación de la dimensión material y de la manufactura que la editorial pone en juego en la fabricación del objeto libro” (Venturini, 2015: 7). También en el caso de Barba de Abejas “se declara una fuerte continuidad entre edición y escritura [...] como si la configuración material del objeto libro tuviera el deber de replicar la ética de la escritura que pone a circular” (Venturini, 2016: 8), lo que le da al proyecto editorial una fuerte coherencia tanto desde el planeamiento del

---

para el editor de este pequeño volumen, que se topó con él por pura casualidad en Guadalajara a fines de 2010 [es decir, dos años antes del nacimiento de Barba de Abejas]” (Carrión, 2018: 2).

catálogo y las políticas de traducción como desde los mecanismos de distribución o el diseño y la manufactura de los libros.

Este énfasis en la materialidad viene acompañado de un aprovechamiento de las herramientas digitales, no sólo porque con ellas fue posible editar e imprimir desde una PC con una impresora hogareña, sino también por el uso que estas editoriales hacen de las redes sociales para llegar a sus compradores y porque comparten versiones digitales gratuitas de sus publicaciones en sus blogs. Así, se paran contra los modelos tradicionales comerciales de edición incluso respecto de la preocupación que muestran los grandes sellos ante la distribución gratuita de material (legal o pirata) a través de internet<sup>10</sup>. Respecto de la relación entre soporte material y distribución digital, vale la pena mencionar el caso de *Los Democráticos*, de Mario Bellatin, publicado por El Sueño del Panda en 2017. En este caso, el editor imprimió una única copia del texto en 38 fragmentos que se vendían por separado en pequeñas cajitas de cartón de elaboración artesanal, con lo cual ningún lector podía contar con el texto en su totalidad. Pero en el interior de cada cajita se incluía, además del fragmento de texto, una contraseña con la que el lector podía hacer pública la versión digital de su fragmento en la web de la editorial. De esta manera, se apelaba a la solidaridad de los lectores para hacer públicos los 38 fragmentos en la web y así poder disponer de la totalidad del texto gratis y para todo el mundo en su versión digital, en el cruce particular entre la (ilusión de) democratización de los soportes digitales y el fetichismo de la propiedad de un objeto único.

### **Contenido: edición y escritura**

Este carácter enunciativo del gesto artístico-editorial es quizás más claro en el proyecto del escritor Carlos Ríos, Oficina Perambulante, ya que involucra de una u otra manera prácticamente todos los aspectos del proceso editorial y escriturario. La producción de la Oficina Perambulante la constituyen libritos<sup>11</sup> en formato

---

10 Sobre las formas de circulación libre de los materiales editoriales, ver el capítulo 5 de este libro.

11 Dice Santiago Venturini sobre una de las editoriales que estudia: “Colección

mínimo (16 páginas de tamaño A6) hechos a mano con tapas de cartón hallado en las calles, abrochadas con grampas metálicas al interior. Esta simpleza en el formato, sin embargo, esconde una gran cantidad de gestos, de signos, casi todos atravesados por el uso particular que hace Ríos de los materiales que utiliza. Este uso particular del material involucra una multiplicidad de significados articulados. En un trabajo anterior (Conde, 2019) organizamos al menos cuatro “niveles” en los que podíamos leer el material de encuadernación de la Oficina Perambulante como signo: a) el material interpretado como forma en tanto que forma (material y concreta); b) el material interpretado en relación con el “contenido” de cada librito; c) el material interpretado en relación con los procesos de producción y circulación de libros que propone la editorial; d) el material interpretado en relación con el espacio geográfico, según lo que denominamos el relato mítico del editor perambulante que recorre la ciudad recolectando cartones<sup>12</sup>. Toda esta interpretación y manipulación del material como signo dan cuenta de lo que llamamos una artesanidad hermenéutica<sup>13</sup>, es decir, una forma de artesanía que no se basa sólo en la técnica manual sino en la reflexión sobre el material<sup>14</sup>. Lo que observamos en definitiva es que Ríos *dice* (algo con) su editorial, volviendo difusos los límites entre escritura y edición, entre libro y texto.

---

Chapita produce libros en los márgenes de la industria y el mercado editoriales, por eso se trata no de una editorial sino de una 'editorialcita' (2015: 2). Lo mismo podría decirse de los “libritos” de Ríos, en consonancia también con tamaño mínimo y aludiendo sarcásticamente a la fuerte densidad semántica de la editorial toda.

12 Relato que no es necesariamente falso. Efectivamente Carlos Ríos recolecta cartones de la vía pública para hacer sus libritos. Lo llamamos mítico, sin embargo, porque representa el origen de cada librito a través de una imagen que da coherencia a toda la editorial independientemente de cualquier criterio de verdad o falsedad. Es decir, este relato sigue operando incluso si el cartón de algunos libritos no fuera recogido de las calles.

13 Esta expresión la tomamos de Matías Moscardi (2016: 115), aunque él la emplea para hablar de algunas de las imágenes poéticas de la poesía de los '90 publicada en Ediciones Deldiego.

14 Esto ya lo desarrollamos con más rigor en Conde (2019), teniendo en cuenta las propuestas de Richard Sennett sobre artesanía y cultura material, especialmente sobre la consciencia material del artesano.

Cada librito de la Oficina Perambulante es un texto en sí mismo, porque tras distintas operaciones de selección y resemantización, el material con el que se fabrican los libros forma parte del texto en sí. Podemos ejemplificar con el caso de dos libritos distintos de mismo título: “Una noche senté a Donald J. Trump en mis rodillas (y otras teorías estéticas del siglo XXI)”, uno encuadernado con cartones de Cerveza Corona (marca mexicana característica, de fuerte presencia en nuestro país y muchos otros) y otro con cartones de una Cajita Feliz de McDonald's (marca emblema de las políticas de colonización económica y cultural de Estados Unidos, de las formas de producción acelerada y de rápida circulación, del máximo perfeccionamiento de las estrategias de marketing, marca que, además, repite el nombre Donald del título). En otros casos, el material de encuadernación forma parte de un mismo texto con el “contenido” del libro no sólo por el significado simbólico del material en cuestión sino también por sus características físicas. Algunos libros de la Oficina Perambulante están encuadernados ya no con cartones sino con papel de revistas y, para compensar la diferencia de espesor del papel en relación con el cartón, Ríos emplea varias hojas juntas. Como consecuencia, el material de encuadernación adopta también las formas de una página, y resulta imposible determinar dónde terminan las tapas y dónde comienzan los interiores del libro.

El gesto artístico de Ríos consiste, acá, en reformular para su editorial las nociones de libro, texto, escritura y edición. Los límites entre uno y otro resultan indistinguibles, la editorial se presenta como un campo de intervención y de enunciación, no sólo política sino también estética, literaria. La condición de objeto único de cada librito, sumada a la imposibilidad de separar libro y texto, hace de esta editorial una editorial inarchivable, es decir, imposible de archivar sin “matarla”, sin anular su circulación. A diferencia de otras editoriales, en las que bastaría guardar un ejemplar de cada edición de cada título, en la Oficina Perambulante la idea de ejemplar es absurda porque cada libro es un texto único, resultado de un acontecimiento único, con un fuerte componente de azar (el hallazgo del cartón), en una forma

de edición que es también escritura. El archivo total de la Oficina Perambulante es la totalidad en volumen de su producción.

También la distribución y comercialización de sus libritos forman parte de estos gestos artísticos. Como dijimos antes, la editorial toda puede ser pensada como un mapa, en el que cada librito representa casi metonímicamente el punto exacto de la ciudad, del espacio geográfico, en el que se produjo el hallazgo, el encuentro fortuito entre el editor perambulante y el material de encuadernación. Se mantiene siempre la posibilidad (ilusoria, es cierto) de reconstruir el itinerario de Ríos en su perambular urbano. Del mismo modo se distribuyen los libros. Los libros solo se pueden comprar allí donde está Ríos, y en general solo mientras dure su presencia. Al escapar a cualquier circuito de distribución y comercialización organizado, Ríos extiende el imaginario cartográfico de su editorial a la adquisición de los libros. No solo la Oficina Perambulante no se consigue en cadenas de librerías sino tampoco en librerías independientes o ferias —tan sólo unas pocas, a las que Ríos asiste personalmente—, y lo mismo al revés: encontrarse casualmente a Ríos con su mochila en cualquier otro espacio abre la posibilidad de adquirir un librito. En su venta, en su compra, se enfatiza el valor del libro como encuentro, como intersección de caminos, de itinerarios, el del autor-editor, el del material de encuadernación y el del lector.

Creemos necesaria una pequeña aclaración respecto de la Oficina Perambulante. La indistinción entre escritura y edición en el proyecto de Ríos podría parecer contraria a la teoría de Bhaskar, para quien una “teoría del contenido debe reconocer cómo se separa el contenido de su medio” (2014: 97), es decir, la literatura de la edición. Sin embargo, como vimos, esta indistinción se corresponde con un modelo editorial artesanal que desarrolla en sus máximas consecuencias la interpretación y manipulación del material como signo, vinculando fuertemente el contenido con sus marcos. Si Bhaskar considera que “el contenido se produce de acuerdo con modelos, que operan para la producción primaria de contenido pero también para intermediarios como los editores” (2014: 114), es sencillo postular un modelo común para las prác-

ticas editorial y escrituraria de Carlos Ríos. De hecho, así como el material es trabajado en sus aspectos significantes en la Oficina Perambulante, también la lengua (el sistema de signos por excelencia) es presentada en sus formas materiales. Los poemas de Carlos Ríos muestran un cuidadoso trabajo con las formas de la palabra escrita sobre la página como “dibujos” o “mapas”.

Además, el catálogo de la Oficina Perambulante incluye obras como “Deleite de texto visual”, de Celestina Alessio, que es una suerte de muestrario de tipografías en el que se aprovecha el nombre de la fuente y las formas de los caracteres para crear poemas visuales; o “Mate”, de un alumno anónimo del taller de escritura que dicta Ríos, que incluye dibujos, manuscritos y recortes de productos (un código de barras, una etiqueta de fecha de vencimiento) en torno a la experiencia de tomar mate. Con todo, dada la naturaleza indefinida de los modelos editoriales, es difícil formular explícitamente en qué consisten el o los modelos que orientan la producción de Ríos (y de cualquier editor o editora).

Frente al desafío inicial, a lo largo de este trabajo hemos intentado reflexionar sobre la categoría edición-arte a partir de un somero recorrido entre diferentes perspectivas, sumado a una rápida observación de algunos pocos proyectos (donde el alcance del gesto artístico parece intensificarse). Llegados a este punto, podemos afirmar que es posible pensar esta categoría por fuera de, por un lado, esa suerte de “lugar común” que expresa, quizás con un dejo de romanticismo, que editar es un arte, y, por otro, también del interesantísimo universo del libro de artista, aunque no sin cruces y contactos. Consideramos este aporte incompleto y aún discutible, pero confiamos en su valor como punto de partida para sucesivas reflexiones al respecto.

## Capítulo 9

### **Editores de revistas, editores de libros Cruces entre mundo no tan distantes**

SOFÍA CASTILLÓN

*¿Qué es una editorial sino una larga serpiente de páginas?*

Roberto Calasso

Abrir el catálogo de una editorial y ver todos los títulos que ha publicado se parece a mirar un álbum de fotos: notamos los cambios en el tiempo, vemos algunas arrugas nuevas, recordamos aquel viejo amigo que ya no está, nos reímos por algún peinado antiguo, no obstante siempre nos podemos reconocer en aquello que fuimos. Puede cambiar el cuerpo editorial, su política de diseño, abrir nuevos brazos hacia públicos distintos, pero aunque la serpiente sacude un poco la piel vieja sigue siendo la misma serpiente, y sus escamas, como vértebras o como piel migrante, la afirman en el camino.

La experiencia de edición de libros se puede pensar como práctica articulada y/o herencia de la edición de revistas. Esto nos acerca al rol del editor como empresario y como artista, a los cambios en las prácticas de lectura y los usos de las tecnologías digitales, y a la creatividad en el desarrollo de estrategias que permiten sostener en el tiempo sus proyectos a pesar de dificultades como la economía inflacionaria argentina, los limitantes en el comercio exterior, y las variaciones inherentes a la estructura de la industria gráfica. A ello se suma que el trabajo editorial implica un posicionamiento con respecto al campo literario, una determinada perspectiva política y el anhelo por contribuir de alguna manera a la circulación de bienes simbólicos.

No todas las serpientes son iguales. Dentro del campo editorial de libros y de revistas, reconocemos algunas que se caracterizan por la autogestión como política y como espíritu empresarial; la edición como actividad comercial pero también como curaduría cultural; la asociación entre amigos; la creación de espacios de circulación alternativos, y la preocupación por gestionar vínculos

más próximos con sus lectores. Para pensar qué tienen de semejante las formas de edición de libros y revistas independientes, alternativas, autogestivas<sup>1</sup>, revisamos algunas experiencias e identificamos las prácticas que desarrollan los proyectos en varios puntos distantes, y en muchos otros comunes.

### **Ser y hacer autogestivo**

La edición de libros de *Sudestada* surge para profundizar algunos de los temas desarrollados en la revista que les dio nombre y prestigio. Entre 2006 y 2007 iniciaron la experiencia de edición de libros, al principio coeditando con Continente mediante un acuerdo en el cual el equipo de *Sudestada* aportaba el diseño y contenido, y Continente hacía la impresión a cambio de ejemplares que *Sudestada* distribuía en los canales propios. En la actualidad su catálogo incluye trabajos periodísticos, ensayísticos y una colección infantil. En 2018 inauguró la librería Sudestada en el corazón del microcentro porteño.

Hoy en día, la revista se sostiene por los libros. “Los puestos de diarios están cayéndose a pedazos”, dice Hugo Montero, editor de *Sudestada*, “entre gastar 100 pesos en una revista y 300 en un libro, la gente prefiere el formato libro, que lo puede regalar, y tiene un valor y un capital simbólico más importante”.

El precio del papel es una de las principales dificultades que tienen para publicar, ya que aún siendo local, está dolarizado. Se suma a esto la competencia con las grandes distribuidoras, dado que para llegar a las provincias dependen de las cadenas, con acuerdos desfavorables y poco control sobre el alcance real del servicio.

En este contexto, la asociación con otros sellos que enfrentan las mismas problemáticas permite generar nuevos espacios de intercambio y exhibición, y fortalece el vínculo con los lectores. Para Montero, “cuando vendes al lector sin intermediario tenés un termómetro real de lo que interesa. Eso en el kiosco es más variable, depende mucho de la tapa. En la feria, en cambio, podés charlar con la gente, podés ver cuánto tarda alguien en decidirse a comprar un libro”.

---

<sup>1</sup> Para revisar los debates en torno a esos términos, ver el capítulo 1 de este libro.

La lectura en pantallas ha modificado la manera en la que se consumen contenidos culturales. La editorial de libros, además de funcionar como una respuesta a las dificultades de financiamiento de la revista, también constituye una forma de comprender los cambios en las prácticas de lectura. Montero explica:

Hace algunos años atrás la revista era el termómetro de nuestra economía, y al mismo tiempo la presentación de nuestras ideas. Nosotros éramos una revista. De un tiempo a esta parte eso fue ampliando, y ya no somos una revista solamente. De alguna manera lo simbólico y lo identitario quedó atado al formato revista, pero nosotros no somos necios y también vemos que hoy por hoy la cultura lectora fue variando, y hay que adaptarse a esos cambios. Hay una transformación de la forma en la que vos podés llegar a distribuir tus ideas.

En 2001, cuando nació *Sudestada* como revista, tomaron la decisión de sostenerse sólo mediante el aporte de sus lectores. En este sentido, la discusión sobre las estrategias financieras y los canales de exhibición ocupa especial lugar en el trabajo desde entonces:

Más allá de discutir contenidos, de pensar en la perspectiva editorial o de plantearnos el año desde el punto de vista de qué publicamos o qué no, lo que nosotros estamos pensando es cómo garantizamos la subsistencia. Y eso es algo que aprendimos de los primeros años, donde no se generaba ganancia para nadie, donde el trabajo era militante, y aprendimos a apelar a la artesanía, al ingenio, a la creatividad y a maximizar las posibilidades y capacidades de cada uno quienes laboran acá en términos periodísticos y para buscar variables económicas. La librería es una forma de entender esta dinámica, del mismo modo que la

visita a 50 ferias del interior también lo es. Ese es el desafío constante y la discusión cotidiana. Lo político va de la mano de la cuestión económica, es lo que nos valida.

Las propuestas de financiación acompañan canales alternativos a los tradicionales como respuesta a los limitantes del mercado, pero también constituyen un modo de afirmarse en la propia identidad empresarial. Montero explica que no pueden competir en términos salariales con las firmas editoriales grandes, por lo que la retribución a colaboradores y miembros del proyecto se realiza acordando honorarios o materiales publicados de acuerdo a los distintos niveles de responsabilidad en las tareas que desarrollen.

### **Cadena de amistades**

Las revistas de poesía son un producto cultural de circulación de nicho, una vidriera donde se exhiben las voces más jóvenes del género (en muchos casos, que aún no han publicado su primer libro), y también, incluso antes de internet, una plataforma que funciona como red social entre poetas. Los modos en los que se exponen las producciones de poesía incluyen eventos como ciclos de lectura y presentaciones de libros, ferias, tertulias y sesiones de jam<sup>2</sup>. De estos eventos surgen las voces que luego van a ser publicadas en las revistas, y también, los nombres que luego veremos editados en libros.

Al vínculo estrecho que existe entre la poesía como género y los formatos en los que circula, Matías Moscardi (2016) lo llama *interdependencia*. Se trata de un modo particular de escritura que se asocia a ciertas formas de hacer sus productos materiales, pero que también se encuentra fuertemente atravesado por la constitución de comunidades de lectura y de amistad. Javier Magistris y Claudio Lomenzo, editores de *La Guacha*, revista nacional de

---

2 Sobre este tema se puede consultar “Revistas y encuentros. La experiencia de las publicaciones de poesía” en *Editar sin patrón* (Castillón, 2017), un libro publicado en la misma colección y que antecede, como producto de investigación, a *Estado de feria permanente*. En el presente volumen, véase el capítulo 14 de este libro, “Los festivales y ciclos de lectura como ámbitos de circulación e intercambio”.

poesía dicen al respecto de su proyecto editorial que “la amistad personal funciona como el combustible que sostiene la maquinaria y decanta en algo que también es cooperación, competencia y desafío intelectual.”

*La Guacha* es una revista en formato tabloide dedicada a la divulgación de poetas a nivel nacional que se vende principalmente en kioscos. Como complemento, ha publicado libros que acompañaron ediciones especiales. En sus 22 años de existencia, la principal dificultad que han tenido que enfrentar es el costo de producción, y en particular el precio del papel. Por otro lado, los cambios en los hábitos de lectura también han iniciado nuevos debates al interior de su práctica editorial. Magistris y Lomenzo refieren:

Al contrario de lo que ha sucedido con la edición de libros que se ha multiplicado de una manera sorprendente, la producción de revistas no ha tenido el mismo crecimiento. El trabajo de edición de revistas es arduo y no tan visible, sobre todo a partir de la constante presentación de libros, festivales de lectura y encuentros literarios. Nuestra revista pensó siempre su quehacer en conexión con ese mundo activo, por eso no le es extraño. Y encuentra ahí su alimento. Esto quiere decir que, desde nuestra perspectiva, la explosión de actividad extraliteraria vino a componer un panorama complementario a la publicación permitiendo el contacto con nuevas voces o ponerles rostro a voces conocidas. Esa red sostiene la actividad poética en el país y puede hacerse más extensa e intensa.

En relación a las tecnologías digitales, Magistris y Lomenzo sostienen que la tensión entre los distintos soportes de lectura y la preferencia del público representa un desafío a la hora de pensar estrategias de comunicación frente a modos de circulación y comercialización distintos. Y afirman que en su caso “la opción por el papel representa la intención de proteger y reivindicar no

sólo el tiempo de lectura sino también la experiencia intelectual y emocional que implica.”

*Buenos Aires Poetry* inició como espacio de divulgación en la web, y hoy en día se extiende hacia la revista en papel y la editorial de libros homónimas. La revista se vende principalmente en librerías, y los libros tienen alcance internacional mediante una estrategia de publicación local y a demanda. En este sentido, las tecnologías digitales además de potenciar las estrategias de divulgación de materiales, también oficiaron como alternativa en la comercialización. En la actualidad el principal sostén económico de *Buenos Aires Poetry* es la venta de sus libros. Juan Arabia, su editor, explica que:

Las tiradas van cambiando de acuerdo al título. La colección más grande es la colección de poesía que empieza con 200 ejemplares. Pero también el libro se valida para comercializar en una red que está armada en Colombia, México, España, Chile, Uruguay, Perú, etc. Entonces si vos estás en Colombia y querés comprar un libro, lo hacés por medio de las librerías que contactamos, y se imprime allá en dos días hábiles, y se manda. Esa gestión se fue armando con otro grupo editorial, y se trata de plataformas que se van desarrollando de a poco.

En este modelo de producción y distribución, la comunidad de lectura se vuelve piedra fundamental para su sostenimiento. Arabia dice que “si *Buenos Aires Poetry* no estuviera en el sitio web, tal vez la editorial estaría muerta”, sus seguidores conocen los productos que ofrece mediante la presencia en las redes sociales y en las publicaciones web.

En poesía, las presentaciones de libros realizadas por los propios autores constituyen un evento que puede involucrar desde la presencia de otros poetas con reconocimiento o prestigio en el campo, actuaciones musicales, danza, comida y brindis. Un

encuentro entre amigos. Arabia afirma que la mayor cantidad de ventas de los libros se realiza durante estos eventos, por lo que la editorial se garantiza un porcentaje mediante el acuerdo comercial con los propios autores: el autor compra determinado volumen de libros a un precio consensuado con descuento, para luego revenderlos en la presentación.

*Buenos Aires Poetry* como medio de comunicación trabaja principalmente con colaboraciones *ad honorem*. Arabia dice que “la mayoría de las personas que aquí trabajan son amigos, y trabajamos en cosas juntos, y bien pueden recibir algo simbólicamente, o también rebotan oportunidades indirectamente. Si un día voy a un festival como invitado, lo más probable es que después ellos conozcan a otro, etc. Es una cadena de amistades, de idas y vueltas.”

### **La profesionalización del artista**

*Maten al mensajero* empezó a publicarse como revista en 2014 con la idea de divulgar distintas formas de narrativa, entre las que incluyó la historieta. En la actualidad ese es el principal género publicado por la editorial de libros en que se convirtió el proyecto. La edición de libros fue una ambición desde los inicios de la revista, y sus secciones constituyeron una brújula para organizar las colecciones del sello editorial.

A lo largo del tiempo utilizó diferentes estrategias de financiamiento, desde la inversión personal inicial, crowdfunding, talleres de escritura y algunas publicidades. Con tiradas que varían entre los 1000 y los 2000 ejemplares, en 2018 el 49,8% de las ventas fueron realizadas en librerías, y el 50,2% en espacios como presentaciones, ventas online, ferias y casi un 12% por venta anticipada.

A diferencia de otros proyectos editoriales autogestivos, *Maten al mensajero* desde su inicio sostiene contratos rentados con sus colaboradores. Su editor Santiago Kahn dice que:

Probablemente casi ninguno de los autores de historieta en la Argentina vive sólo de hacer historietas, pero entender nuestro trabajo de manera profesional es entender que son trabajadores.

Quienes vienen del ambiente de narrativa o poesía, no están habituados a que nosotros hacemos contratos y pagamos regularmente, lo ven como algo raro.

*Maten al mensajero* en la actualidad es una editorial de libros, y ya no edita la revista. Tomaron la decisión de no continuar con el proyecto de publicación periódica ni en formato papel ni como versión digital, debido al esfuerzo económico que implicaba. Kahn explica:

La mayoría de las publicaciones digitales que hay no pagan colaboraciones. Entonces, una de las cosas que pensábamos, es que esa migración, si fuera una edición espejo, del mismo modo tendría que sostener 60 colaboradores. Entonces lo que decidimos fue que solamente publicamos en las redes sociales, y tenemos unas tiras de humor gráfico, que son pagas.

La independencia y la autogestión de *Maten al mensajero* implica no sólo una decisión política con respecto a la circulación de ideas, sino también la conciencia económica con respecto a la capacidad de sostener el trabajo de las personas que integran el proyecto. Para Kahn “hay una idea de que una revista cultural está bien que exista solamente si se imprime, y la gente que la hace tiene que tener cuatro trabajos para poder escribir una nota.” En este sentido, también reflexiona:

¿Una editorial que recibe un fondo del estado es independiente? Independiente no termina de definir lo suficiente, para mí. Lo mismo que *autogestivo*. ¿Qué editorial que no tenga una financiación de afuera no es autogestiva? Me parece que a veces son pátinas progresistas para caracterizar ciertas prácticas editoriales pero que no hablan del fondo

de la cuestión, y en algunos momentos, sirven para acolchar distintas experiencias que no tendrían otra cosa que ver. Por eso termina siendo lo mismo Eterna Cadencia que Eloísa cartonera.

Los tiempos de edición de libros, en relación a la revista, son más largos. En este sentido, desde la mirada de Kahn el vínculo que establece el sello editorial con los autores es más sólido y sustentable en el tiempo, muy diferente a pensar que “salió el número y nunca más lo ves”. El diálogo con los autores es cotidiano, y en algunos casos mientras se desarrolla un proyecto de libro, ya comienzan a pensar el siguiente. *Maten al mensajero* estructura este tipo de relaciones con contratos a largo plazo, con una apuesta que busca no sólo la venta del libro, sino también su reimpresión.

### **La fiesta del editor**

Godot es una editorial impulsada por Víctor Malumian y Hernán López Winne, quienes dirigieron la revista *Esperando a Godot* que se publicó entre 2005 y 2009. Si bien puede pensarse la primera como herencia de la segunda, se trata de experiencias disociadas. Malumian explica:

Son dos sistemas completamente distintos de comercialización y de producción. Nosotros teníamos una revista cultural que salía cada cuatro meses, que se repartía en kioscos a un precio muy módico, y terminaba pasando que era re universitaria, hiper académica, y pretendía salir a interactuar con la sociedad. Demasiado pretencioso. Un diario nos lo dijo, “para vender la revista de ustedes hay que recontra convencer al lector, y me queda muy poca plata. Yo tengo la revista *Hombre* escondida, me deja un montón de plata, y vienen y me la piden.” Ahí empezás a entender el choque cultural de intentar estar en ese canal de ventas.

En contraste con la edición de libros, si bien la temática de *Esperando a Godot* no era de actualidad, la sensación de Malumian es que cada nuevo número dejaba de lado al número anterior: “El libro no tiene nada que ver, de hecho muchas veces te pasa que si por n razón uno tuvo más prensa y más ventas, eso ilumina hacia atrás al catálogo y hace que el resto tenga más ventas.”

En 2013 organizaron la primera Feria de Editores (FED) que se realizó en el espacio de radio La Tribu. En 2019 se realizó en Ciudad Cultural Konex reuniendo alrededor de 14.000 visitantes<sup>3</sup>. El “fenómeno de la FED” empezó en un Kentucky, con la inquietud del equipo sobre cuál sería la reacción de los lectores ante sus productos. Para conocer qué valoraban más, elaboraron una estrategia que pudiera potenciar la interacción directa entre editores y público. Dice Malumian:

En ese momento para nosotros La Rural era completamente inaccesible. Sentíamos la urgencia de tener un lugar donde pudiéramos interactuar mano a mano con el lector una vez al año. No un estado de feria permanente. Interactuar con el lector y entender un poco qué pasaba con nuestros libros, generar ese punto de encuentro y ver si lo que venimos publicando le interesó.

En Godot transitan los nombres más clásicos junto con los más nuevos. ¿Cómo elige Godot los títulos que publica? Malumian y López Winne comparten una motivación que trasciende el horizonte económico y reivindica su rol de lectores; dicen: “de por sí, no somos muy originales y publicamos lo que nos gusta.” Lectores de oficio y con el interés centrado principalmente en las ciencias sociales, el equipo buscó editar aquellos materiales que, aunque inéditos o fuera de circulación, a ellos les gustaría encontrar en el mercado.

---

<sup>3</sup> Sobre la organización de la FED, ver el capítulo 16 en esta misma compilación.

En relación a esto, Roberto Calasso (2015) reflexionó sobre la manera en la que el trabajo responsable de los editores repercute en el vínculo que los lectores establecerán, luego, con los libros:

¿Por qué *tout se tient*? En primer lugar, porque el editor ha descubierto una verdadera obra maestra, leyéndolo él mismo y no dándolo a leer, y de ese modo la portada y la solapa completan la inspiración de la obra maestra y son iluminadas por ella. Ése es el proceso por el que el lector elige ese libro, corre a su casa, deja de lado todo lo demás, se sumerge en la lectura y descubre a su vez que se trata de una obra maestra. Sencillo, ¿verdad? Sin embargo, parece extremadamente difícil en el panorama editorial de hoy, tanto que, cuando sucede, resulta una fiesta. (2015: 68)

La curiosidad genuina sobre los contenidos publicados que trasciende la mirada comercial hace que estas empresas trabajen como laboratorios de innovación (Badenes, 2017), en los cuales surgen las novedades que luego son captadas por las grandes editoriales. En estos proyectos el editor es empresario y es artista, y ofrece su catálogo como tarjeta de presentación. En este sentido, existe un diálogo entre la práctica de edición de libros y de revistas, ya que ambas funcionan como espacios de experimentación.

Las editoriales de revistas suman la editorial de libros, la integran a su identidad empresaria, la eligen como estrategia de financiamiento, como acercamiento a sus lectores, como modo de visibilizarse en el mercado, como forma de materializar sus propios conceptos de cultura. ¿El sello editorial de libros que queda “junto a”, o incluso “luego de” la editorial de revistas, la reemplaza?

Los puntos de contacto entre ambos mundos se afirman en la identidad, los objetivos y valores que estos sellos promueven. Si bien las experiencias abordadas son distintas entre sí, y confirman diferentes modos de vinculación con las prácticas editoriales de libros y revistas, existen espacios de articulación entre los

modos de edición que se edifican a partir de la reflexión sobre el rol del editor y las decisiones económicas que se sostienen sobre posicionamientos políticos que problematizan los modos de ejercer la edición. La editorial es su catálogo.

La distancia entre la práctica editorial de los libros, y la de revistas, se corresponde con los modos de consumo, las prácticas de lectura y el tipo de uso que hacen los lectores, las formas de circulación, y las variables de producción que integra a los colaboradores o autores, los actores involucrados en la cadena de producción. La cercanía, en cambio, se erige a partir de una misma identidad empresarial, una misma visión y misión que puede articularse en diferentes productos culturales. Los puntos de contacto entre las prácticas editoriales de uno u otro, también enlazan similares desafíos que se canalizan de diferente manera, pero que tienen un origen común en la economía inflacionaria, las políticas desfavorables y los cambios en los modos de leer. Pero, principalmente, el catálogo como concepto unificador de la identidad y del producto, ilumina los lazos entre ambas prácticas editoriales. Dime qué publicas, y te diré quién eres.

## Capítulo 10

### Traducir literatura en la edición independiente

MARÍA GUILLERMINA TORRES Y SAMANTA RODRÍGUEZ

*Crear colectivos para traducir, ser un apellido en la lista de apellidos  
que consigna la autoría de la versión: escuchar a los otros,  
sopesar poesía y verdad, distinguir las diferencias de lo mismo.*

Mirta Rosenberg, *Cuaderno de oficio*

En las páginas que siguen se abordará la interacción entre las prácticas de traducción y de edición independiente tomando como marco los últimos veinte años en Argentina. Se indagará sobre cómo estas prácticas interactúan una con otra; es decir, de qué modo la traducción puede armar ciertos posicionamientos y generar identidades en el campo de la edición independiente, así como el campo editorial pone en práctica y determina ciertas formas de traducir y de ser traductor. Estos cruces se reduplican en los objetivos y trazan un camino de doble vía: el objetivo de generar nuevos enunciados, actores y espacios de acción en el campo editorial al intervenirlos mediante la publicación de ciertos textos traducidos, y al mismo tiempo realizar un tipo de traducción y de tarea de traducción habilitada por los modos de la edición independiente, que busca encontrarse con la literatura y la lengua extranjera poniendo en juego lo singular de ese encuentro -la singularidad de un escritor o de una lengua, pero también la singularidad de una editorial, de un catálogo, de un traductor-, en contraposición a lo que puede enunciarse como la producción seriada de libros por parte de multinacionales o grandes corporaciones.

La pregunta disparadora, formulada de un modo muy simple sería: ¿en qué consiste traducir en una editorial independiente en la Argentina de los últimos años? Esta requirió to-

mar dos decisiones que resultaron cruciales, sobre todo, a la hora de interpelar a las editoriales: la primera tuvo que ver con no intentar complejizar, separada o previamente, cada uno de conceptos involucrados en la pregunta sino dejar que la intersección de uno con otro, tomando como centro la traducción, fuera adquiriendo las formas que la misma pregunta habilitaba. Es decir, resultó decisivo dejar que la pregunta por la práctica de la traducción fuese dando forma al resto de los ejes temáticos y/o conceptuales, y para ello dejar de lado, por poner un ejemplo, una definición previa de lo que se entiende por “edición independiente”<sup>1</sup>. La segunda decisión constó en retomar un deslinde en torno al concepto mismo de traducción, realizado por Piglia, en una conferencia del año 2010: por un lado, considerar una perspectiva que él, un tanto irónicamente, denomina “metafísica” y que remite a ensayos filosóficos como los de Benjamin, Derrida, Berman, Spivak, entre otros, en los que se pone el énfasis en interrogantes sobre el ser de la lengua, de un texto original, de una traducción, la posibilidad misma de encontrar dos lenguas en una traducción, la tarea del traductor. Interrogantes que si bien a primera vista resultan abstractos, no dejan de estar implicados en todo acto de traducción. Por otro lado, se consideró una segunda perspectiva relacionada con lo que Piglia llama la “dinámica social de la traducción”, cuyo centro lo podría ocupar Itamar Even Zohar (2017), esto es: cómo se pone a circular y mediante qué relaciones, con qué dificultades, criterios y derroteros, un texto traducido a partir de su publicación en un campo cultural determinado. Así, a partir del cruce de estas dos dimensiones o abordajes posibles en torno a la traducción, tomaron forma una serie de preguntas para la aproximación a la singularidad del encuentro entre la traducción y la edición: algunas orientadas a la praxis específica de la traducción en el contexto del campo cultural argentino de los últimos veinte años; otras asociadas a la construcción de una imagen contemporánea del

---

1 Para profundizar en los debates sobre lo “independiente” ver el capítulo 1 de este mismo libro.

traductor en relación con cierta tradición de la traducción nacional; otras versaban sobre las injerencias de la traducción en la configuración identitaria de una editorial independiente.

De este modo, las líneas a continuación proponen un diálogo con un conjunto heterogéneo de fuentes: entrevistas realizadas vía correo electrónico en las que pudimos acercarnos a los pareceres de algunas editoriales independientes (Zindo & Ganfuri, Gog y Magog, Dédalus, Barba de Abejas, Buchwald); ensayos y conferencias de críticos argentinos, ya clásicos sobre el asunto, donde se aborda la historia de la traducción en Argentina (para el caso: Panesi, Piglia, De Diego, entre otros); así como también, notas, entradas de blogs, entrevistas de editores, traductores, escritores, es decir, figuras del mundo editorial contemporáneo, como Horacio González o Damián Tabarovsky, que completan el panorama actual.<sup>2</sup> Por último, cabe aclarar que estos apuntes procuran abordar la traducción como práctica en el marco de la edición independiente de los últimos veinte años, pero puntualmente en lo que respecta a editoriales que trabajan con literatura. Esto quiere decir que cuando se piense en la práctica de traducción esta no incluirá la denominada *traducción técnica* sino que hará referencia a lo que puede denominarse *traducción literaria*, que incluye poesía, narrativa, ensayo e híbridos que de esos géneros surgieran. Una práctica que, benjaminianamente y en términos generales, puede pensarse como la búsqueda en la escritura de un encuentro siempre aplazado entre las lenguas que pondera, en el ejercicio de pasaje entre un idioma y otro, remitir a lo intransferible del acto de lectura del texto original a través de un delicado tratamiento que, sin dejar de lado un contenido y por supuesto atendiendo la cuestión de las equivalencias posibles, se detiene en sus formas (su sonido, su sintaxis, etcétera).

---

<sup>2</sup> Si bien la primera aspiración a la que se orientó el capítulo fue a la de un mapeo de las editoriales independientes argentinas para las que la traducción funcionara como un eje central de su política editorial, lo cierto es que se fue retrayendo cada vez más hacia la capital porteña, por lo cual resulta necesario realizar una aclaración acerca de los alcances de representatividad de estas reflexiones. En este sentido, queda como interrogante y desafío para aproximaciones futuras pensar la traducción como una práctica territorializada en otras zonas del país.

### **Deseo de traducción y figuras de traductores**

Como fue señalado, una zona de indagación que aparecía en el horizonte de estos apuntes se relacionaba con pensar a las prácticas de traducción y a “lo independiente” de las editoriales en tanto dispositivos en interacción que resultarían en experiencias editoras singulares. En otras palabras, se buscaba conocer los modos en que la traducción podía configurar de manera determinante o no cierto perfil identitario de editoriales independientes, o viceversa: de qué manera lo independiente modela las prácticas traductivas de la editorial.

Según puede leerse en los materiales consultados (catálogos, perfiles y entradas de blogs de las editoriales, entrevistas, artículos e incluso conversaciones con actores del campo editorial) lo “independiente” es una categoría prescindible al momento de pensar y ejercer las prácticas de traducción, porque si bien resultan insoslayables aspectos como los costos elevados que conlleva publicar traducciones, otras muchas implicancias de la tarea de traducir no serían privativas de la edición independiente sino que podrían darse en contextos editoriales de diversas modulaciones, inclusive la corporativa. Si la categoría “independiente” se pone en crisis al momento de pensarla como determinante de las prácticas de traducción, en cambio para un sector de la edición independiente la traducción sí se presenta como práctica crucial en tanto actividad que las atraviesa significativamente al punto de armarse en al menos en tres sentidos, muchas veces religados: en ocasiones es impulso que da vida a la editorial; puede significar un ejercicio de soberanía cultural; y hasta resultar estrategia de supervivencia en el campo.

Traducir en la periferia y desde la autogestión en algunos casos configura el pilar fundacional de la editora independiente; en otros se trata de una práctica que continúa al proyecto poético personal de los editores como si se tratara de un terreno de exploración; y en otros es gesto lateral que adviene tiempo después de la creación del sello pero se encuentra muy relacionado, otra vez, con la praxis de escritura. En estos y en otros proyectos editoriales, sea cual fuere el momento de advenimiento, la traduc-

ción se liga a la centralidad de lo literario y muy específicamente de lo poético, y más específicamente aún: del deseo.

En el encuentro de la práctica de traducción con la edición independiente lo que se armaría es la figuración de un deseo de traducción que sólo la literatura –aquello que se traduce, incluidos ensayo e híbridos– pone en juego. No se trataría de dos variables que se encuentran sin más en oportuna o aventurera proyección comercial sino que necesitan ser pensadas a través de la figuración de un deseo que se cumple en el acto de lectura y que impulsa al lector –a estos editores que se reivindican como lectores de literatura– a querer traducir. Sería más bien, entonces, una instancia inicial que no desconoce las reglas del mercado pero tampoco las precisa ni para establecer los criterios al momento de seleccionar materiales plausibles ni para reconocer el tipo de traductor que se necesita para abordarlos. En este sentido, predomina el interés por textos que movilicen, que gusten, que entusiasmen y “valgan”, que tengan “voz y autonomía”, que posean, en fin, una fuerte afinidad estética con traductores y/o editores sea cual fuere la configuración identitaria que estos encarnen.

Por otra parte, si la conceptualización y la praxis que comprendería “lo independiente” en el campo editorial de nuestro país ha mudado de acuerdo a las coyunturas sociales y políticas de las últimas décadas, la traducción aparecería como afirmación de un campo literario nacional que desde posiciones periféricas se apropia de literatura en lengua extranjera, traduce y por ello relee y pone a dialogar esos textos en el territorio de la lengua nacional. En este sentido, afirma Eugenio López Arriazu, editor y traductor en Dédalus, que una de las motivaciones para sostener la práctica de traducción es, justamente, “traducir desde la Argentina lo ya traducido (...) retraducir al rioplatense”; y en palabras de Patricio Grinberg, editor y traductor en Zindo & Ganfuri, hacer “traducciones argentinas, bien rioplatenses y no pensadas para el mercado hispanoparlante”. Entonces el deseo de traducción aparecería también, en algunos casos, el de la afirmación de una lengua y el de la apropiación y puesta en circulación de nuevas lecturas. Así pensada, podría hipotetizarse que la traducción acciona

al menos un sentido de “lo independiente” de las editoriales en tanto práctica o “ejercicio de soberanía cultural”: combatiendo la imagen cultural del desierto mediante una lengua “amasada con el tránsito y acumulación de traducciones” (Panesi, 1994: 4). De esa productividad dan cuenta las respuestas a las entrevistas realizadas y los especialistas leídos o consultados: en la Argentina actual la traducción en la edición independiente resulta un modo –tal vez privilegiado– de crear espacios de lectura, con nuevos lectores y nuevos modos de leer, que permiten propulsar nuevas estéticas, reapropiarse de textos clásicos, dar a conocer obras y autores nunca antes traducidos, revitalizar un género y a su vez dar identidad y legitimar la práctica editorial, incluso si esta última no emplaza su dispositivo identitario en lo “independiente”.

En este marco, la figura del traductor cobra un lugar primordial. Lejos de estar invisibilizada, a ella se adhieren un conjunto de requerimientos que la complejizan y modelan, asociados principalmente a su conocimiento –podría decirse, poético– sobre la propia lengua y el estado actual del campo literario nacional. Se pondera el conocimiento profundo del español por sobre el manejo de la lengua extranjera y un oficio en la traducción alejado de la figuración del escriba que realiza casi automáticamente un saber técnico. En las editoriales independientes donde la traducción constituye un pilar fundacional o bien ocupa un espacio significativo del catálogo, el oficio de traducir implica en suma tener la suficiente pericia como para escribir de modo tal de hacer literatura en la propia lengua y leer de modo tal que encuentre aquello que merece ser traducido. Ligado con lo anterior, el oficio de traducir también implicaría comprender esta práctica formando parte de un proceso productivo que la editorial debe sostener y por lo tanto resulta fundamental que quien traduzca entienda su propia labor como un trabajo. En este sentido, la pregunta por quién es el traductor en una editorial independiente se asocia a la de cómo se conjuga una práctica de traducción, especializada y remunerada, que no siempre el editor puede llevar adelante, con unos modos de financiación que muchas veces transitan por zonas alternativas a las lógicas del mercado. En este punto resulta significativo que

muchos de los traductores sean los mismos editores y que sean sus propios deseos (coincidentes con sus inclinaciones literarias) y conocimientos (a veces ligados una trayectoria familiar, otras a una intelectual) los que se pongan en juego mostrando que los devenires de la actividad editorial impactan en los de la actividad de traducir. Es decir, si puede sostenerse con Winik y Reck (2012) que en los últimos años la actividad editorial independiente ha trazado un camino hacia la profesionalización, el traductor acompaña ese cambio. No se trataría, en este sentido, de que la profesionalidad del traductor pase por un título o por un modo de traducir, sino por su habilidad para presentar un proyecto acorde o rentable a una editorial y esto no puede sino anudar situaciones en las que, por ejemplo, la editorial depende de ganar un subsidio para financiar esa traducción. Podría afirmarse que si el editor es un *multitasking*, el traductor en una editorial independiente no se queda atrás; de allí que su figura, alejada de un gabinetismo de neurosis filológica, se modele además con la del agente literario que conoce en profundidad la zona del campo cultural pronta a ser intervenida con su trabajo de traducción.

### **Leyes ¿del mercado? La traducción como estrategia**

Los devenires de la traducción en editoriales independientes se acompañan con las coyunturas políticas y económicas que repercuten en el mercado del libro argentino. En este sentido nos preguntamos qué lugar tiene la traducción en contextos que podríamos llamar neoliberales: si se trata de una estrategia de supervivencia solamente porque permite continuar vendiendo libros clásicos que no pierden nunca sus consumidores, y da un margen económico para que la editorial pueda continuar editando otros materiales nuevos, alternativos; o si acaso se inserta en el camino de lo que dio en llamarse, desde los 90, bibliodiversidad.<sup>3</sup> Y si se insertó en ese camino, ¿cuáles fueron las particularidades del libro traducido en ese marco?, por último, ¿son las mismas que las que viene adquiriendo en la crisis del período macrista en la Argentina?

---

<sup>3</sup> Sobre los orígenes y alcances de ese término, ver capítulo 1 de este libro.

Cuando se sostiene que la traducción puede armarse como estrategia (y agregamos: de supervivencia en los campos editorial y literario de nuestro país), el enunciado funciona en por lo menos tres sentidos que en la práctica tienen muy en cuenta tanto a la tradición literaria y editorial en que se insertan los trabajos de traducción, como a la coyuntura puntual en que emergen y/o al público lector al que la editorial quiere interpelar. En el presente de una gravísima recesión económica, para una editorial de creación reciente como lo es Buchwald, la traducción se entiende como un plus porque encuentra en el saber de la lengua extranjera un recurso valioso que no le supone “gasto adicional”: sus editores son traductores, traducir es la apuesta para iniciarse como editorial, y en su proyección comercial tienen a la traducción como dinamo: “Para nosotros seguirá siendo el núcleo de la editorial, ya que es nuestra fuerza. Pagar una traducción implica un costo elevado, del que podemos prescindir. Es uno de los aspectos en los que nos sentimos aventajados”. Que la publicación de textos traducidos permita la inserción, aunque trabajosa, en el campo editorial y, en el caso de las editoriales no tan incipientes, permita generar movimientos en el circuito literario local indicaría una estrategia de supervivencia en el campo ligada a una literatura nacional que tiene a la traducción en sus operaciones fundacionales y con ello una tradición de lectores “preexistentes”, que consumen literatura traducida. A esto refiere Schierloh, editor y traductor de Barba de Abejas: “(...) los lectores argentinos leemos mucha literatura universal, así que ahí hay una demanda histórica constante que una editorial, con planificación e inteligencia, puede aprovechar muy bien para poder desarrollarse”. La estrategia, además de no desconocer tradiciones, tiene otra arista en el reconocimiento de la ubicación periférica en relación a los centros oligopólicos y formadores del canon, lo que permite retraducir desde ese margen autores canónicos y que ello resulte provechoso, como señala López Arriazu para el caso de Dédalus: a la “necesidad de hacer nuevas traducciones, como con Dostovieski (...) o simplemente el gusto, como Rabelais o Sade o Maupassant o Blake” más ligados a la productividad del deseo que se mencionó apartados arriba,

se le suma la traducción “en función de la academia: por ejemplo, el Martí búlgaro Jristo Bótev o La guzla/Canciones de los eslavos occidentales de Merimée/Pushkin o Tennyson”, o la traducción que viene a cubrir faltantes en el mercado porque “los clásicos famosos se venden siempre. En menor volumen que otros títulos, pero de forma constante, por lo que te aseguran un piso de facturación”. Sea cual fuere la estrategia concebida y puesta en marcha, un horizonte de la traducción en la edición independiente aparece en formación y toca a la mayoría de los proyectos editoriales visitados: se trata de la combinación de la práctica de traducción de una lengua y una literatura, ligada a la figuración identitaria de la editorial, y que esa combinación favorezca su visibilización además de ser capaz de generar ventas. Podríamos tomar como ejemplo lo señalado por Miguel Balaguer (2014) cuando refiere a *El libro del Haiku* que había lanzado Bajo la luna por primera vez en el año 2010: se trata del libro más vendido por la editorial –“lleva cinco ediciones de 1000 ejemplares. Es un título inoxidable que se seguirá publicando y que vende aproximadamente 500 o 600 ejemplares por año”– pero además, se trata de un libro de poesía traducida, ligado fuertemente a un interés inicial por ocupar un espacio vacante en el mercado y en el campo editorial nacional, que viene de manos dadas con el interés fundacional del sello cuyo rasgo identitario fuerte hoy se basa en la publicación de literatura extranjera traducida y sobre todo, de poesía extranjera traducida.

Por otra parte, la edición de libros traducidos tiene sus propias leyes que, contempladas en el marco de las legislaciones de la propiedad intelectual, permiten pensar las particularidades de la práctica en una trama que complejiza aún más la posible determinación del juego de oferta y demanda en la edición independiente. Para pensar los pliegues en los que se mueven la edición, la legalidad y la traducción, resulta productivo recuperar las aproximaciones que realizaron a esta cuestión tres editoriales entre las nombradas anteriormente, que tienen en común el hecho de que sus editores son al mismo tiempo traductores en su proyecto, pero que sin embargo encaran el problema de diferente manera.

La pregunta fue la siguiente: ¿De qué modo se conjuga la práctica de traducir, su legalidad (en todo el espectro de posibles significados que puedan adherirse) y el posicionamiento y el accionar como editorial independiente? En las respuestas se percibe cómo el interrogante por los marcos de acción en la legalidad actúa como un disparador que transparenta cuestiones fundamentales acerca de los modos en que se lleva adelante la edición independiente -bajo qué creencias y a partir de qué decisiones- a la hora de realizar una intervención en el campo cultural, y por lo tanto de cierto posicionamiento a la hora de autodefinirse.

Así, por ejemplo, en el caso de una editorial como Dédalus, fundada en 2005 y contando entre sus filas a editores de profesión, su respuesta pone de relieve la propiedad intelectual del traductor en su práctica y por lo tanto prioriza una legislación sobre sus propios derechos, al punto en que incorporan nuevas cláusulas:

Se me ocurren dos aspectos principales de las leyes relacionadas con la traducción. Por un lado las leyes que protegen los derechos de autor hasta 70 años de la muerte. Obviamente eso condiciona la práctica porque no podés publicar cualquier cosa. Más allá del costo de los derechos, puede ser que no te los cedan. En cuanto a los traductores, nosotros hemos incorporado las cláusulas que les permiten renegociar los derechos de traducción al cabo de un tiempo. Es decir, no los obligamos a cederlos de por vida. Por otro lado, hay títulos que nos fueron cedidos por los autores, sin pagar derecho, pero eso no sé si tiene que ver con que somos independientes. Por un lado puede ser, es más fácil “llorarles” que no tenemos plata, pero otras veces tiene que ver con que los autores priorizan que se los publique al dinero, sobre todo si nunca fueron traducidos al español.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> La ley 11.723 sobre la propiedad intelectual incorpora cuestiones atinentes a la traducción en varios de sus artículos. Así, en el artículo 4, se determina que: “Son

En este sentido, a la cuestión de una atención especial a los derechos del traductor, se le suma un segundo asunto que tiene que ver con posibilidades que, aunque no sean determinadas por la edición independiente, sí adquieren justamente por esta característica, un matiz particular: la cesión de derechos a una editorial independiente para poder publicar, mismo eso signifique quedar fuera del flujo de las ganancias. Así, autores desconocidos que difícilmente consigan ser publicados en países de habla hispana por las dificultades que pueda llegar a comportar su lengua original, lo consiguen en estas editoriales que se le animan a “lenguas menores” como el búlgaro, para lo cual, deberán entonces, ceder sus derechos.

Ahora bien, si la respuesta de Dédalus se mueve dentro de la legalidad, incluso, agregando nuevas cláusulas que parecen estar asociadas a mejorar las condiciones de la actividad traductora, y sustentadas, entonces, en un conocimiento teórico y práctico por parte de sus editores de la traducción profesional, otro cariz tiene una respuesta como la Schierloh, cuyo trabajo está orientado a la traducción del inglés, con énfasis en textos menos conocidos de autores canónicos como Melville o Thoreau.

[C]reo que los editores independientes (y especialmente los editores artesanales: entre nosotros son muchos los libros que no tienen ISBN, libros indocumentados o “clandestinos” para la

---

titulares del derecho de propiedad intelectual: a) El autor de la obra; b) Sus herederos o derechohabientes; c) Los que con permiso del autor la traducen, refunden, adaptan, modifican o transportan sobre la nueva obra intelectual resultante; d) Las personas físicas o jurídicas cuyos dependientes contratados para elaborar un programa de computación hubiesen producido un programa de computación en el desempeño de sus funciones laborales, salvo estipulación en contrario”. Por su parte, en el artículo 23, se determina que: “El titular de un derecho de traducción tiene sobre ella derecho de propiedad en las condiciones convenidas con el autor, siempre que los contratos de traducción se inscriban en el Registro Nacional de la Propiedad Intelectual dentro del año de la publicación de la obra traducida [...]”. También, el artículo 24 versa: “El traductor de una obra que no pertenece al dominio privado sólo tiene propiedad sobre su versión y no podrá oponerse a que otros la traduzcan de nuevo”.

ley 22.399,<sup>5</sup> entonces, sancionada durante la última dictadura militar, igual que la resolución 15.850/77) tenemos mayor libertad para movernos en el campo, y especialmente en los claroscuros de una clandestinidad (no confundir con eso que llaman, bien o mal, piratería: no se trata de copiar una traducción y duplicar un libro de éxito en una imprenta para salir a “reventarlo”). Pienso que si uno no se mete con los autores pesados de la industria editorial, o con los fenómenos editoriales de cada año, a nadie le importa lo que uno haga (y más en un país tan periférico geográficamente como el nuestro), siempre que sea a pequeña escala y, tal vez lo más importante, como parte de un proyecto editorial orgánico y genuino (los catálogos editoriales son una memoria elocuente de estas decisiones). Entonces, hay que usar esa libertad para hacer cosas significativas: traducir, no copiar y pegar y publicar cualquier cosa pensando meramente en un negocio. Por cada libro de un autor clásico (incluso por cada libro nunca antes traducido de un autor clásico) intento que haya un descubrimiento, o al menos la proposición de un descubrimiento. [...] Es notable que todavía haya instituciones y gente que lo niegue, pero la cultura en general y la edición en particular necesitan de esta dinámica del conflicto para desarrollarse.

Es así como la traducción se plantea para Barba de Abejas como un modo de meterse con los “pesos pesados”, los grandes autores editados por las grandes editoriales, y el modo de hacerlo implica un salirse de la ley, una ley que considera injusta, y poner

---

<sup>5</sup> Impulsada por la cámara argentina del libro, el decreto-ley N° 22.399 instituyó en nuestro país la obligatoriedad del I.S.B.N.

en discusión los modos de producción mediante la pequeña escala y la artesanía<sup>6</sup>. Ahora bien, si la traducción le permite meterse con los pesos pesados es porque también le permite mantener en el plano de su actividad un acto creativo que se propone como un gesto de injerencia en la cultura. La clandestinidad encuentra su legitimación como tal en tanto se distancia de la piratería justamente porque esta última intenta filtrarse en el mercado siguiendo sus lógicas, a pesar de salirse de sus leyes.

En cierta medida, en la respuesta anterior, la disputa por la legitimidad cultural del quehacer editorial y traductivo se juega en un “fuera de la ley”; por el contrario, la legitimidad para una editorial como Buchwald, parece ser otro. Para esta editorial fundada recientemente y con algunos pocos pero contundentes títulos en su catálogo, la construcción de una identidad y una legitimidad pasa justamente por un ejercicio enmarcado dentro de la ley:

Nosotros solo trabajamos con obras de dominio público. No podemos comprar derechos por ahora, ya que requiere mucho dinero. Al iniciar nuestra editorial, optamos por mantenernos “en el marco establecido por la ley”, porque observamos que es una distinción que en el campo es valorada por quienes son profesionales de la edición. Se presenta como necesaria en el momento de afianzar el crecimiento de la editorial. Luego, es otra historia. Con una trayectoria consolidada o un reconocimiento establecido, uno puede darse el lujo de habitar los intersticios y llevarse por delante cualquier obstáculo. Esperamos el momento de poder ser más anárquicos sin estar en el ojo de la tormenta.

Asumiendo un lugar menor dentro del mundo de la edición como punto de partida (no solo están construyendo su legitimidad sino

---

<sup>6</sup> Sobre el modo de producción artesanal, ver capítulo 8 de este mismo volumen.

que además lo están haciendo sin dinero), la editorial busca la legitimidad otorgándoles el poder de valoración a los traductores profesionales, puesto que parece ser que es con ellos con quienes quiere dialogar, para luego sí, dar el paso hacia el gesto “anárquico”.

En este sentido, la traducción en la “clandestinidad”, “dentro de la ley” e incluso acrecentando y modificando los mismos marcos de legalidad, significa para estos editores traductores un modo de construir una identidad editorial sustentada en la legitimidad de su gesto, ya sea por distanciarlos de la mera copia o de la práctica traductiva como un trabajo impersonal diluido en las lógicas aplastantes del mercado a gran escala. Los modos en que se traduce, los conocimientos a los que apela y los interlocutores que abre la tarea de la traducción, sean estos las grandes editoriales o un círculo de traductores especializados, caracterizan y definen, al menos para Buchwald, Barba de Abejas y Dédalus, la actividad editorial independiente.

### **Traducción y crisis. El libro traducido hoy**

Ante la pregunta por las perspectivas actuales de la edición de traducciones, Patricio Grinberg, el editor y en muchas ocasiones traductor de Zindo & Gafuri, responde: “Perspectivas catastróficas, fundamentalmente porque las tiradas son cada vez más chicas, las ventas son cada vez menos, y entonces el costo unitario de cada libro aumenta cada vez más y a lo que te lleva, en mi caso, por ejemplo, yo tenía pautado para este año unas quince traducciones y es a reprogramarlas, redefinir contratos, y bueno, cosas así...”.

La relación entre la traducción y el dinero es, en el mundo de la edición, quizás una de las más claras. La remuneración se halla pautada a tal punto, en una proporción de pesos por palabra, que a la hora de pensar los costos de publicación de un libro, el hecho de que este tenga que ser traducido, inmediatamente significa un aumento de sus costos de producción. Como se dijo más arriba, también es cierto que muchas editoriales independientes que publican traducciones pueden hacerlo en base al hecho de que los mismos editores traducen y además, gratis. De ese modo, la edi-

torial nace y se mueve con un valor agregado que descansa sobre sus editores *multitasking*.

Ahora bien, volviendo a la cuestión de los costos de traducción, resulta inevitable entonces preguntarse por los avatares de la traducción en una editorial independiente en los momentos de crisis económicas en Argentina; situación que genera una competencia dispar y aplastante en tanto fuera del país las editoriales españolas continúan imprimiendo y exportando libros traducidos en cantidades. Es decir, qué pasa cuando en el marco de un conjunto de políticas neoliberales, la apertura indiscriminada de importaciones afecta a la industria regional del libro y, particularmente, a la edición independiente, y entonces las editoriales españolas que traducen en sus casas matrices parecieran llegar con más fuerza a las librerías del país ¿Cómo se juega la traducción en todo esto?, ¿está el ritmo de la traducción en la edición independiente acompasado o más bien determinado por los devenires económicos del mundo editorial? Esta pregunta no remite a un tiempo posible o a un puro presente, sino que forma parte de las fluctuantes configuraciones que ha tenido el universo editorial a lo largo de todo el siglo XX en una relación de tensión -no sólo de conflicto, porque también ha sido muy productiva- con España o con los editores españoles o bien con el libro español. Por no ir muy lejos, pensar en los últimos 40 años, entre la recuperación de la democracia argentina y la globalización, significa considerar cómo se disputaron espacios —a veces con qué políticas otras veces con qué libros- a una progresiva concentración de las empresas del libro por parte de algunos pocos grupos y la progresiva “desnacionalización de la industria cultural” (de Diego, 2010). Desde esta perspectiva, también es sabida la misma homogeneización de la oferta de libros, que sin embargo deja un lugar vacante que fueron ocupando un creciente y heterogéneo número de sellos que se caracterizan por cuidar sus ediciones y sus catálogos, que pueden a veces autoproclamarse independientes o alternativos o simplemente evitar las proclamaciones, y que justamente sostienen y garantizan en el trabajo cotidiano mediante alianzas más solidarias y expectativas culturales y no

tanto monetarias, la que se ha denominado como “bibliodiversidad”. Si bien esto puede decirse que ha empezado en los sesenta, su estallido remite a las crisis del noventa y pos 2001, aunque fue tomando en estas últimas instancias configuraciones diferentes: si en los 90 se encuadra lo que dio en llamarse el “estallido de la edición independiente” como un proceso de resistencia a las leyes del mercado transnacional del neoliberalismo, sería luego de la crisis del 2001 y en ciudades como Buenos Aires, Rosario, La Plata, Córdoba, que este modo de producir, difundir y distribuir se radicalizó y, según Winik y Reck, amplió la idea de lo independiente. Según los autores, “en este segundo momento se incorporan las ideas de la bibliodiversidad de formatos, de tiradas, y comienza a desarrollarse el planteo no sólo de editoriales, sino que, gracias a la ‘democratización’, más autores logran auteditar libros e inventar modos de distribución de los mismos” (2012: 554). Finalmente, sobre nuestra última crisis, factible de ser fechada alrededor del 2017, el diagnóstico continúa siendo el mismo<sup>7</sup>. Hace poco, en 2019, Horacio González dio una entrevista para el blog de Eterna Cadencia donde al mismo tiempo en que responsabilizó a una minoría de editoriales jóvenes por editar “las cosas más interesantes en Argentina”, aseguró que en un país donde la venta de libros disminuyó al menos en un treinta por ciento, resulta un “milagro” que se sigan editando libros.

---

7 Esto, incluso, cuando señalen modulaciones que cambian el signo al contenido del término independiente y de su quehacer. Nos referimos en particular a la lectura acerca de la profesionalización de Winik y Reck: “Cuando en el post 2001 se desarrollaron experiencias editoriales, todo estaba por hacer. El lugar del editor era un espacio a colectivizar, un territorio en pugna con los deseos de los autores, que debía cautivar al público, mostrar las producciones e inventar nuevas capacidades en el hacer editorial. Hoy pareciera que lo independiente parece haber devenido lo profesional, las tiradas calculadas, los registros similares, en términos de colecciones, ediciones, distribuciones. Entonces lo independiente se profesionalizó porque funcionó como modelo de negocios y dejó de representar todo ese otro cúmulo o potencia del que se carga en términos simbólicos para ser. Si en algún momento se creyó que los proyectos editoriales independientes eran la radicalización de ciertas prácticas hegemónicas, la producción de discursividades subversivas, de ideales desestabilizadores, de textos virulentos, hoy pareciera que se busca establecer sólo prácticas que tiendan a crear consenso y a buscar reconocimiento desde los canales legitimados” (2012).

Si se vuelve a poner la cuestión de la lengua en el marco del problema económico y las disputas y articulaciones entre un mercado transnacional y una multiplicidad de editoriales independientes, puede verse que el debate sobre las políticas de traducción está de lleno involucrado en sus dinámicas. El debate sobre las políticas de traducción, por supuesto, tampoco es ajeno a un debate y una disputa por la dominación de una lengua y que implica la dominación de una industria cultural por sobre otra en el marco de una lengua, es decir, la legitimación de una variedad lingüística por sobre otra; o sea, por todas las aristas puestas en juego a la hora de ejercer el dominio sobre una lengua y una cultura, digamos, la hispanoparlante. La variable económica es fundamental y los países latinoamericanos de habla hispana entran en una puja con la industria cultural de España y sus grandes grupos editoriales<sup>8</sup>. La ecuación entonces sería la siguiente: si entre Latinoamérica y España es esta última quien posee el mayor capital económico para comprar derechos, imprimir, editar, pagar a traductores y distribuir, entonces parece evidente que es allí donde se decide quiénes van a traducir y sobre todo qué se va a traducir y qué no: qué lenguas, qué países, qué autores, qué géneros, qué estéticas. Esta es también la opinión que expresó Damián Tabarovsky en una nota para el diario *El País*, el 19 de abril de 2019, titulada: “Una lengua se compra y se vende”. Allí sostiene: “La lengua es una mercancía que circula por toda clase de tecnologías y soportes, incluidos los libros. Si España es el territorio económicamente dominante en la lengua, ¿cómo no tendría su industria esa preponderancia? Sobre esto vale la pena discutir, antes que sobre la calidad de las traducciones”. La tajante afirmación de Tabarovsky, aplaza otras discusiones no

---

<sup>8</sup> Si bien es cierto que la relación editorial en lo que atiene a la cuestión traductiva entre España y Argentina fue variando a lo largo de la historia del siglo XX, de un modo que hasta podría pensarse como un flujo por momentos de cierta reciprocidad. Solo por señalar someramente la cuestión, resulta ineludible el aporte de los editores españoles que vinieron a Buenos Aires cuando la Guerra Civil española y el modo en que activaron el campo cultural argentino, del mismo modo en que resulta innegable que Madrid y Barcelona resultaron los destinos de los exiliados argentinos y las editoriales sus principales lugares de trabajo.

menos importantes —a los lectores sí les interesa la calidad de las traducciones— y parece realizar un gesto un tanto reduccionista al acotar a la lengua a una mera mercancía y su circulación a la lógica plana del mercado. Incluso, si se sigue el hilo de este razonamiento, pareciera que la cuestión se esgrime entre Argentina y España, como dos bloques desiguales, cuando en realidad y según la coyuntura, la cuestión también incluye lazos regionales y características cartográficas disímiles en el interior del país. Sin embargo, la misma fuerza de la afirmación genera en el lector la pregunta por los modos en que los libros traducidos por editoriales independientes pueden abrir nuevas zonas del mercado, generar sus redes de circulación, sus propios lectores y competir incluso con lo que parece imposible. La nota va justamente en esa dirección: “Entonces: si no existieran las editoriales independientes no existiría más en Argentina la traducción al castellano con inflexión rioplatense, desaparecería esa extraordinaria tradición y solo leeríamos las traducciones españolas, determinadas por decisiones económico-estéticas de orden corporativo y gerencial.” De nuevo, es la edición independiente y, por qué no, la traducción independiente, la que puede ocupar los espacios que permitan democratizar la lengua y la lectura, y sobre todo, basar esa democratización en un encuentro con el otro realmente diverso y no tamizado por la cultura dominante. Una apuesta, como quería y ejercía Mirta Rosenberg, donde los traductores puedan continuar traduciendo por fuera de lo corporativo, y entonces desde lo colectivo, reivindicar ellos también su propia diferencia.

## Capítulo 11

### **La cara y el cuerpo del libro: el trabajo de lxs diseñadorxs en la edición independiente**

CAROLINA MUZI

Mientras en la tercera década de la edad digital aún se sigue discutiendo cómo y cuánto los viejos paradigmas de la industria del libro tambalean, el rol del diseño -y obviamente, de lxs diseñadorxs gráficxs- vuelve a ganar peso en la factura del artefacto más querido de la cultura.

El tironeo entre bien cultural, producto de consumo y objeto del deseo no podrá jamás tupacamarizar el placer concentrado que supone la sinapsis con un libro, un acto que -más allá de todos los estratos comunitarios y gremiales que han intervenido en él-, se produce en solitario: una persona y un objeto, mediados por la más variada alacena de la vida y la gran especiería de la humanidad.

Pero si en un libro, el máximo logro del diseño es evaporarse de la percepción en el momento de lectura permitiendo una relación limpia y natural entre la obra y el lector, en la portada los diseñadores deben enfocar toda la artillería conquistadora en sentido contrario: *pregnancia*. Dicho con una metáfora bastante obvia: la ventana no define al paisaje, aunque... cuánto lo condiciona. ¿Y si el hecho comunicacional de una tapa lograda alumbrara una hermosa palabra? Acá una: *paisagema*. *Piu avanti!*

Hay quienes abonan la teoría de que un libro bueno nunca podrá tener una tapa suficientemente mala y a la inversa. La ilustradora Roser Capdevila humaniza a las portadas: “Es como la cara de una persona recién conocida, si quedas seducido con la primera impresión, luego puede que quieras conocerla mejor. Si en el rostro las facciones se dan por la conjunción de ojos-nariz-boca, en una cubierta lo hacen a través de título, autor, editorial e imagen” señaló la autora para quien las ferias y las librerías tienen el mismo sabor que los congresos internacionales: “las distintas líneas editoriales vienen a ser las diferentes etnias participantes” (VV.AA. 2005). Vamos a recorrer una versión doblemente descolonizada: del mercado y del imperialismo ibérico.

“El sueño de la razón produce monstruos” es el título que Goya le puso hace 220 años al grabado en aguafuerte número 43 de sus Caprichos que, en realidad, comenzaron siendo Sueños. El escritor Néstor Darío Figueiras llamó *Capricho#43* a su segundo libro. En la tapa, el diseñador Paulo Santoncito plantó una ilustración de Maxi Bárbaro que completa el pase tempo-ficcional de este breve artefacto de celulosa con una cabeza de medusa color chocolate, vibrante de pesadillas goyescas.

Como en la lámpara de Aladino, la cabeza se abre desde un logo al pie de la portada: Peces de Ciudad, desde una tapa de papel impresa en la costa atlántica al sur. Cambio y fuera.

Ahora, si la construcción de identidad es uno de los principales objetivos del diseño editorial, la bahiense Peces de Ciudad pegó un volantazo en el mono camino -cromático y tipográfico- de sus estrictas tapas iniciales para arriesgarse con ilustraciones muy dispares cada vez: “Es que aquellos recursos del comienzo colaboraron en crear una identidad propia, con portadas que nos ayudaban a acelerar el proceso de edición y abaratar costos: somos un proyecto autogestivo, con la venta de un libro editamos el siguiente”, explica Soledad Blanco antes de mencionar el plus de riesgo de la reciente colección: tapas ilustradas y total libertad para lxs autorxs en cuanto al diseño. Osades. “En el interior, optamos por diseño clásico, tipografía clásica, una caja de lectura espaciosa, que otorgue comodidad al momento de leer”, detalla.

Junto al papel ahuesado y las solapas del traje, hay algo que a pesar de la crisis esta casa bahiense sostiene como una victoria política: la postal que acompaña sus libros y, de algún modo, hace al diseño integral, a cargo de Sebastián González.

Entre sus preferencias de diseño editorial independiente, lxs atlánticxs citan las ediciones artesanales de la hermandad Seis-Dedos, de la ciudad de Dolores, militante didáctica e incansable de la encuadernación y compiladora reciente del volumen *La guerra en curso*, poesía de Leonor Silvestri con una portada tan sin concesiones de diseño como su propia e irreductible autora, hecha ícono con una gorrita púgil y los colores de la pelea sostenida: rojo y negro, se sabe. Seguramente Silvestri ni lo haya pe-

dido así. Pero vale igual una vieja anécdota de portadas: según contara el crítico español Javier Aparicio Maydeu (2018), Kafka se arrodilló varias veces por carta ante su editor de Leipzig, Kurt Wolff, implorándole que sus diseñadores se abstuvieran de dibujar ningún insecto en la portada de *La metamorfosis*. Sabía que la imagen mataría al texto, disiparía su tensión. Seguimos con los bahienses, que en su familia preferencial destacan también a Gourmet musical y a Odelia, la editorial que conducen ocho mujeres, con sus preciosas y precisas ventanas odélicas: a cada historia su aire elocuente de entrada y salida. En *Todo nos sale bien*, de Julia Ordoqui, una tapa gris mechada por llamas ascendentes (que remedan al ícono-emoji en boga, la imagen que disparamos como lanzallamas gráficos para expresarnos por whatsapp, instagram o facebook), introduce al duelo familiar por un padre que enferma de cáncer en uno de los libros más conmovedores de 2019. El circuito cromático de portada en *Florecieron los neones*, la novela de J. P. Zooley, funciona con la literalidad-ficción de las buenas ilustraciones.

Imposible pensar en diseño de libros y que desde el imaginario no levanten la mano en dulce montón aquellas colecciones populares que marcaron a muchas generaciones: de Robin Hood a los fanzines rectangulares de Mafalda, a Los cuentos del Chiribitil de EUDEBA. O en la diversidad increíble de los Libros del Mirasol, ahora que el derrotero de su diseñador ha sido rescatado y puesto en la superficie con la gloria de un náufrago insigne: Cotta, Juan Angel, tal vez el máximo portadista nacional. Para dimensionarlo, el reciente libro-gesta de Francisco Roca y Leandro Castelao (2019) rescata el itinerario de este artista con reproducciones a página de las 122 tapas de Cotta para la colección del Mirasol antes de morir subrepticamente a los 42 años, en 1962.

Pero, por qué al intentar desglosar el diseño editorial, clavamos el taco en las tapas. Quizá porque frente a la avanzada Kindle amaguen con ser un lujo en vías de extinción. El arraigo de las portadas es la imagen del libro que sobrevive. “El pobre digital es una especie de indocumentado, no tiene identidad ni particularidad, se ve como todos, vive dentro de un aparato”, observa

la escritora Florencia Werchovsky, para cuyos libros (*El telo de papá* y *Las bailarinas no hablan*) tuvo el lujo de portadas diseñadas e ilustradas por Dr. Alderete, iniciador de una nueva genealogía de visualidad latinoamericana SXXI. Un ejemplo potente de la saga Alderete es la portada de *Black is Beltza* (2018), un cómic negrista-vasquista que ilustró con textos del Negu Gorriak Fermín Muguruza para la ultra indie de historietas e ilustración porteña: Moebius.

Ahora las tapas: ¿de quiénes son? Si en lo formal dependen de la dirección de arte, tanto en las grandes editoriales como en las independientes, son producto de ese diálogo que tendrá menos o más fluidez y calidez entre autorxs, editorxs y diseñadorxs. Como en cada espacio con patronxs, posiblemente el eco de la voz de los autores sea inversamente proporcional a la escala de la editorial.

Cabalgemos con ganas de volver hasta la segunda mitad de la década ganada, palenque Córdoba, a bordo de Caballo Negro, la editora que con un eslogan en prosa poética dice enarbolar a la literatura *como un animal oscuro que corre por el territorio* y ahora estrena nuevo isologo, con las crines más aerodinámicas. “Cuando comenzamos, hace diez años, hicimos un planteo gráfico pensando que no lo íbamos a modificar por muchos años. Y así fue, solo que al ser una editorial pequeña, con pocos recursos, se van atendiendo siempre las urgencias: primero lo más importante: el contenido del libro y luego su circulación. Nuestros diseños iniciales envejecieron antes de que pudiéramos reaccionar y cambiar”, observa el editor Alejo Carbonell.

Desde el comienzo, explica, tienen un diseñador de interiores y uno de tapas y comunicación: Guillermo Barbero y Gonzalo Peralta son amigos y nunca antes habían hecho libros. El enriquecimiento del tándem histórico es evidente con sólo observar las tapas de este corcel: “Estamos en un punto que consideramos ideal porque todos hemos aprendido mucho y podemos hacer aportes más significativos y oportunos. Por otro lado, tenemos ahora a una persona con muchísima afinidad editorial que hace las tareas de producción artística en las tapas y también de edi-

tora gráfica, y nos ha mejorado sensiblemente las colecciones con conceptos nuevos: Carolina Ellenberger es el enlace entre lo que pensamos que será un libro y las tareas de edición gráfica”.

### **Si me das a elegir**

“La señal es una promesa que debe ser cumplida”, suele decir con conocimiento de causa el diseñador octogenario Ronald Shakespeare, autor de la identidad del mapa original del subte porteño, entre otras orientaciones para el espacio público como los nomencladores de calles de Buenos Aires. Se refiere a la señalética, claro. Pero bastante válida resulta su frase para una tapa y tal vez para la vida en general.

Las portadas no pueden prometer algo que no haya adentro, aunque quizá sí quedarse cortas. Y eso sucede. No tanto con las portadas tipográficas —que, ojo, en su modulación del tamaño del cuerpo y los colores pueden “gritar” más alto que una imagen—, sino con aquellas que se la juegan con una obra plástica o una foto, sin marco de caja ni nada más que el título y el nombre de quien escribe. Por caso, una tapa reciente entre las miles de una multinacional, que envasa el cante jondo de una maestra de corazón independiente: *Las aventuras de la China Iron*, de Gabi Cabezón Cámara en Sudamericana (allí donde brilla el trabajo de diseñadorxs y editorxs que entrenan en y se nutren de la producción independiente, aunque el *carrier* tenga otros bemoles). Con el dibujo de Paz Bardi, la estrategia de esa portada es un buen ejemplo de cómo el artista Javier Barilaro sentó un lenguaje de tapas que marcó tendencia desde que surgió editorial Mansalva, en 2006.

Factótum de esos celebrados microcuadros de mano, Barilaro dice: “Siempre visualicé a las tapas como una pequeña obra de arte en el sentido de libertad total. Con los años apareció un estilo, nos han dicho *quiero sumergirme en la experiencia Mansalva*, y representa lo que soñamos para la literatura, algunxs lo verán desconcertante. Con el tiempo se han vuelto más tranquilas y menos vociferantes. La marca de Mansalva es el uso de la tipografía”, apunta el diseñador. Por su parte Francisco Garamona,

editor de la casa toma *Once Sur*, de Cecilia Pavón, en el que la poeta aparece desnuda en tapa, tirada en un sofá, con un cuchillo para una naranja: “Una tapa en el mejor de los casos siempre tendría que ser una ventana a una realidad diferente y el cuerpo, que es lo más común que tenemos, cuando se muestra, es lo más alien. Un libro siempre tiene que tener tapa y la tapa debe tapar; pero y si destapamos ¿qué pasa?”. Pelar, es la tarea.

Hablando de *influencers*, en la variante de las tapas tipográficas, nadie logra superar la disrupción vibrante de color, tamaño de letras y composición que provocó hace ya veinte años la colección Narrativas, diseñada por Eduardo Stuppía con que Adriana Hidalgo inauguró su sello. Planos de color plastificado con el nombre de los autores cruzando en diagonal por la mano izquierda, esta serie de literatura traducida lleva más de 80 títulos publicados: “El diseño tiene dos conceptos, sencillez y contundencia. Tanto libreros como lectores la reconocen como ‘un libro para detenerse’”, señala Andrea López, directora de comunicación de AH.

### **El diseño como experiencia física**

También en modo tipográfico, aunque bien diferenciada con su fondo inmaculado y brillante, el impacto de las dos Bodoni Poster gigantes de colores, enlazadas por dos placas con autor y título, resulta elegante y comprometido con la colección Lector&s, diseñada por el estudio Tholón Khunst para Ampersand. En esta serie de ensayos que buscan recoger experiencias modernas y variadas de una práctica tan antigua como leer, alista *Los libros y la calle*: el recorrido por el mundo de un lector que comprueba una verdad: la sexualidad, la ideología, la amistad, las guerras, el amor, todo encuentra su eco en la literatura. Tanto que un día, en la cama de un hospital, en París, decide dar comienzo a un destino postergado: el del escritor Edgardo Cozarinsky.

La diseñadora Ana Hevia, directora del estudio, observa cómo y cuánto las editoriales medianas y pequeñas “redescubren el rol del diseño como generador de valor frente a los grandes actores del sector que, con su política de abarcarlo todo, continúan viendo al diseño como un commodity. Para Lector&s trabajamos las letras

como imágenes y el color como diferenciador: llevamos al límite el elemento básico de la escritura, es decir la letra. Qué mejor solución, para una colección centrada en la pasión por la lectura”.

En una variante de la abstracción visual por demás seductora, se ubica entre preferidas de lectores, diseñadores y libreros la colección *Futuros Próximos*, de la editorial Caja Negra, donde la diseñadora Consuelo Parga integró con alto éxito un lenguaje visual propio de las tecnologías y las materialidades virtuales en un formato completamente análogo como son los libros. “El diseño está en el centro porque asumimos que es parte de la relación del texto como experiencia física. La propuesta de diseño es muy consistente: de colección en evolución, con la idea de esas figuras geométricas abstractas que se presentan como figuras extrañas e irreconocibles, que parecieran venir del futuro, como si el mundo digital hubiera encarnado en esas tapas”, cuenta el editor Ezequiel Fanego. Y de la misma editorial, habría que destacar una tapa reciente de la colección Synesthesia, por la sintonía fina entre un contenido muy potente sobre visualidad y su tapa de síntesis y vibración magistral. Se trata de *Chroma, un libro de color*, de Derek Jarman, con portada del as de tapas, así en los libros como en los discos, Alejandro Ros.

“Claro que el diseño marca un diferencial en el mercado”, dirá él, poco afecto a las palabras y a las entrevistas.

No es capricho, no es decoración ni acabado de superficie aquello que hace que alguien se incline a levantar un libro. Es comunicación visual, es contenido. Comentan desde Caballo Negro: “Cuando comenzamos, si te parabas en una vidriera de librería en Córdoba se veía patente cuál era un libro ‘nacional’, o del *mainstream*, y cual era un libro local, de cabotaje. Eso se terminó, porque hay muchas editoriales en nuestra ciudad que se preocuparon por mejorar en ese sentido”.

Para la marplatense La bola, el diseño es soporte: “Entendiendo al libro como un medio para alojar contenidos, es necesario que la función sea cumplida con eficacia. Tanto el aspecto (portada, interior, maquetación, etc.) como la materialidad (papel, impresión, encuadernación) deben ser de un carácter certero y

funcional: llegar al lector y facilitar la accesibilidad”, explica su diseñador, Manuel Passaro.

Y ya que estamos en tren de accesibilidad, volvemos a la mujer que se reveló al patriarcado literario nacional y desde éste, a todos los demás, cuando plantó al gaucho Fierro para vivir un amor lésbico *on the road* y en carreta. En la versión en inglés de *Las Aventuras de la China Iron*, de Gabriela Cabezón -con traducción de Fionna Mackintosh y Iona Macintyre-, que acaba de publicar la indie Charco Press (con base en Escocia, dirigida por la argentina Carola Orloff, esta editorial se dedica a autores contemporáneos latinoamericanos reconocidos, que aún no fueron traducidos al inglés) la tapa en un plano amarillo tránsito ofrece dos trenzas de punta, erectas, una de ellas tiene un corte en seco. Un buen convite a otras culturas para esta reversión histórica de corte: “Con la tradición, con el mandato patriarcal, con la identidad otorgada y no propia”, explica la editora sobre la portada de Pablo Font, el argentino que desde Buenos Aires lleva diseñadas 14 tapas para Charco “con una visión de sistemas única y extraordinaria”, apunta Orloff.

La mayoría de editorxs consultadxs coinciden en que el diseño va segundo como vértice prioritario, tras la confección-selección de un buen catálogo y recién después, tercero, sigue el circuito de distribución y promoción correctos para acortar distancias entre escritor y lector. “Hay que plantearse que el libro se contenga a sí mismo, una clara unidad conceptual entre el aspecto estético-material con el contenido”, apunta La Bola.

Salgamos un poco del rostro para dar lugar al cuerpo en funcionamiento. La mayoría de lxs diseñadorxs consideran dos variables a la hora de trabajar los elementos de la legibilidad: decidir el tipo de caja de lectura y el tamaño de la tipografía. “Que la caja sea lo suficientemente plástica para contener diferentes decisiones autorales de modo amable (por ejemplo en una obra completa, donde ponés en un solo libro tal vez cuatro o cinco momentos de un autor, muy distintos), y que sea amable para el lector que imaginamos para ese libro, o para esa colección”, opina Carbonell. Passaro señala: “La caja de texto es un espacio que

debe manejar un peso tipográfico y de ocupación moderado y cómodo. Dependiendo del formato del libro, optamos por márgenes generosos, interlineados dos puntos por encima del tamaño tipográfico y párrafos justificados. Por suerte hay una gran cantidad de editoriales que se destacan en este aspecto. Por mencionar algunas: Caja Negra, Editorial Marciana, Walden, Tenemos las máquinas, Editorial Municipal de Rosario, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, La marca editora, Hotel de las ideas, Maten al Mensajero, Universidad Diego Portales, Alpha Decay, Sapristi, La Felguera, etcétera”.

Como buenos ejemplos de diseño, Caballo Negro señala todas editoriales que toman decisiones que ellos no tomarían jamás, “pero que ofrecen una enorme coherencia entre la gráfica y sus contenidos: la rosarina Iván Rosado, las porteñas Mansalva, Caja Negra, Cruce y las coterráneas Vilnius y Borde perdido”.

Vale la pena una pasarela de tapas por la red: la mediterránea Borde, con su aura cordobesa en un logo-rostro que conjuga una mascarita macumba con la tradición Tía Vicenta y sus tapas estridentes, disímiles, que muestra a modo de pins: una formación de cangrejos al rojo vivo en *Tanatocresis* de Silvio Mattoni. Si algo cohesiona las colecciones tracción a sangre de narrativa, poesía y dibujo en las tapas de Sebastián Maturano, como sucede cada vez más en la mayoría de las editoriales sin patrón, es la libertad.

Entre la escala de producción que permite trabajar de un modo personalizado con lxs autorxs, Cruce grita piedra libre en sus tapas, que van de una ilustración a toda portada como la de *Situaciones berlinesas*, de Raúl Zelik, a un gatito de póster sobre el teclado de una compu en *La revolución silenciosa*, de la alemana Mercedes Bunz o una portada negra íntegramente tipográfica para *El trabajo del alma* de Franco Bifo Berardi.

### **Ama la libertad**

Bahía Blanca tira. No por favoritismo, sino por la continuidad de Lux con una de las indies pioneras: Vox. En este proyecto conjunto, Carlos Mux y Gustavo López trabajan cerca del libro-objeto, por eso si algo caracteriza al catálogo son sus formatos disímiles:

“Dentro de esa diversidad es posible identificar una organicidad que se da en nuestra preocupación por los materiales que vamos explorando, los papeles, cartones, hojas, arandelas, plaquetas, cajas, plásticos, etc., junto con otros formatos de impresión en los que encontramos nuestro anclaje. Experimentamos mucho la impresión serigráfica sobre los distintos materiales”, confirman.

López señala que “trabajar el libro para potenciar su calidad de objeto, amplía la mirada acerca del libro y su interés a un ámbito que no necesariamente es el de la lectura”. Los responsables de Vox destacan el tratamiento objetual de 27 pulqui, las tapas collage de Zindo & Gafari, las imágenes de Juan Hernández para las tapas de Ediciones Neutrinos, el tratamiento artesanal de Barba de abejas –preciosista editorial de City Bell, tripulada por Eric Schierloh con una fineza integral que va de autores a materiales y puesta gráfica que puede incluir tipos móviles -; el concepto de Eloísa Cartonera, que se hizo “for export” en la Patria Grande (cartón reciclado y pintado a mano, con fotocopias internas), y la creatividad manual de las ediciones Villa Mora, entre tantas de las que se consolidan como proyectos integrales de diseño, construcción de un catálogo y modo de intervenir en el campo editorial.

A propósito de las tapas rompemoldes de Z&G, Patricio Grinberg, su curador, explica que “por alguna razón incomprensible, las portadas de poesía siguen tendiendo a un exceso de sobriedad”. Por eso en un género que es de búsqueda, transformación y transgresión, Z&G responde *ad hoc* con collages de artistas como el italiano Claudio Parentela u otros que utilizan técnicas mixtas no convencionales (Tamar Cohen, Hollis Brown Thorton o Robin Cracknell).

Entre las indies de temáticas sociales políticas, culturales e identitarias, la porteña Muchas Nueces apunta a les niñes. El rol que le dan al diseño es bien importante y explican por qué: “Si bien está cambiando, hay una visión de que lo autogestivo, lo comunitario siempre es de menor calidad, nosotrxs queremos demostrar que la autogestión puede generar productos de igual o mejor calidad que una multinacional. Por otro lado, Muchas Nue-

ces nace como una editorial de literatura infantil y juvenil en un momento en donde hay un boom del Libro Álbum, lo cual implica que nuestros libros están al lado de obras con altos estándares de diseño, así que para poder circular hay que cuidar y pensar mucho el diseño”.

La cooperativa Muchas Nueces, formada por 12 editorxs, diseñadorxs, ilustradorxs, periodistxs, investigadorxs sociales, divide el cuidado de cada libro según los intereses, y apunta a la atención de todas las facetas: “una traducción horrorosa o sin corrección es un libro malo aunque el diseño sea genial”, desliza Gonzalo Miranda. En el sector de literatura principalmente infantil y juvenil al que apuntan, es fundamental la ilustración, que suelen fusionar con fotografía en alta libertad. “Por ejemplo: en *Hojarascas*, de Susy Shock, el poema es acompañado por las fotografías de M.A.F.I.A en el primer grito trans, mientras tanto el libro *travesti / una teoría lo suficientemente buena*, de Marlene Wayar, tiene fotografías e ilustraciones basadas en las mismas fotos para acompañar los textos”. Entre las indies que aprecian, mencionan a las españolas: Pepitas de calabaza, Traficantes de sueños y MediaVaca. De Argentina: Urania, Argonauta y Rara Avis.

La rosarina Iván Rosado causó sensación con su nombre apenas kitsch y su estética emancipada: “El diseño no es algo que nos interese tanto en sí, no estudiamos nada de diseño, lo hacemos más bien de manera intuitiva y totalmente aficionada, venimos de las artes plásticas, para nosotrxs la resolución estética de los libros, desde sus tapas a sus interiores tiene que ver con algo que vemos y sentimos como parte de nuestra producción como artistas. Nos ocupamos juntxs (Maxi Masuelli y Ana Wandzik) así como de todas las instancias de producción editorial (salvo imprenta)”, escriben. Las decisiones tienen que ver con emplear obras que amamos de artistas que admiramos, jugar con el color y probar mil opciones tipográficas. Utilizamos fotografías pero mucho más obras de arte argentino de los últimos siglos. Buscamos que los interiores sean amables a la lectura, en base a eso definimos las cajas, interlineados y tamaños de fuente bastante clásicos”.

## Paleta a full

Desde el NOA castigado por las huestes más sucias del macrismo, sus socios y genealogías restauradoras que buscan disciplinar con palo y reja, destella Inflorescencia con sus arcoiris y nubes de un pop local muy Edgardo Giménez: “Es importante el lugar del diseño ya que sostiene la identidad de nuestra propuesta, una editorial con perfil desobediente en la región, que trabaja a diario identificando, visibilizando y promocionando las voces de niñes, jóvenes y adultes provenientes de espacios no tradicionales para la escritura poética. El desarrollo de un diseño especial en cada propuesta nos ha permitido impulsar estas voces, instalarlas en los circuitos culturales de la región y exportarlas al resto del país. *La máquina del tiempo* del poeta esquizofrénico Michael Parker (poesía de contexto de encierro), *antología poética Inflorescencia* con varias y nuevas voces de la literatura tucumana, *Mariquita* de la poeta lesbiofeminista Macarena Diosque y *Una* de la artista lesbiana y activista en derechos humanos Fernanda Rotondo (poesía feminista) son los títulos maravillosos que sacamos. Es posible que publiquemos poesía villera para ampliar el alcance de nuestra propuesta desobediente”, aseguran. Responsable gráfica de las primeras Marchas del Orgullo, editora de La Cascotiada y fundadora de Lúbrica Libros, el lenguaje visual inflorescente es de Patricia Dezalot. En la intersección del feminismo y las maricas, la estética de la editorial son los colores fuertes, vitales, ilustraciones, un poco de kitsch y algo de camp.

Los libros, cuentan, “transmiten el tono del contenido, su origen, son fácilmente reconocibles para posibles lectorxs interesadx y el formato plaqueta con maquetación interior y diseño de tapa profesional nos ha permitido producir libros interesantes y llamativos con servicios y mano de obra local aportando a fuente de trabajo en la provincia de Tucumán, sin recurrir a proveedores de Buenos Aires hasta ahora y garantizando un precio muy competitivo para compradorxs de todo el país”. “Pensamos que nuestro diseño está más orientado a crear mundos o mostrar mundos posibles. La fotografía en las tapas norteñas evoca siempre un

costumbrismo”, dice la editora tucumana Gabriela Olivé. Claramente Inflorescencia, que estéticamente se identifica con Gato Gordo Ediciones y Dichosa Editorial, va hacia otro costumbrismo: 100% libre, del siglo XXI.

La psicología del color, una de las más fuertes sobre los sentimientos y la razón según la obra maravillosa de Eva Heller (2017) hizo pie en una de esas colecciones hispánicas que solían pintar las bibliotecas en épocas de economías más benévolas: los compactos de Anagrama con la caja de imagen central y su envoltorio en plenos vibrantes. Es una buena noticia editorial, en estos tiempos de abusos neoliberales, el nacimiento de la cordobesa Chai a fines de 2018. Justamente, para el emprendimiento de descubrimiento y traducción de narrativa contemporánea de todo el mundo que iniciaron desde San Javier, Córdoba, Sol Urquía y Santiago La Rosa actualizaron aquel concepto con colores y tipografías contemporáneas recientes, como por caso se sintetiza en la portada de Ocho, de Amy Fusselman, con traducción de Virginia Higa.

Aunque la explosión verde-púrpura editorial, con temáticas, contenidos y gestión feminista amerita un capítulo aparte, bien vale un reconocimiento integral y gráfico a Popova, colección que la mismísima Liubov Popova hubiese estado orgullosa de ilustrar. Suponemos. Con el nombre de la vanguardista rusa, el sello Pixel enfocado en género y disidencias dentro del colectivo Malisia de editoriales platenses, puso en pista hace dos años esta serie-golosina visual y de formación. “Se cumplieron los 100 años de la revolución rusa y en la mayoría de las efemérides ni aparecieron las mujeres. Se me ocurrió el rescate de Popova para una deuda: la de una colección que discutiera sobre género, sobre todo en una ciudad tan activa como La Plata pero donde, sin embargo, circulaba mayoría de materiales informales (fotocopias, etc). Así que decidimos poner en circulación esos debates. El formato de fanzine, también es un homenaje a estas luchas”, explica Pablo Amadeo, su mentor conceptual y gráfico sobre los contenidos que van de Heidi Hartman y Judith Butler a una voz local que discute la realidad TGLBQ fuera de lo teórico: valeria flores, en

minúsculas por opción, como sentaron lxs militantes de la modernidad gráfica de la Escuela de Ulm: Inge Scholl y Otl Aicher, entre otrxs.

Y aquí cerramos (sólo para volver a abrir) con un caso en agenda: la editorial porteña Hekht, de mujeres que integran la librería cooperativa *La libre* (libros nuevos y osados) y que entre tantos materiales de apertura comenzaron a circular, por caso, la Teoría King Kong, antes de que Despentés fuera fenómeno de mercado sobre un fondo carmesí. O este recomendado contra el tabú mensual: un ensayo la pyra de bueno, de la periodista Elise Thiebaut: *Mi sangre, pequeña historia de las reglas, de aquellas que las tienen y de aquellos que las hacen*. Y al paso, otra obra recomendada de esta editorial cuyas tapas varían de libro a libro es el macro ensayo de la periodista francesa Mona Cholet: *En casa, una odisea del espacio doméstico*, en este caso con una portada super ajustada como la de Fabricio Caiazza, de Estudio Valija. Volviendo al ensamble conceptual, en su declaración online de principios editoriales Hekht cita tópicos para repensar la factura de libro:

- Creemos que un libro (como cualquier cosa) no es diferente del modo en el que está hecho. Un libro (como cualquier cosa) irradia las potencias que se enlazaron para materializarlo, las fuerzas que lo empujaron a convertirse en un objeto específico, que lo alejaron de la esfera de lo que alguna vez llamamos privado.

- Cada texto de esta máquina ha sido intervenido todo lo que ha sido posible, ha sido amasado paciente e impacientemente por editoras, correctoras, escritorxs, diseñadorxs o dibujantes. En todos los casos el sentido de la intervención es el mismo: redoblar la apuesta de la exploración.

Un pensamiento que es posible colectivizar, hacerlo bandera de las editoriales sin patronxs que, aquí y en el mundo, se animan a hacer de otro modo, a liberarse del miedo al error porque es errar.

## Capítulo 12

### **De cómo un cuarto propio se convierte en un lugar comunitario**

MARILINA WINIK Y NATALIA ORTIZ MALDONADO

#### **Las muchas manos y los garabatos**

Un libro no puede ser muy diferente del magma de prácticas que lo han hecho existir, esta es la consigna ética que hace de faro cotidianamente. Se trata de cuidar lo que crece, no solo lo que dicen los libros sino también los vínculos con las autoras, traductoras, correctoras, las artistas que colaboran en las tapas, las imprentas, librerías, lectoras, periodistas y comunicadoras. Están también los entramados con las talleristas que trabajan los textos, las investigadoras y las profesoras que los llevan hacia ámbitos pedagógicos y académicos. Estas son (algunas de) las personas que hacen cada libro.

Hekht es una plataforma de experimentación textual, que es y no es lo mismo que decir editorial. Nace del deseo y el amor a las palabras y del decir con otrxs, desde la necesidad por poner a circular ideas, lecturas del mundo, sensaciones... A partir de allí se cruzan caminos de gente muy distinta, textos y experiencias. Ninguna de nosotras puede acreditar haberse formado como editora más que en términos del hacer y, sin embargo, ninguna puede decir que no lo es, aunque no podríamos ser editoras de cualquier otra editorial.

Libro a libro, Hekht devino un espacio de generación, presentación y apropiación de lecturas. Desde el principio, la propuesta siempre tuvo la necesidad de crear gestos, entrever guiños y burlas pero también aprendizajes, errores, horrores, enojos, como confiando o sabiendo que lo que hacemos tiene la potencia para traspasar el equívoco, el desencuentro inevitable, la confusión cuando no hay jerarquías. La búsqueda siempre es salvaje, nos enseñó Bolaño.

Ni lo que presentamos como problemático es universalizable, ni nuestras prácticas forman parte solo de nuestra experiencia.

Creemos que en la tensión entre este “nosotras” y nuestro mundo socioafectivo y cultural, se arma un círculo donde damos, recibimos y retroalimentamos un magma que continuamente crece y se mueve. Nos consideramos una máquina de guerra en el sentido de Guattari, que es el más aguerrido de los sentidos; y también nos vemos como trinchera de desalienación donde habitar modos para no precarizarnos (aún más), para no reproducir estrategias masculinistas, donde nos preguntamos cómo no hechizarnos con las narrativas del yo y la competencia subjetiva salvaje.

Tramamos alianzas para surcar el bravo mar de la cultura, pero no lo hacemos con la lógica de empresas pequeñas que se unen para competir mejor, sino como red inestable de proyectos autónomos y aliadxs micropoliticxs. Desde ahí somos parte de la librería cooperativa La Libre junto a librerxs, lectorxs y amadorxs de libros, que nació muy cerca del movimiento de editoriales independientes y de la experiencia de la Feria de Libros Independientes y Autogestivos (FLIA). La Libre es un tesoro ácrata en una ciudad policial, un menjunje deseante, conflictivo y amable, como casi todo organismo viviente.

Para desarrollar nuestra participación en ferias internacionales como la de Buenos Aires o Guadalajara, hace cinco años fundamos “Todo Libro es Político”, junto a otras editoriales independientes. Ahí nos aventuramos a transitar espacios comunes de venta y a generar consensos con modos de hacer muy lejanos a los nuestros.

En un sentido similar, hace algunos años nos aliamos a colectivos de arte y cultura, y creamos una institución cultural con la forma jurídica de una asociación civil, CRIA (creando redes independientes y artísticas). La CRIA es un espacio para desarrollar proyectos transdisciplinarios vinculados a la práctica artística y cultural donde se realizan festivales, muestras, presentaciones, exposiciones e intervenciones.

Finalmente, le estamos poniendo tiempo y cariño a la construcción de “La Pluriconstelar”, un espacio (des)educativo para habilitar los encuentros en forma de seminarios, talleres y grupos de estudio, a partir de lecturas comunes y ganas de pensar

con otrxs. La Pluri busca poner a circular saberes no tradicionales en circuitos diferentes a los ya instituidos.

### **Acontecimientos y capturas**

Hemos visto cómo en los últimos años los activismos desplazan las coordenadas de ese campo complejo al que llamamos cultura, y es así que las búsquedas del movimiento feminista modifican todo el entramado con prácticas discursivas y acciones concretas tanto como los modos colectivos de sentir. Las demandas se diversificaron en líneas de fuerza con un eje común, la defensa de la autonomía de las mujeres, sus cuerpos y sus deseos. En ese sentido, espacios de expresión multitudinarios (marchas, huelgas, encuentros, asambleas) y debates (la legalización del aborto, la educación sexual integral, la violencia institucional) estallaron en el territorio público visibilizando años de militancias de lo más diversas. Entre ellos, algunos acontecimientos nos performan especialmente: el Encuentro Nacional de Mujeres, los debates por la Ley a favor del Aborto, el Paro Internacional de Mujeres y el grito de #NiUNaMenos.

Creemos que el Encuentro Nacional de Mujeres, donde mujeres, lesbianas, transexuales, travestis y disidencias no binarias y plurinacionales desde 1986 se encuentran un fin de semana para debatir y construir estrategias políticas, ha sido una referencia política de nuestro quehacer editorial. Allí vimos como los feminismos autoorganizados despliegan metodologías y epistemologías propias, ideas plurales de qué es la realidad y de cómo transformarla en procesos concretos.

El debate por la Ley de Aborto Seguro Legal y Gratuito, que explotó en 2018 gracias al tratamiento legislativo de la ley y el gran debate social, tiene que entenderse en el devenir de los catorce años de trabajo de la Campaña Nacional por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito y por los movimientos de mujeres y disidencias que exigían el aborto legal antes de que La Campaña existiese. Miles y miles de feministas, viejas y nuevas, salimos a las calles en extensas jornadas de participación y le dimos cuerpo a ese fenómeno inefable que suele llamarse “La Marea Verde”.

No podemos pensarnos sin considerar la influencia que tuvo en nuestra plataforma todo lo concerniente al Paro Internacional de Mujeres, cuando se retoma en 2017 como práctica global. El Paro nos hizo pensarnos como personas institucionalizadas como mujeres, es decir, como quienes asumen tareas que permanentemente se invisibilizan (en nuestras casas, con nuestros colegas hombres, en nuestra propia editorial), tareas que realizamos “por *default*” y que no son consideradas trabajo. ¿Qué asimetrías naturalizamos en nuestro cotidiano? ¿Cómo nos situamos en un campo profundamente masculinista? ¿De qué maneras pensarnos, con qué lengua, donde se hagan evidentes las tensiones que nos atraviesan?

Por último, la lucha pública que nace en Buenos Aires contra los feminicidios fue y es promovida por un asamblea horizontal (auto)denominada #NiUNaMenos. Este acontecimiento nos hizo y hace preguntarnos una y otra vez ¿cómo contribuir con el debate público de los feminismos? ¿qué aprendizajes y estrategias es necesario emplear para evitar las capturas mercantiles de los procesos colectivos?

Por otro lado, quisiéramos considerar cómo los distintos movimientos feministas, que portan diversidades y problemáticas propias, inquietan e interesan al mundo editorial. Los feminismos son una clave de lectura indiscutida que repercute en el mundo editorial, local y global, ya que plantean una agenda de discusión de temas que poseen modulaciones geopolíticas, teóricas e históricas muy diferentes. No es menor que en 2018 y 2019 quienes inauguraron la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires hayan sido Claudia Piñeiro y Rita Segato, dos autoras con una enorme trayectoria, que en los últimos años se convirtieron en referencias casi obligatorias.

Como otras explosiones activistas que impactaron en los comportamientos colectivos, los feminismos interpelaron especialmente a las generaciones más jóvenes y se tradujeron en una asombrosa voracidad lectora. Pero para entender este fenómeno no se puede desconocer que el campo editorial es una “industria” así como tampoco se puede dejar de desconfiar en los modos

en que se “habla/vende/actúa”. En este punto que nos interpela como feministas y como editoras, no dudamos en privilegiar a las primeras por sobre las segundas. Dicho de un modo simple, el mercado reduce y simplifica, despolitizando al movimiento de mujeres, lesbianas, gays, travestis, transexuales, intersex y personas no binarias. Hay una diferencia evidente entre los tiempos, objetivos y modos de esos dos campos que no están solo en tensión sino antes bien, en clara oposición política, si bien es frecuente que el mercado intente licuar esta situación y reabsorberla en clave de “nichos de mercado” de la industria cultural.

Creemos que la proliferación de textos y autorxs es saludable. Si bien la industria del libro tambalea por las crisis económicas neoliberales, los feminismos inyectan vida y valor en diversas editoriales, grandes y pequeñas, por el sólo hecho de visibilizar debates, reactualizar pensamientos y proyectar nuevos horizontes de un movimiento muy vasto.

Reflexionando a partir de nuestra experiencia en el stand colectivo “Todo Libro es Político”, podríamos señalar que los diez libros más vendidos en los últimos años podrían ser entendidos como feministas. No todas las editoriales que forman parte del grupo trabajan exclusiva o privilegiadamente estos contenidos, pero se percibe que la presión que ejercen lxs lectorxs, induce a muchas a hacer lugar en sus catálogos a textos feministas, así como también a profundizar en el pensamiento crítico. Desde allí podría pensarse que en el campo editorial general también convive el interés de los proyectos comprometidos con temáticas feministas o vinculadas al pensamiento crítico, con proyectos que arman sus catálogos exclusivamente en virtud de su rentabilidad y que “producen contenidos” para la inmediatez de la moda.

Dentro de estas tensiones, uno de los problemas que nos parecen más complejos es el desplazamiento de las propuestas assemblearias y horizontales de los feminismos actuales, hacia el “feminismo de autora” promovido por el mercado cultural. Los CEO’s prefieren erigir figuras individuales, *stars* del *showbusiness* feminista, utilizando la enorme acumulación de capital colectivo. Dentro de esta lógica (que no es sólo propia del mundo editorial

sino que también pertenece al mundo político), es frecuente observar autorxs con o sin trayectoria previa, que capitalizan en términos individuales (simbólicos y muy materiales) el devenir colectivo del movimiento. Pero también es posible detectar el fenómeno inverso cuando ciertas militancias históricas logran insertarse en la discusión pública, y al hacerlo, procuran visibilizar de muchos modos a los colectivos de los que forman parte.

Podríamos preguntarnos si en los últimos años se ha construido un “feminismo de autora o de mercado”, donde se desarrollan contenidos y se promueven actividades tales como ferias, asambleas, festivales, conciertos y portales de noticias, que son desarrollados con el apoyo de laboratorios de *marketing* y financiados por ONG, y que se presentan como emergentes de la cultura política callejera, con consignas fuertes y estéticas que vienen del punk y del arte popular. No se trataría entonces de prácticas que emergen desde los imaginarios feministas, sino de productos testeados y puestos en funcionamiento por la industria cultural. Se trata, una vez más, de mantener las dinámicas del consumo permanente y de alimentar la maquinaria comercial y algorítmica, que requiere de significantes para “lo nuevo”. No se trata de tirar abajo el patriarcado sino más bien de redefinir y expandir al neoliberalismo.

En las editoriales manejadas casi totalmente por hombres cis, vemos cómo se reproducen sin fin estrategias de consumo sin sustento, “*el mercado pide feminismo, vamos a darle el contenido hasta saturar*”, dicen en privado. Así se agencia y licúa la potencia crítica con la complicidad de agentes claves del campo editorial que construyen productos digeribles, arman el cánón que constituirá lo que se considerará verdadero, simplifican los claroscuros y bajan la intensidad de debates con efectos muy intensos (y todo esto, sin leer demasiado sobre el asunto). Esto se puede observar fácilmente caminando por la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, con los grandes carteles de feministas seleccionadas por la industria editorial: feminismo de autora y de mercado.

Sabemos que los movimientos construyeron una inteligencia colectiva, las luchas de las mujeres, lesbianas, gays, travestis,

transexuales, intersex y no binarixs, traspasan las estéticas capitalistas y combaten el reduccionismo *cool* que habita las remeras, libros, pines, y también eventos, revistas, etcétera. Libramos batallas para resguardar personas, singularidades y contenidos, porque entendemos que los agenciamientos conllevan enormes problemas éticos y políticos. Tirar abajo el patriarcado es, ante todo, intervenir en las prácticas mercantiles; cuando decimos que “otro mundo es posible” también estamos diciendo que el feminismo y el capitalismo son antagonistas, mal que les pese a los impotentes personajes de la dinámica empresarial.

### Afirmaciones

Hace unos días caminábamos con una filósofa extranjera que editamos, cuando ella le preguntó a un librero por qué su libro estaba en la “sección feminismo” y no en la sección “filosofía”, que es el género de escritura al que sin dudas pertenece. El librero respondió rápidamente que era más fácil poner a todas las mujeres juntas. La autora se sorprendió y le repreguntó qué pasaría si todos los filósofos, periodistas, antropólogos y literatos estuviesen juntos en una misma sección, el librero terminó diciendo que ponía juntas a las mujeres para simplificar la búsqueda. Este diálogo se replicó más o menos igual en varias librerías de la ciudad. El “feminismo” como categoría de venta, como *hashtag*, como *slogan* publicitario, como *branding* sonoro.

Los feminismos que nos interesan son mucho más que un producto (o un libro) son prácticas discursivas que desacomodan, performatividades incorrectas y precarias. Consideramos que nuestra editorial no sólo construye discursos en los libros sino que intentamos poner(los) en acción. Elegimos textos que potencien voces descentradas de las trayectorias de la razón patriarcal y pensamos el catálogo como un espacio para desarrollar la imaginación política. Cada libro realiza su propio recorrido, atraviesa sus propias decisiones, libra sus batallas en los campos de transformación micropolítica. Una autora preguntando por su libro y criticando su ubicación produce una intervención feminista. No se trata de poner libros en el mercado editorial, se trata cada

vez de señalar aquellas distancias y tensiones entre lo que dice el texto y lo que se hace luego con eso.

### **El ensayo como modo de hacer**

Desde que comenzamos Hekht, privilegiamos al ensayo como lugar de práctica escrituraria, pero también creemos que son ensayos nuestras prácticas de experimentación editorial. Desde allí partimos, y hacia allí vamos cada vez. Poesía, ensayo poético, géneros menores y relatos descentrados, pero también modo de hacer cotidiano.

Hace unos años, ensayamos “La tipeada sublevada”, cuando Franco (Bifo) Berardi nos pasó su texto *La Sublevación* y los editores españoles se negaron a darnos el archivo editable, a pesar de que el autor quería cedernos los derechos de traducción al castellano para América Latina. Una noche convocamos a través de Facebook a todxs quienes quisieran acercarse a una tipeada colectiva, a partir de fotocopias del libro en español para reconstruir el texto en un archivo digital. Nos juntamos unas 20 personas con sus computadoras en el primer piso de una librería en San Telmo casi sin conocernos. En una hora y media se tipeó colectivamente todo el libro, pero también se gestó una acción micropolítica desfachatada. Precisamente, en *La sublevación* puede leerse lo siguiente: “sublevarse es dotar al cuerpo de una experiencia sensible e intelectual en el mismo territorio donde el semiocapitalismo aliena (...) Ya no se trata de intelectuales organizando las fuerzas revolucionarias sino del trabajador intelectual que se reapropia de sus potencias y las hace jugar en un sentido diferente al instituido” (Berardi, 2013).

Esa tarde se articularon tecnologías, cuerpos y territorios, incluso apareció Bifo por Skype. Ningún registro quedó de su aparición, sólo la advertencia de la importancia de pensar (y cuidar) los procesos a largo plazo. Si el semiocapital es un modo de producir la vida, se trata entonces, como se dice en el colofón del libro “de propiciar, inflamar, habitar, contagiar 'otros modos de la vida' acá y ahora teniendo en cuenta sus continuidades y sus contingencias” (Berardi, 2013).

Durante el año 2018 explicitamos una práctica con la que veíamos trabajando un poco a ciegas, e hicimos de ella un eje del trabajo editorial, el lenguaje no sexista como política de la escritura. Lo pusimos en práctica de manera deliberada en la edición del texto *Defenderse. Una filosofía de la violencia* de Elsa Dorlin. Entendemos que las lenguas son instituciones, cristalizaciones mestizas, campos de fuerza entre lo que quiere mutar y lo que pretende no hacerlo. Sin embargo, no vamos a abonar a las discusiones sobre lo que comúnmente se denomina (mal) como “lenguaje Inclusivo”, porque quienes plantean esas polémicas son frecuentemente las mismas personas que refuerzan las asimetrías heteropatriarcales que dicen poner en jaque<sup>1</sup>.

Nos interesa intervenir en ciertos registros discursivos. Nos dimos cuenta de ello, leyendo los libros anteriores a *Defenderse*, y nos vimos emparchando los ninguneos y omisiones de los textos europeos pero también de algunas traducciones locales. Tomamos algunas decisiones situadas y tuvimos la fortuna de vincularnos con autoras y traductoras que estuvieron de acuerdo con nuestros criterios. Como solemos cuestionar(nos): ¿Hasta qué punto nuestra comunidad de lenguaje ha resuelto estos temas? ¿Hasta dónde un texto es legible? ¿Qué es posible transformar al traducir, corregir, escribir? ¿Cómo y cuándo forzarnos a hablar-pensar de otro modo? Estas preguntas no buscan ser respondidas de una vez y para siempre, nuestras resoluciones no pueden ser sino provisionarias.

La equis nos parece potente porque funciona de manera diversa en la lectura y la oralidad (donde no funciona), de momento todavía mantiene una incomodidad, una incorrección, una mo-

---

1 Sobre esto publicamos un *inmanifiesto* en nuestras redes sociales el 5 de agosto de 2019, que se puede encontrar bajo el título “#LenguajeInclusivo o el mal decir”. Allí escribimos: “Incluir’ es poner una cosa en el interior de otra o dentro de sus límites. Si decimos que el lenguaje es inclusivo estamos diciendo que un colectivo de habla está alojando amablemente a una minoría a la que contiene y donde el privilegio de quienes alojan no se discute (...) [E]s seguir produciendo ese relato tan blanco, tan cis, tan de gente bien, tan progre, donde ‘alguien’ tiene la bondad de recibir a eso que golpea su puerta y quiere pasar (...) Este deslengüe que portamos no quiere entrar en la casita tibia de nadie, quiere mutar y existir en la selva que ya habitamos. No sé está pidiendo permiso...”

lestia... No se trata de cambiar una letra por otra, sino más bien de hacer implotar (aunque más moderado sería decir erosionar) la gramática como sistema de dominación de lo pensable y de lo vivible. Performateamos el lenguaje por una necesidad. Nos pusimos en práctica.

### **A modo de cierre**

Luego de casi una década de trabajo editorial, podemos decir que cada libro de Hekht provoca un movimiento, un desplazamiento, una micro(r)evolución editorial. Lo vemos así cuando aporta una idea a una conversación, cuando se desarrolla una comunidad lectora, cuando acerca a otrxs para seguir intercambiando. No tenemos ni queremos tener un asesoramiento de *marketing*, ni alguien que haga de *community manager*, ni sabemos cómo hacer sino haciendo cada vez. Somos un cuerpo vivo, anárquico, autónomo, dependiente de afectos, preocupado por las inclemencias del mundo que nos rodea y del que queremos dar cuenta, desde la poesía y el ensayo, que son nuestros resguardos textuales ideológicos. Apostamos a una utopía posible. O a muchas.

El plan editorial es nuestro corazón, nuestro centro vital. Buceamos en las profundidades de la edición, a veces somos las curadoras de encuentros entre afines en bares y librerías, a veces nos enamoramos del trabajo que hicieron otrxs en otras latitudes y queremos traerles a estas. Descubrimos voces cercanas, tanto como recordamos o inventamos diálogos, jugamos con las temporalidades y con los contextos, imaginamos libros que aún no existen y el modo en que podrían dialogar entre ellos. Para nosotras, armar un catálogo es como armar un disco (sabemos que muchxs ya no saben que ese dispositivo técnico existió), donde cada tema abre, continúa o cierra líneas sonoras que lo anteceden o suceden. Cada tema es una mínima variación en relación al disco pero también en relación al mundo, cada tema es una promesa y una transformación, una apuesta y un acontecimiento.

# LA CIRCULACIÓN



## Capítulo 13

### **Las editoriales independientes y sus lectores imaginados**

PAULA CUESTAS Y RODOLFO IULIANO

Este capítulo centra su atención en las imágenes e imaginarios de lector que se movilizan a través de las editoriales independientes. Los materiales empíricos con los que trabajamos son entrevistas realizadas a editores independientes y libreros que contaban con un stand en la 1° Feria de Editoriales y Revistas Independientes realizada en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la UNLP<sup>1</sup> los días 14 y 15 de mayo de 2015. Para ello se elaboraron, desarrollaron y analizaron doce entrevistas a editores, focalizando en las siguientes dimensiones: antigüedad de la editorial, lugar de procedencia, escala de las tiradas, características del catálogo y los lectores imaginados por las editoriales<sup>2</sup>.

El capítulo se estructura de la siguiente manera: una primera instancia de presentación de los debates sobre la “independencia” en el campo literario, en particular, el campo de la edición, buscando identificar el modo en que se teoriza desde la bibliografía local sobre los lectores de estos circuitos; luego, analizaremos los aspectos emergentes de las mencionadas entrevistas; y finalmente, presentaremos las conclusiones generales que se desprenden de dicho análisis.

#### **La configuración independiente en el campo editorial**

Un conjunto de trabajos que han conceptualizado el fenómeno de las editoriales independientes (Vanoli, 2009; Botto, 2006;

---

1 Organizada por Secretaría de Extensión de esa Facultad, con la colaboración de Malisia, El Sur También Publica (UNQ), el Nodo La Plata de la Asociación de Revistas Culturales Independientes y el Grupo La Grieta.

2 Estas entrevistas, así como un cuestionario de aplicación virtual, fueron elaborados en el marco del Taller de Investigación en Sociología y Literatura del Departamento de Sociología de la FaHCE/UNLP. Agradecemos especialmente a Soledad Balerdi, Ornela Boix y Nicolás Welschinger con quienes compartimos estas actividades. También queremos agradecer el estímulo y el apoyo brindados por Jerónimo Pinedo desde la Secretaría de Extensión de la FaHCE/UNLP para el desarrollo de la presente investigación.

Saferstein, 2012; Szpilbarg y Saferstein, 2010 y 2014), ya abordados en otros capítulos de este libro, dan cuenta de un serie de emprendimientos editoriales cuyo derrotero no puede asimilarse por completo al de aquellas pequeñas y medianas editoriales que fueron absorbidas por los grandes grupos en las últimas décadas del siglo XX e inicios del siglo XXI, sino que emergen como formas autogestivas de organización de la producción editorial a partir de la crisis de 2001. Sus autores, además, coinciden en lo inespecífico de este término para definir a este extenso y diverso grupo de editoriales. No solo desde el mundo académico se asume esta limitación, como bien afirmaba de Diego, en la conferencia de cierre de la mencionada feria,

todos los que están ahí adentro generalmente no los conforma decir “somos una editorial independiente”, pero todos a la larga terminan llamándose a sí mismos editorial independiente. Con lo cual ese término por un lado no conforma pero por otro lado tiene cierto orgullo, porque hay una tradición detrás de ese término [fragmento de la conferencia de José Luis de Diego].

A grandes rasgos, esa tradición remite al tamaño y la nacionalidad de procedencia del capital económico; la adopción de una propuesta cultural y estética específica; las formas de organización laboral; las peculiaridades que hacen a la difusión, distribución y comercialización de aquello que editan; y el vínculo con el Estado y otros actores sociales (Saferstein y Szpilbarg, 2012). Se establece así una suerte de circuito editorial en el que sus actores, a partir de discursos y prácticas, reafirman sentidos de pertenencia, establecen fronteras morales y modelan estándares estéticos, no sin disputas y diferencias en su interior. Pese a lo problemático que resulta definir “lo independiente” en los mundos del arte contemporáneos, como bien señala Boix (2013) para las escenas musicales emergentes, consideramos que es una categoría necesaria para asir el universo en que nos centramos en el presente trabajo,

en tanto recurren a ella los propios actores del campo editorial para enmarcarse en este colectivo<sup>3</sup>. Asimismo, resulta pertinente indagar en los matices y complejidades del término según es apropiado por las editoriales, ya que entre los elementos que lo definen se encuentra la imagen de lector que construye cada editorial, tal como nos proponemos desarrollar aquí.

De acuerdo con Vanoli (2009), una de las características de las editoriales independientes es que orientan su producción a una comunidad lectora singular más que a un lector indiferenciado, entendida como una “militancia literaria”, como un espacio del que son parte tanto los lectores como los editores y los autores (p. 173). Entre los factores que destaca dentro de esta militancia, se encuentra como característica fundacional de las editoriales independientes el uso de tecnologías digitales que, por los bajos costos y la accesibilidad en el uso, potencian las posibilidades de promoción, de venta y de contacto con los lectores. La conformación de estas redes depende a su vez de la organización y participación en eventos y ferias literarias donde editores, escritores y lectores, que en muchos casos son las mismas personas pero en diferentes roles, se encuentran cara a cara y participan de diferentes performances. En la misma línea, Saferstein y Szpilbarg (2014) se refieren a las redes literarias que se configuran entre editores, lectores y otros actores intermediarios, conformando una suerte de proyecto colectivo en el que los roles asumidos por unos y otros se vuelven difusos. Hay una relación muy cercana entre editor y lector, ya que este último se vuelve clave por la dependencia que tienen estos pequeños emprendimientos respecto de esa “comunidad fiel” (p. 12) que consume sus producciones.

Tomando en cuenta lo expuesto, podemos afirmar entonces que las imágenes de lector de los emprendimientos editoriales, forman parte constitutiva de la estructura y el proceso editorial. Si entendemos a la edición como un trabajo de cooperación entramado en una estructura organizativa (Becker, 2008) podemos asumir que esas imágenes de lector van tomando forma (a la vez

---

<sup>3</sup> Para un mayor desarrollo las características y sentidos nativos conferidos a dicha categoría, ver la primera parte de este libro y en particular el capítulo 1.

que repercuten) en el despliegue de las diferentes acciones editoriales que constituyen este mundo del arte, desde la propuesta de un proyecto, el trabajo con el escritor, la corrección, el maquetado, hasta la difusión en redes sociales y la participación en los eventos donde concurre la “militancia literaria”, de la cual en muchos casos los editores independientes son parte activa. Los propios editores ubican a los lectores en un lugar central de este mundo del arte:

- *¿Tu lugar en la editorial cuál es?*

-Los dos somos editores. Hacemos todo dentro de la editorial, salvo las correcciones frías. Corrección fría le decimos a una última mirada que se hace sobre la maqueta lista para entrar en imprenta, que se supone que le deben encontrar muy pocos errores. Eso se terceriza para que la mire alguien que no seamos nosotros y no nos comamos errores muy terribles. Y las traducciones, porque nosotros no somos traductores. Después diseño de tapa y maqueta lo hago yo, Hernán hace las correcciones más fuertes. La traducción se terceriza. Y después en lo que es libro hacia afuera, Hernán está mucho más encargado de la comercialización, y yo de la producción. De la parte de elegir el papel, ir a comprarlo, hablar con la imprenta, fecha de entrega, distribuidor, y toda esa pelota” [fragmento de entrevista con Víctor Malumión, editor de Godot]

La difusión también está enganchada con pensar al libro no como un objeto cerrado. El libro tiene potencialidades para abrir discusiones. Entonces si hay una charla de género en un lugar, bueno, es posible que nosotros vayamos con el puesto y esté ahí. No está pensado solamente a que se venda... sí, también está buenísimo que se venda y

que circule. Pero circule ¿para qué?: no solamente para que circule y vuelva plata por los libros, sino en los lugares donde se pueden despertar ecos y despertar ideas y generar algún tipo de diálogo. Entonces bueno, si uno va a hacer una actividad que tiene relación con alguno de los temas que está ahí, ahí sí nos interesa estar. Como otra visión si se quiere [fragmento de entrevista con David, editor de La Caldera].

Un último aspecto a señalar es que la emergencia de estos proyectos editoriales tiene lugar en concomitancia con la expansión de las tecnologías de la información y la comunicación (TI-C's) y la conformación de nuevas formas de consumo cultural y vinculaciones lectoras (Semán, 2006; Papalini, 2012, 2015). Esta expansión habilitó nuevas formas de discurso alarmista sobre la caída de la lectura (y por lo tanto de las formas civilizadas de la ciudadanía) que daban por sentado que la emergencia de las pantallas era la contracara del declive del libro y la lectura. Sin embargo, un conjunto de trabajos (Papalini, 2012; García Canciani, 2015) han mostrado que lejos de un declive en la cantidad de lectura, se está operando una mutación en el modelo lector. En este sentido, experiencias de las editoriales independientes estudiadas permiten pensar estas transformaciones, a partir de la reconstrucción de las imágenes lectoras que les sirven de inspiración, y que con su acción editorial, contribuyen a producir y poner en circulación.

### **Editores y editoriales**

En este apartado presentaremos brevemente ciertas características de las editoriales y de los editores con quienes realizamos estas entrevistas. Consideramos que esta somera descripción puede ayudarnos a comprender mejor ciertas dimensiones de análisis que presentaremos en el apartado siguiente. Asumimos que algunas características de estas editoriales se encuentran relacionadas con las imágenes de lector que esgrimen.

De las entrevistas surge que muchos de los editores se definen también como dueños o empleados de librerías por donde circulan las producciones de las editoriales independientes. Por ejemplo, uno de los entrevistados era el librero de un stand donde se vendían libros de su editorial pero también de otras con las que comparten un catálogo y un público similar. En algunos casos, esto supone un auténtico “funcionamiento rotativo y colectivo”, plantean, ya que según el libro o la colección que se edite varía quién hace el contacto y lleva adelante el trabajo con los autores, quién corrige, quién diseña y quién imprime. Esto, por supuesto, depende de la antigüedad y el tamaño de cada editorial. Tampoco es homogénea su identificación como “editores independientes”. De hecho, nos encontramos con discursos que ponían en cuestión dicha categoría, pero afirmaban su pertenencia a ese mundo del arte (tal como menciona de Diego):

*-¿Vos dirías que la editorial es una editorial independiente? ¿Por qué?*

- Lo de independiente es bravo. Nunca ni la pensamos. Nunca nos describimos de esa manera porque no sé qué es independiente. Yo nunca la entendí. Cuando uno ya se forma y es un trabajo y te levantás con eso y te vas a acostar pensando en eso y charlamos de eso, la palabra independiente, creo que todos los que están acá uno lo piensa: que editar, que no, cómo hacerlo, de dónde sacar plata. No sé qué no es independiente, no sé. Hasta con editoriales más grandes [...] Creo que hoy es el rótulo que se le pone, a la feria se le puso independiente y es para explicar un poco que puede haber [...] Si yo la describiría diría que es una feria de editoriales argentinas con bastante producción y activas [fragmento de entrevista con editores de Iván Rosado].

Al momento de la realización de estas entrevistas, la mayoría de las editoriales que componen esta muestra eran relativamente

recientes: al menos seis no tenían más de cuatro años de antigüedad. En varios casos fue difícil precisar el momento “fundacional” de cada una de ellas ya que en más de una oportunidad lo que finalmente se transformó en una pequeña editorial, comenzó siendo una librería o un proyecto similar en su perfil pero ligado a otras propuestas, como la publicación de una revista, por ejemplo.

La mitad de los entrevistados trabajaba en Capital Federal. Las otras ciudades que se mencionan como lugar de procedencia son La Plata (en dos casos), Rosario y Mar del Plata. Los propios editores se refieren a esta suerte de circuito que se entabla en torno a las grandes urbes de nuestro país. En este sentido, las ferias del libro independiente, festivales, charlas, propician la expansión de este “mundo del arte” aunque centrado y acotado a estos lugares; como en el mundo del trabajo artístico (Rius-Ulledemolins, 2014) en este caso también podemos pensar en una gran correspondencia entre centros urbanos y concentración editorial.

Los catálogos son variados. Nos hallamos frente a editoriales que se dedican a la publicación de trabajos de tinte académico, especialmente en el ámbito de las ciencias sociales y las humanidades. Encontramos, además, ensayos filosóficos, políticos, literarios. También hay una creciente publicación de textos sensibles a distintas problemáticas de género. Finalmente, podemos ver en los stands de editoriales independientes textos literarios, poesías, fanzines y otros formatos.

### **Imágenes de lector(es)**

Descripto someramente este escenario, pasemos a hablar de los lectores esperados y proyectados por estos editores. Estos imaginarios, sin lugar a duda, emergen en relación con las dimensiones anteriormente mencionadas. Durante nuestras entrevistas frente a la pregunta por el tipo de lector que imaginan recibimos respuestas como la siguiente.

Es alguien que por algo te conoce, o lo escuchó nombrar, o vio una tapa, no es alguien que cae de la nada y dice 'ah bueno, lo voy a llevar'. Es

muy raro que alguien que vaya a pasear la feria del libro oficial, que no conozca este material, compre un libro de estos. Más que nada con poesía. En el Encuentro de la Palabra me pasó que iban familias caminando, paraban con un libro: 'ay qué lindo, qué linda tapa', abrían, poesía, 'ah, poesía no', y lo soltaban, 'no, poesía no'... pasa eso, viste, pero bueno, si te conocen o tienen la referencia de otro libro que editaste, por ahí se arriesgan y compran pero sino medio difícil [fragmento de entrevista con Juan Alberto, editor de Años Luz].

Más allá de la especificidad del catálogo de esta editorial, hay una percepción común de que ese lector o lectora es un actor de un determinado circuito, habituado a ciertas prácticas e inclinado por ciertos consumos. Como dice el entrevistado, no cualquiera llega a estos libros y no por un juicio o refinamiento estético sino principalmente por el hecho de frecuentar ciertos circuitos. Esto se constata con mayor énfasis en las editoriales más antiguas las cuales ya tienen una clientela más o menos estable y refieren a sus lectores de una forma bien delimitada, apuntando a su permanencia. Un discurso similar encontramos en quienes trabajan en librerías que comercializan este tipo de publicaciones, en las que hay un contacto directo y presencial con los lectores. Por el contrario, en las editoriales más nuevas y pequeñas, en las que aún resulta difícil pensar en "vivir de la editorial", hay imaginarios algo más eclécticos respecto del tipo de lector que esperan, aunque siempre enmarcado en esta pertenencia a un cierto mundo del arte. En cualquier caso, hay una valoración positiva de esa inscripción "no conocemos muchos lectores o consumidores de nuestros libros que no vengan del mismo rubro. Creo que son del mismo rubro y bueno, me parece que no está mal" [fragmento de entrevista editores de Iván Rosado]. Se refuerza así esta idea de encontrarnos frente a un lector integrado a una determinada red, direccionado por ciertas referencias sobre las editoriales.

A su vez, es interesante retomar el caso de una editorial de CABA, con 10 años de antigüedad al momento de la realización de las entrevistas, que se especializa en un tipo particular de textos: aquellos que versan sobre la industria musical o alguna rama del mundo de la música. Recuperamos la situación de esta editorial ya que resulta ejemplificador de algunos de los puntos que afirmamos en el párrafo precedente y hecha luz otra otras recurrencias. De acuerdo con el discurso de su editor, pese a estar pensando en un tipo específico de textos, no tiene una imagen del todo clara respecto del lector que espera. Sin embargo, sí es evidente que ese lector debe ser alguien que bien puede no ser especialista en el tema pero que necesariamente tiene que tener cierta disposición a un tipo de lectura. Subyace (en este como en casi todos los casos) una valoración positiva del lector, “un tipo de lector que yo llamo lector humano, el tipo que lee no ficción. Es el lector que sabe de cine, de literatura, de artes plásticas, de historia, de filosofía, de sociología...” [fragmento de entrevista con editor de Gourmet Musical]. Podemos encontrar, inclusive, ciertas referencias al lector como un amigo, porque de hecho lo es o por la imagen que de él se proyecta:

...qué sé yo, yo pienso mucho en Mariano [Blatt], o sea cuando leo un libro eh, pienso un poco en él, qué le parecerá, pienso en lo que me gusta a mí y después pienso un poco en él y si me gusta algo en seguida lo consulto; o no me gusta algo, digo, le hago un comentario [...], después hay algunas amistades, digamos, depende del género para algunas cosas, mi mujer, amigos, este, depende del género, pienso en ellos como lectores y los consulto. [fragmento de entrevista con Damián Ríos, editor de Blatt y Ríos]

No solo el lector goza de esta valoración: el propio editor se percibe a sí mismo como “un buen lector, alguien que le sobra el entusiasmo para mostrar eso que lee a otra gente” [fragmento

de entrevista con Damián Ríos, editor de Blatt y Ríos], alguien que se inclina por los mismos gustos y consumos estéticos. Podemos sostener que el imaginario de lector del editor independiente tiene sustento en una autoimagen del editor como un sujeto habituado a leer: “los editores nos consideramos buenos lectores, entonces la tarea nuestra es estar atentos a lo que está sucediendo, digamos, en la escena literaria local [...] el editor es el primer lector me parece” [fragmento de entrevista con Agustín Arzac, de EME editorial y Malisia Libros].

Por otro lado, y sobretodo en aquellas editoriales más nuevas, encontramos discursos que resaltan la necesidad de empezar a producir a ese lector esperado, “puntualmente nosotros apuntamos más que nada a generar nuevos lectores” [fragmento de entrevista con Manuel Passaro, editor de La Bola]. Un lector que puede ya ser parte de este circuito, pero que es nuevo para la editorial y del que, en tanto actor inserto en este entramado, se espera una cierta vinculación con el texto: “por ahí no es un lector que consume simplemente un texto, sino que ese texto de alguna forma le transforma la vida y le sirve para seguir transformando el espacio que los rodea, ¿no?” [fragmento de entrevista con David Barresi, editor de La Caldera]. En ese sentido, podemos ver cómo se actualizan, a través de los imaginarios de los editores, ciertas fronteras morales y estándares estéticos propios del circuito “independiente”.

Otra de las dimensiones que emergen es el estrecho vínculo entre universidad y mundo editorial independiente, especialmente en aquellas editoriales que se especializan en la publicación de textos académicos aunque no sólo ellas: se apunta en general a un “lector inquieto que le gusta divagar entre la filosofía y la poesía” [fragmento de entrevista con editores La Cebra], entre lo académico y lo literario. El imaginario es entonces el de un lector con cierto recorrido educativo y con determinadas inclinaciones académicas, “no es algo que busquemos pero se da, nuestros lectores vienen muchas veces de las facultades” [fragmento de entrevista con Agustín Arzac, de Malisia]. En este punto, vale la pena advertir que pese a la limitación que puede

suponer trabajar con una base de datos generada a partir de un evento que tuvo lugar en una institución universitaria, consideramos que esta aproximación puede ser una primera pista para indagaciones futuras.

Hay otros factores que también podemos considerar al pensar en los lectores que están esperando encontrar estos editores y en los alcances de sus publicaciones. El tamaño de la tirada en relación con los costos por la impresión no parece ser un detalle menor. Por un lado, tiene sentido imprimir más libros para abaratar los costos por unidad; por el otro, una mayor cantidad de publicaciones implica (generalmente) mayores gastos de distribución, algo que se vuelve significativo especialmente para aquellas editoriales más pequeñas. Encontramos también otro tipo de decisiones que si bien parecen de orden “técnico”, también pueden estar hablándonos de ciertas iniciativas definidas en función de los lectores esperados.

Una cosa era lo que apuntábamos, y otra fue lo que realmente pasó. Cuando sacamos la revista apuntamos a veinte años, diciendo “sí, van a venir todos, se van a re copar” y todos se querían mamar y seguir de fiesta [...] Y empezamos a ver que nos compraban todos chabones de 35 para arriba viste. Y eso nos llamó la atención, y eso nos dio pauta por ejemplo con la tipografía. Nosotros con la tipografía imprimíamos tipografía 8 para meter más texto y dar más volumen, y el tipo claro lo ojeaba y miraba y decía “¿esta paja la tengo que leer en tipografía 8? ¡no leo, necesito cuatro anteojos para leer esto!”. Y eso fue algo que respetamos mucho en los libros. Entonces, volviendo a tu pregunta, nosotros sabemos que apuntamos a, como muy joven va a tener 25 años [fragmento de entrevista con Víctor Malumián, editor de Godot].

Aquí, el tamaño tipográfico nos habla de los efectos materiales de las decisiones que los editores toman a la hora de proyectar un imaginario de lector, joven en este caso, y también de cómo esto puede modificarse en función de la recepción que finalmente reciben.

## **Conclusiones**

En este capítulo nos interrogamos sobre los imaginarios de lector que se configuran en torno a las editoriales independientes, a partir de las voces de editores que forman parte de esos mundos del arte.

Como hemos podido mostrar, nos encontramos con una pluralidad de imágenes de lector esgrimidas por los editores que forman parte de los emprendimientos editoriales independientes. Algunas de estas imágenes los representan como integrantes de un circuito compartido, como entramado en redes amicales, como un aficionado a la lectura o como una figura con la que se identifica el propio editor, un espejo donde encuentra reflejada su autoimagen. Podemos preguntarnos en este punto, sin pretensión de arribar a una respuesta definitiva, ¿en qué medida editan como lectores, y hasta qué punto componen imágenes de lector configuradas a la luz de su experiencia y su acción editorial?

Esta pluralidad de imágenes se encuentra, de todos modos, recortada sobre una matriz de representación compartida por la mayor parte de los editores: sus lectores son imaginados como sujetos jóvenes, formados y vinculados al ambiente universitario. En ese sentido, se observa que un conjunto de decisiones editoriales relacionadas con acciones propias de un oficio que transita un proceso de profesionalización, como la elección de una determinada tipografía, de cierto tipo de diseño de portada, de la escala de la tirada o los contenidos a editar, encuentran un sustento en ese imaginario lector, que a la vez contribuyen a delinear. Al mismo tiempo, al lado de estas decisiones estéticas, los editores proyectan y evalúan constantemente al destinatario en términos económicos, tratando de dilucidar con precisión su perfil para ganar eficacia en las ventas de libros. Así, accionan mecanismos

prácticos de micro marketing que implican operaciones interpretativas para ganar nitidez en la representación de los lectores imaginados, y de esta forma “pegarla” con un determinado libro, es decir, conseguir su aceptación por parte de los lectores.

Finalmente, y de forma tentativa, es posible señalar que buena parte de esos imaginarios de lector adquieren su forma específica por ser un emergente de un entramado de relaciones sociales que enlazan a editores, lectores y libros en una configuración que, tanto el mercado editorial, como el académico y los propios actores, definen y experimentan como “independiente”.



## Capítulo 14

### Los festivales y ciclos de lectura como ámbitos de circulación e intercambio

La experiencia de Ediciones Arroyo en la periferia de Santa Fe

CRISTIAN MOLINA

Desde los años '90 se produjo paulatinamente a nivel planetario una festivalización cultural<sup>1</sup>. Existen diversos estudios sobre el fenómeno de los festivales, que los vinculan con las festividades grecolatinas en Europa y con las fiestas populares y nativas de nuestro continente que se fueron fusionando con las celebraciones importadas de los colonizadores (Fabiani, 2012; Szabó, 2010), dando lugar con el tiempo a dinámicas de festivales diversos en distintos lugares de Latinoamérica. Lo cierto es que en el presente, estas lógicas parecen estar cada vez más vinculadas a los modos del festival, que permiten una puesta en contacto entre diversas prácticas que, durante la modernidad, parecían estar separadas: espectáculo, masividad, artes, artesanías, edición.

A partir del año 2000, en Argentina, al tiempo que proliferaban y se consolidaban los festivales de cine como un circuito de exhibición de películas independientes, en el ámbito de la literatura comenzaron a consolidarse y a multiplicarse diversos festivales. En el terreno de la poesía, fue el momento en que emergieron con potencia los festivales como ámbitos de circulación, intercambio y conocimiento de nuevas prácticas poéticas y de edición. Tal es así que se consolida el *Festival Internacional de Poesía de Rosario* (FIP Rosario), creado como Latinoamericano desde 1993; aparece el *FIP Buenos Aires*, que funciona en el marco de la Feria del Libro desde 2006; en 2009, se inicia *La Juntada. Festival de poesía Joven* y unos años después, en 2012, *Sumergible. Festival de poesía* de Jujuy, el mismo año que aparece el *FIP de Córdoba*. Estos espacios tienen historias y modos de funcionamiento bien distintos. Con y sin apoyos estatales, cada uno resuelve de manera distinta su periodicidad. Pero, a excepción del FIP Rosario, cuya inversión estatal es evidente y

<sup>1</sup> Este tema ha sido trabajado en ensayos previos del autor (Molina 2015 y 2016).

ha consolidado un perfil cultural de la ciudad, el funcionamiento de los demás festivales es, en algunos casos, intermitente y, en otros, poseen bastantes dificultades económicas para sostenerse. En esos espacios de precariedad mayoritariamente, sin embargo, circulan y se establecen intercambios de libros y de poetas a nivel nacional e internacional.

En este capítulo me interesa analizar la dinámica de uno de ellos, el *Festival de poesía de Arroyo Leyes*, que se desarrolló desde 2016 como un desprendimiento del proyecto original de la Editorial Arroyo.

### **Ediciones Arroyo**

El portón de madera en una casa familiar en Arroyo Leyes, provincia de Santa Fe, tiene un cartel que anuncia: Ediciones Arroyo. La fusión puede parecer impensada, o no tanto, en la dinámica de la proliferación de microeditoriales artesanales, pos crisis 2001 en Argentina, pero es lo que se muestra: un hogar convertido en editorial y viceversa. Se trata de un proyecto que se vuelve, entonces, desde el ingreso al espacio físico donde funciona, un modo de vida<sup>2</sup>. En un sentido bien amplio, como un dispositivo vital lábil que articula artes, economía, familia y afectos.

Los integrantes del proyecto se nuclean desde 2016 en torno de la figura de la artista visual, poeta y gestora cultural Alejandra Pipi Bosch y son parte de su familia: Cristián Lehmann, ilustrador gráfico cuyos trabajos suelen aparecer en periódicos de gran tirada de la provincia y Julián Bosch, dibujante. A ese staff se suma, además, Luciana Ferreyra, la diseñadora gráfica que colabora en la edición del catálogo editorial asiduamente. La editorial-hogar trabaja con materiales reciclados: plásticos (bolsas y sachets de leche) para confeccionar las tapas, hilos de colores que las bordan y entraman, papel de color y blanco en gramaje 80. El catálogo está compuesto por poetas provenientes de diver-

---

2 En la entrevista realizada con Alejandra Pipi Bosch en enero de 2019, esta sostiene que: “Ediciones Arroyo es un proyecto de vida, que nos reúne y nos encuentra, como trabajadores, militantes políticos y artistas; existiendo cada uno de nosotros, dentro de esta visión, en nuestros tiempos y ganas, acercando nuestras especificidades y poniéndolas a circular dentro del proyecto”.

esos lugares del país, que ceden dos poemas cada uno, para una colección titulada “Dos poemas”, en formato folleto. También hay libritos de mayor volumen reservados a artistas muy puntuales, entre ellos, Elena Anníbali o Celeste Diéguez.

Según Alejandra Bosch, el catálogo se conforma de acuerdo a una selección de poetas que circulan dentro y fuera de la provincia<sup>3</sup>, con el objetivo de promover en un formato económico, pero con un trabajo artesanal cuidado, su lectura en circuitos no tradicionales. Se trata de una articulación entre algunos representantes emblemáticos de la poesía de los '90 con poetas que difícilmente puedan pensarse en esa constelación y que tienen un recorrido bien diferente. Una multiplicidad de estéticas y voces que conviven en un mismo catálogo y que, desde el punto de vista geoliterario, cruzan paisajes litorales con el de otros puntos del país, con predominio de Córdoba y Buenos Aires. Aunque, recientemente, la editorial está trabajando con la traducción de poetas afro-brasileñas que amplían ese trazado de coordenadas hacia otras espacialidades.

Como decíamos, el proyecto editorial se entrama con un clima de época. Como señala, entre otros, Malena Botto (2014), a partir de 2000, se produce la polarización del mercado editorial entre transnacionales y editoriales independientes en nuestro país. Aunque sería mejor pensar la dinámica de dicha polarización en términos un poco más complejos y no tan esquemáticos. Algo observaron ya Adriana Astutti y Sandra Contreras en un artículo de la revista *Iberoamericana* del año 2001. Las clasificaciones entre transnacionales e independientes elude que muchos autores interesantes forman parte del catálogo de las transnacionales,

---

3 Hasta el momento, en las tapas coloridas de los libros leemos los nombres de: Fernando Callero, José Villa, Walter Lezcano, Francisco Bitar, Santiago Venturini, Juan Pablo Bagnarol, Analía Giordanino, Agustina Lescano, Larisa Cumin, Agustín Ducanto, Denisse Pastrello, Aníbal Costilla, Miltóon López, Carina Radilov Chirov, Cecilia Moscovich, Fernando Marchi, Sebastián Muzzio, Rodolfo Edwards, Juan Desiderio, Diego Vdovichenko, Will B, Elena Anníbali, Pablo Gabo Moreno, Mercedes Gómez de la Cruz, Marina Cavalletti, Celeste Diéguez, Dafne Pidemunt, Enrique Zolo, Fernando Kosiak, Maximiliano Spreaf, Gabriela Pignataro, Florencia Carreras, Alejandra Méndez, Florencia Ortíz, Elián del Mestre, Hugo Luna, Hugo Echagüe y Valeska Torres.

así como el hecho de que muchas editoriales catalogadas como independientes son microeditoriales artesanales que poseen una lógica específica y bastante diferenciada de lo que comúnmente puede pensarse como tal. Entiendo que Ediciones Arroyo debe entenderse como una microeditorial, pero con la singularidad de que es un modo de vida familiar al mismo tiempo, que garantiza, según palabras de Alejandra Bosch, los contactos y energías afectivas necesarios para sostenerse en momentos culturales difíciles, así como la supervivencia económica de una familia de artistas y artesanos que viven de lo que generan como tales. Incluso de la venta de pan casero que sale del mismo espacio donde funciona la editorial.

Richard Sennett (2009) define el trabajo del artesano como el fin de producir algo concreto, material, que consiste en hacer algo con el solo propósito de hacerlo bien, pero como advierte, esto implica, al mismo tiempo, una técnica para llevar un modo de vida particular. Es en este sentido, como un proyecto que implica una destreza técnica que se aprende y perfecciona en un ámbito -el de la casa familiar como taller- que Ediciones Arroyo viene produciendo y generando literatura como un modo de vida que, además, tiene como horizonte los asuntos materiales y pragmáticos de producir cosas -libritos/folletos de poemas, a partir de materiales reciclables- para vivir en un amplio sentido de esta palabra. Pero esa vida se realiza de un modo particular: al margen de las grandes ciudades, pero en incesante y productivo intercambio con ellas, en una localidad periférica, pequeña, sin demasiados espacios y recursos culturales, y generando un circuito de circulación de poesía en un formato económico y pequeño, bien diferenciado de los grandes espacios de edición independientes y transnacionales. Se trata, entonces, de un modo de vivir en el que se aprende a hacer bien un oficio, mediante la conjunción de diversas técnicas (dibujo, bordado, edición), para compartirlo y ponerlo a funcionar como modo de vida y de mercado diferente a los espacios más hegemónicos de difusión de la cultura, aunque en estrecha relación con ellos a partir del intercambio de poetas y de eventos que operan como zonas de contacto entre modos de vida y edición diferentes.

### **La reserva poética de Arroyo Leyes**

Como derivación del proyecto de la Editorial, en 2016 surgió el *Festival de poesía de Arroyo Leyes*. Como asegura Alejandra Bosch:

El otro punto que surge y se establece como característica también de la editorial es la gestión cultural. Eso tiene que ver con la vida de nuestra familia en un pueblo costero, como es Arroyo Leyes, y la idea ciudadana de que es necesario, siempre, refundar algo. No escapamos de esa lógica y, entonces, decidimos accionar en el sentido de organizar el festival de poesía, en el mes de junio y trasladar a los poetas publicados por nosotros y a los demás invitados, afuera de su zona de confort, las grandes capitales, donde se establecen y naturalizan los grupos de elites de la poesía nacional. También, bajo esta lógica del “desmarque”, nace el ciclo *El Río Suena*. Un experiencia no tan satisfactoria ni exitosa, como la del festival, pero que se rige por la misma idea de cruzar géneros diferentes, en una misma noche, en poder acceder a las lecturas de escritores consagrados y en ascenso, y poder ofrecer esta experiencia, no solo al público, sino también a aquellos poetas y narradores que se acostumbran a ciertos circuitos y desde allí hacen sus aportes. La editorial, como sello e idea, está siempre pensando en ofrecer opciones reales de circulación y de encuentro, fuera del núcleo duro y tradicional del ámbito literario. Primero nace la editorial, ese mismo año el festival y posteriormente el ciclo (Entrevista a Alejandra Bosch, enero 2019)

Me interesa leer dos cuestiones de esta cita de Alejandra, porque deja traslucir, en cierta forma, alguno de los propósitos que sostiene el Festival como desprendimiento editorial. El primero

es la necesidad de sacar a los poetas de la zona de confort de los circuitos instituidos y llevarlos a una localidad costera, pequeña, con otras dinámicas, que no implica contactos entre elites culturales, sino donde los poetas entran en un verdadero, en un auténtico, intercambio y proximidad. Y es justamente esa una de las características relevantes del Festival de Arroyo Leyes. Un espacio de encuentro, relajado, con dinámicas bien diferentes a la hiperactividad de los grandes festivales internacionales, donde se propicia la escucha, el diálogo y el acercamiento entre los poetas que provienen de formaciones y grupos culturales bien diversos<sup>4</sup>. Repartido en lecturas en colegios de educación inicial y media, en talleres de diversas temáticas y dirigidos a distintos grupos, en la Feria/Peña de artesanos de la ciudad y en hoteles, la programación suele ser flexible y, por lo general, se habilita la posibilidad de que quienes participen lean, canten o intervengan en el evento, independientemente de su inclusión en el cronograma. El Festival, su festividad, se arma espontáneamente en el contacto entre los poetas, muchos de los cuales, luego, son editados por la colección “Dos poemas” de Ediciones Arroyo.

Lo segundo que me interesa leer en esta cita de la entrevista a Alejandra es que señala que del festival se desprende, asimismo, el ciclo de lecturas “El río suena”. Es un ciclo que se suma y expande la lógica del festival a otros espacios, a lo largo del año,

---

4 Más adelante, en la misma entrevista, Alejandra asegura: “La convocatoria para el festival es absolutamente circunstancial y coyuntural, tiene que ver con nuestra circulación en ese año, con las lecturas que hacemos, con la visualización de los poetas y sus propias actualidades, y el sostenimiento de esa idea rectora, de salirnos de ciertos núcleos cerrados de la elite literaria. Invitamos, y para nuestra sorpresa, siempre hemos sido bien recibidos y hasta hoy, solo casos minoritarios nos han dicho que no. Creemos que hay, en este momento, una necesidad real, por parte de los poetas, de oxigenar y circular más relajados por otras propuestas y la nuestra creo que vino a dar ese mensaje y, por eso, pensamos que es “exitosa” y logra mantenerse en el tiempo”. Y luego continúa: “El armado del festival es absolutamente autogestivo y su realización positiva es posible por compromiso de amigos y vecinos, que tomaron nuestra tarea como propia (al comienzo muy en solitario de nuestra familia) como una actividad necesaria y así como en el calendario de los festivales nacionales de poesía y literatura en general, también se ha instalado positivamente y es reseñado en medios gráficos de todo el país. Desde ya aclaro que la convocatoria es lo más federal posible y nos interesa que se observe esa postura política de parte de la editorial”.

e incluso por fuera de Arroyo Leyes. Muchas veces, el ciclo se realiza en la ciudad de Santa Fe, interviniendo en la dinámica cultural propia de la ciudad desde cierta lateralidad y por fuera de los circuitos más establecidos. Esta dinámica entre festival y ciclos de lecturas se articula a su vez con lo que sucede en otras ciudades con festivales y eventos de poesía fuertes, en los cuales, los ciclos de lectura comenzaron a proliferar en paralelo, dando cuenta de cómo la puesta en voz y escena del poema se convirtió en una dinámica propia y distintiva de circulación y exhibición de la escritura fuera del formato libro que expande la lógica del festival más allá de su periodicidad específica. En la presentación de *La novela de la poesía*, realizada en la ciudad de Rosario, en Oliva Libros durante el año 2013, Tamara Kamenzsain sostuvo que para su generación era incómodo leer poesía, que todo residía en el poder del soporte textual escrito y que antes leer en público era considerado con cierto desprecio. En esa apreciación de Kamenzsain se cifra, así, el viraje que la puesta en voz de los poemas y la importancia que la exhibición en formatos propios de los ciclos y festivales comenzó a tener en la poesía argentina contemporánea. Pero, además de esto, es interesante observar, en el caso que analizamos, cómo para las pequeñas editoriales, los festivales y ciclos de lectura se convierten en espacios importantes para la circulación y puesta en contacto del proyecto propio. Ferias, festivales y ciclos son circuitos culturales de exhibición, venta e intercambio, a veces de mayor relevancia que las reseñas en revistas especializadas para las microeditoriales argentinas.

En un momento signado por lo relacional o por la capacidad del arte de generar redes comunitarias, según García Canclini y Urteaga (2012) o las propuestas de Bourriaud (2008; 2009a) para definir el arte contemporáneo, las microeditoriales como Ediciones Arroyo, en una lateralidad pronunciada respecto de los circuitos más grandes, expanden estos modos como dispositivos vitales de intervención en sus contextos inmediatos, pero también a partir de redes de intercambios. Recientemente, en esta dirección, Ediciones Arroyo comunicó en un video casero de circulación en las redes sociales que se encuentra trabajando en una

“reserva poética”. Cristián Lehmann, con un cartel con el nombre de Irene Gruss, comunica el proyecto en los siguientes términos:

nosotros, con Irene Gruss, poeta argentina recientemente fallecida, estamos inaugurando la reserva poética de Arroyo Leyes. La reserva poética de Arroyo Leyes abarca toda la comuna y la idea es que en los frentes de las casas de los habitantes de la zona estén los poetas con sus nombres. Poetas ya fallecidos, poetas importantísimos, fundacionales, poetas que vienen a Arroyo Leyes en el festival de verano y en el festival de invierno. La idea es que la gente de la comuna o que viene a Arroyo Leyes pueda conocer a poetas importantes y a los que recién empiezan, que van a estar todos reflejados en la reserva poética de Arroyo Leyes.

La editorial, de este modo, interviene el espacio local, lo vuelve una reserva poética como homenaje a los poetas que consideran significativos en el panorama de la poesía argentina, al tiempo que expande su trabajo a formatos fuera del libro impreso, pero partiendo de él como dispositivo cultural. Se trata, como vemos, de un modo de la edición en un momento de expansión o de fuera de sí de la literatura, que genera dispositivos de circulación y formas de intervención en diversos formatos y entre distintas disciplinas, pero que potencian, todos, un modo de vivir que es, también, uno del arte.

## Capítulo 15

### Las ferias de libros y sus públicos

Circulación, visibilidad y desigualdades estructurales en el campo editorial<sup>1</sup>

EZEQUIEL SAFERSTEIN

La reconfiguración del espacio editorial argentino a partir de los procesos de concentración y transnacionalización y del posterior surgimiento de pequeñas editoriales de capital nacional dio origen a oposiciones simbólicas, económicas y políticas a partir de las cuales los agentes del espacio editorial se clasifican a sí mismos<sup>2</sup> y a otros en una disputa que políticamente se piensa como “independientes” versus “comerciales”, “concentrados” (Botto, 2006; Safers-tein y Szpilbarg, 2014). En la escena denominada “independiente”, particularmente, se condensan distintas prácticas editoriales que comparten ciertos rasgos económicos, ideológicos, políticos, estéticos y también tomas de posición con respecto a las condiciones y posibilidades de actuación en el mercado editorial. En tal sentido, estudiar las prácticas editoriales permite revelar las posiciones que ocupan los agentes dentro del campo editorial, posiciones que operan como “modos de presencia pública, institucional y/o colectiva” (Muniz Jr., 2017) y modos de representación. Estos modos de presencia fueron conformando, a lo largo de los últimos años, un espacio de afinidades compuesto por los agentes de las editoriales y sus mediadores, así como por sus públicos.

La situación de desigualdad estructural y objetiva entre grandes y pequeñas y medianas editoriales lleva a que los actores de capital nacional y con estilos culturales propios que conforman el horizonte de lo “independiente” empleen estrategias de

---

1 Una versión preliminar de este trabajo fue presentada en el “II Coloquio Internacional – Las Ferias del Libro. Perspectivas entre América Latina y Europa”, organizado por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, CDMX, en noviembre de 2018. Agradezco los comentarios recibidos en aquella presentación, que permitieron configurar la versión aquí presentada.

2 Según José Muniz (2016), lo “independiente” funciona como un condensador de las oposiciones, aglutinando a los editores identificados con el polo dominado de tales oposiciones, en cuanto a la posesión de capital económico. Opera como categoría ética y moral, como posicionamiento que expresa formas de identidad y de lucha simbólica, material, económica.

circulación particulares que, si bien *a priori* se distinguen de los grandes grupos, también presentan intersticios, convergencias y confluencias. A partir de una observación del mapa editorial actual, se puede observar cómo tales prácticas y representaciones apuntan, entre otras razones, a la visibilidad pública, a la conformación de un público lector, al fortalecimiento de lazos entre autores, lectores y editores y, por supuesto, a la necesidad de su supervivencia, de su reproducción y, en muchos casos, de su expansión en términos empresariales y comerciales.

El objetivo de este trabajo es doble. Primero, exploramos los modos de presentación pública de las editoriales llamadas independientes a partir de una instancia fundamental en este sentido, las ferias de libros en las que participan. Segundo, nos preguntamos por el público de las editoriales independientes a partir de sus ferias, con el objetivo de ahondar en la relación entre lectores y editoriales y su posición en el mapa editorial argentino.

### **Las ferias: espacios de circulación y estrategia de reproducción y visibilización**

Los modos de aparecer y permanecer en el campo editorial por parte de las editoriales autodenominadas independientes reflejan cómo estas empresas actúan ante las adversidades de un contexto regional general (la concentración del sector) y coyuntural (la crisis económica que implica una caída generalizada de las variables del sector).<sup>3</sup> Como ejemplo de un tipo de estrategia, Argentina y fundamentalmente Buenos Aires, presentan un entramado amplio de ferias de libros de distinta índole en cuanto a sus lógicas comerciales, políticas, culturales, literarias, simbólicas (Dujovne, 2018b). Además de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires (FIL), realizada cada año en marzo-abril y que recibe más de un millón de visitantes al año, encontramos, por un lado, a la FLIA (Feria del libro independiente y autogestionada o alternativa) y por el otro,

---

<sup>3</sup> Desde 2015 hasta fines de 2018, la caída en la venta de libros fue del 35%. La producción de libros también menguó: en 2018 se publicaron un 20% menos de ejemplares que en 2017; y un 8% menos de novedades. Si solo tenemos en cuenta al sector editorial comercial, vemos una caída del 15% en novedades respecto del 2017 y una caída en la tirada del 30% (CAL, 2018).

a la Feria de Editores (FED). Estas últimas reúnen a una serie de editoriales que se reconocen como independientes. Mientras una tiene una estética y apuesta under, artesanal y militante, la otra en los últimos años aglutina proyectos que se profesionalizaron y desarrollaron estrategias que las articulan y que las consolidan como empresas culturales con presencia, visibilidad y dinamismo en el mercado editorial y literario<sup>4</sup>.

Si el campo editorial, desde la óptica de Bourdieu (2005), es una abstracción teórica que permite ubicar a los agentes que participan en dicho espacio, sus posiciones y sus tomas de posición que implican disputas, podemos hacer el ejercicio de pensarlo también como una realidad materializada (Entwistle y Rocamora, 2006), que permita visualizar de manera empírica cómo se produce y reproduce ese campo editorial. Las ferias de libros, sus agentes reunidos en un mismo espacio, las instituciones que participan, los sentidos que se ponen en juego en su desarrollo, en su fundación –teniendo en cuenta que hay distintos tipos de ferias en donde los mismos editores pueden participar de manera simultánea–, pueden considerarse como un prisma para dar cuenta de cómo se constituye, se produce y se reproduce el juego del campo editorial, sus límites y fronteras, los modos de aparecer y de permanecer que tienen los agentes que se vinculan entre sí y los públicos que acceden a tales espacios. Así, en este apartado observamos someramente cómo distintas editoriales llamadas independientes participan en tres ferias de libros, pensándolas como “fotos” del campo editorial materializado, como ceremonias de consagración, como reproducción de un sistema de posiciones delimitadas, en donde la presencia física, el ver y ser visto remite a posiciones y posicionamientos, estrategias de supervivencia y de presencia (Entwistle y Rocamora, 2006).

### ***Feria Internacional del Libro***

La Feria Internacional del Libro en Buenos Aires ostenta, dentro del campo editorial, el “monopolio de la visibilidad”. Funciona

---

<sup>4</sup> Sobre la experiencia de la Feria de Editores, ver el capítulo siguiente, escrito por uno de sus organizadores.

como una “gran librería” y es el evento más importante en términos de producción y circulación de libros. Los grupos que detentan mayor capital económico ocupan un lugar central, visible, mientras que los numerosos pequeños y medianos sellos se encuentran en los alrededores o en las periferias de los pabellones.

La Feria funciona como un espacio de legitimación y es considerada por los actores intervinientes como un espacio donde “hay que estar”. Si bien las editoriales más pequeñas se encuentran en las periferias o en espacios no centrales, el objetivo de los actores es “hacerse visibles” en el mercado y en ese evento, mostrar y demostrar que participan y aparecen en un espacio fundamental para ser tenidos en cuenta como actores legítimos del espacio editorial. De esta manera, en la segunda década del 2000, al compás de la recuperación económica y la consolidación de algunos proyectos, una fracción de la escena independiente comenzó a agruparse para presentarse en la feria por medio de stands colectivos, como estrategia de visibilidad y posicionamiento.

“Los siete logos”, conformado por las editoriales Caja Negra, Adriana Hidalgo, Eterna Cadencia, Katz, Mardulce, Entropía y Beatriz Viterbo es un ejemplo significativo de este tipo de agrupamiento. Estas empresas que en otra parte caracterizamos como de editoriales “legítimamente” llamadas independientes (Safershtein y Szpilbarg, 2012), forma parte del espectro de las editoriales profesionalizadas que lograron adaptarse a las normas de un campo editorial concentrado dominado por los jugadores de peso. En una línea similar se encuentran los stands de algunas de las participantes de la FED: “Sólidos Platónicos”, compuesto por Fiordo, Gourmet Musical, Godot, Aquilina, Letranomada, Librería, Paprika y Wolkowickz editores; y “Carbono”, también con Godot y Gourmet, además de La Parte Maldita, Entropía, Hueders y Leteo.

Por otro lado, el reciente stand *Todo Libro es Político*, compuesto por editoriales fundadoras y nucleadas alrededor de la Feria del Libro Independiente (FLIA), inauguró su participación en un espacio de alguna manera hostil a su posición dentro del campo literario. La participación en la Feria Internacional de proyectos edi-

toriales autogestivos que “nacieron” en oposición a la misma (como veremos en el siguiente apartado), demuestra que las posiciones en el campo editorial son históricas, móviles e intersticiales<sup>5</sup>.

En este sentido, en la Feria se puede observar cómo se conforma una dinámica espacial de delimitación de espacios. Para el caso de las editoriales “independientes”, se registran ciertas afinidades de catálogo, de proyecto, de estilo, de ideología, de tamaño, a través sus stands colectivos entre los que también se encuentran el Frente Editorial Latinoamericano, la Sensación y La Coop.

### ***Feria del Libro Independiente y A...***

Como un exponente de lo que podría ser denominado “contracultural”, la FLIA aglutinó a proyectos editoriales *under* con otros proyectos culturales y políticos de distinto tipo: cooperativas, asambleas barriales, centros y espacios culturales autogestionados (FM La Tribu) y empresas recuperadas por sus trabajadores (fábrica Brukman, IMPA, Chilavert y Gráfica Patricios, entre otras). Como afirma Dujovne (2018b), el énfasis estaba puesto en la crítica política-cultural, y en la vinculación con otras experiencias con un espíritu similar, aunque no fueran estrictamente editoriales. La FLIA surgió en 2006 como una “contraferia” en el predio de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires. Los participantes principales eran integrantes de grupos literarios como “Maldita Ginebra”, “Poesía Urbana” y la editora “El Asunto”. Bajo un cartel que afirmaba “Yo escribo. Tú escribes. Él escribe. Nosotros escribimos. ¿Vosotros qué editáis? ¿Ellos qué leen? Contraferia del libro. Libertad al autor y al lector”, se exponían los libros en una mesa. La protesta tenía tres direcciones: se presentaba como antítesis de la mercantilización de los libros, de la privatización de los espacios culturales y de los parámetros de legitimación generada por la curaduría que interviene en el proceso editorial.

Poco tiempo después, en ese mismo año, se realizó la primera FLIA, en un predio (la Mutual Sentimiento, en el Sexto Cultu-

---

5 Sobre las estrategias asociativas para participar en las ferias y en particular en la FIL, ver el capítulo de Gustavo Velázquez en este mismo libro.

ral) con ingreso gratuito y libertad de puesto. Tuvo como invitado al histórico editor y productor José Luis Mangieri para dar una charla sobre la edición independiente en los 60 y los 70, incorporando a la FLIA en una tradición (Winik, 2010). La FLIA se caracterizó en estos años por contar entre los expositores con editores, editoriales y autores que se autoeditan. Este evento puede pensarse como parte de formaciones culturales que emergen y cobran fuerza a partir de los sucesos de 2001, en donde se relacionan los actores a partir de redes de sociabilidad en espacios de lecturas en vivo, jóvenes generaciones de escritores, editores y críticos que crean espacios de militancia literaria y artesanidad, subordinando el factor comercial a la intervención en el campo literario (Saferstein, 2012; Vanoli, 2009).

### ***Feria de Editores***

En 2013, los editores del sello Godot promovieron una pequeña feria en el espacio de la radio La Tribu, con el objetivo de conformar un evento que les permitiera promocionar sus libros y posibilitar el encuentro “cara a cara” con los lectores, al igual que en la FLIA. La experiencia comenzó con quince editoriales, pero el interés de otros editores y la afluencia de público los llevó a dar un salto en 2016 en un nuevo espacio que les permitió ampliar el número a ochenta stands, y a proponer una agenda de charlas y eventos, similar a lo que sucede en la FIL. La última edición realizada hasta el momento, en 2019, volvió a ampliar el espacio y elevó el número de editoriales participantes a 250, sumando también la presencia de 60 sellos de América Latina y el exterior: Chile, Uruguay, Perú, Brasil, Colombia, Venezuela y España.

La mayor parte de las editoriales que participan en la FED fueron creadas entre 2004 y 2010, al ritmo del crecimiento económico de los primeros mandatos del kirchnerismo. Según Dujovne (r.MUTT, 2018), lo que caracteriza a estas editoriales es un proceso de maduración que deja detrás la aventura inicial de publicar, para pasar a un proyecto profesional “que demanda información, conocimientos específicos y tiempo. Todo lo cual implica atender especialmente a la administración, un aspecto soslayado en los

primeros tiempos que con el crecimiento del sello deviene un aspecto decisivo de la tarea editorial”. Es decir, a la apuesta por la calidad y la intervención dentro del campo literario, cuestión que parece ser compartida entre las editoriales que se autoreconocen como “independientes”, se le suma la búsqueda de sustentabilidad como empresa. Forman parte de un empresariado cultural que apuesta a instalar un sello en el espacio editorial, generar adhesiones de sus lectores y participar tanto de espacios propios (como la FED y pequeñas librerías) como “ajenos” (FIL, cadenas de librerías) de manera sustentable. Al igual que con la FLIA, la FED supuso la generación de instancias comunes para resolver cuestiones prácticas propias del mercado, como la distribución, la exportación, la promoción y circulación, entre otros factores (Dujovne, 2017). Así, muchas editoriales se aglutinaron para conformar librerías y sistemas de distribución propios;<sup>6</sup> presentar demandas colectivas y articularse para la internacionalización.

La actividad de estas editoriales refleja un posicionamiento mediante estrategias culturales que no desdeñan lo comercial. Sumado a esto, el desarrollo de una feria considerada como “propia”, con reglas de acceso y exclusión que estas mismas editoriales dictaminan, da cuenta de una etapa de consolidación y asentamiento y adaptación en un campo profesionalizado, no necesariamente desde una posición de “resistencia” o “contracultura”. En sus años de desarrollo, las editoriales de la FED fueron consolidándose como referencias en el plano literario, en las ciencias sociales, las humanidades y el ensayo, en la poesía y también en la literatura infantil haciendo de la “independencia” una carta de presentación, menos como militancia romántica que como proyecto cultural, intelectual, político y comercial (Dujovne, 2017).

### **Los públicos de las ferias de libros y el caso de la FED**

Las ferias operan como estrategias de circulación, visibilidad y posicionamiento dentro del campo editorial, como espacios en donde los editores “entran” en escena y performan su participación en el campo editorial. Ahora bien, cabe preguntarse ¿quiénes

---

6 Ver capítulo 17.

asisten a las ferias? ¿Qué grado de vinculación tienen los públicos con los sellos que la organizan y exponen? ¿Qué intereses tienen? ¿Qué relación tienen con el mundo editorial y literario? ¿Qué relación hay entre los públicos y la posición en el campo de las editoriales que participan en las ferias?

En la Argentina, el consumo de libros, si bien compite con una multiplicidad de bienes culturales, sigue siendo relevante. Según datos de la CERLALC (2010, 2014), Argentina es el país latinoamericano que mejor se encuentra en la relación PBI per cápita y cantidad de títulos editados, y también se ubica en posiciones líderes en cuanto a los niveles de lectura (Hutnik y Saferstein 2014).

Por un lado, los asistentes de la FLIA, como han mostrado algunas investigaciones (Saferstein, 2012; Winik, 2010), no pueden ser meramente distinguibles como “público”, en tanto muchas veces estos agentes presentan múltiples inserciones como lectores, autores, editores, militantes de proyectos editoriales, culturales o políticos. Por otro lado, la FIL presenta lo que podemos identificar como público masivo, en tanto cada edición, presentada como el “evento cultural más importante del año” supera el millón de asistentes entre quienes no solo son lectores regulares, escritores o editores, sino también amplias franjas cuya relación con el mundo del libro es esporádica, al darse en ese evento en particular y no ser sostenida en el tiempo.<sup>7</sup>

En relación con las editoriales de la FED, según Dujovne (2017), muchas de ellas lograron construir catálogos que se fueron definiendo y generando su propio círculo de lectores y adeptos. En la edición de 2018 realizada en el Centro Cultural Konex, el Programa de Estudios del Libro y la Edición<sup>8</sup> aplicó una encuesta al público asistente durante los tres días del evento. El objetivo de la encuesta era conocer a los asistentes de un evento que fue creciendo exponencialmente; sus intereses, sus adhesiones a géneros, autores, libros y editoriales, su consumo de libros,

7 Esto se observa en múltiples dimensiones, por ejemplo, en el lugar de procedencia de los asistentes, que tiene un 40% de habitantes de la CABA, frente a un 38% del GBA y un 17% de las demás provincias (Fundación El Libro & DGEyC, 2018).

8 El Programa funciona en el CIS-IDES y está coordinado por Alejandro Dujovne y Daniela Szpilbarg.

su asistencia a las ferias en general, etcétera.<sup>9</sup> Esta edición tuvo mayor repercusión en la prensa que ediciones anteriores y también una alta difusión en las redes, tanto por publicidad de la organización, como por parte de los expositores.

Los resultados que se desprenden de la encuesta permiten definirla, en términos generales, como una feria que se fue ampliando pero que presenta un perfil definido de asistentes jóvenes, hiper escolarizados en cuanto al grado de titulación y capital cultural, de clase media o media alta y con un consumo de libros elevado en relación con la media en Buenos Aires y Argentina.

En primer lugar, podemos afirmar que es una feria a la que asiste un público joven. Casi el 70% de los casos relevados fueron personas entre 20 y 39 años (Dujovne, 2018a). En sintonía con el mundo del libro en Argentina y sumado al hecho de que fue una feria realizada en una zona céntrica de la ciudad, el barrio de Abasto, la mayor parte de los asistentes residían en la ciudad o en la provincia de Buenos Aires (84%); con un 45% de propietarios de su vivienda. Esto permite inducir cierta condición de clase de los asistentes, si bien en CABA los porcentajes de acceso a la vivienda son similares.<sup>10</sup>

Uno de los datos más significativos y que permiten dar cuenta de que la FED tiene un público definido y delimitado es el del grado de escolarización. Un 60% de los asistentes encuestados accedió a estudios universitarios de grado como máxima titulación y un 20% adicional tiene título de posgrado. Es decir que un 80% accedió a la educación superior, un porcentaje elevado en relación con el grado de escolarización de la CABA y de la Argentina en general. El contraste con la FIL es notable: un 38% tiene estudios universitarios incompletos y un 36% culminó sus estudios universitarios o accedió a posgrado (Fundación El Libro y DGEyC, 2018), cifra que igualmente supera a la de Argentina en general, que tiene un 21% de población con nivel universitario completo.

---

9 Se obtuvieron 546 formularios que fueron realizados entre el viernes 10 y el domingo 12 de agosto.

10 Según datos del gobierno de la ciudad, un 56% de los porteños es propietario mientras que un 36% alquilan su vivienda (Saravia, 2018).

La acumulación de capital cultural y escolar, un aspecto insoslayable y característico de los sectores medios en Argentina (Adamovsky, 2009; Miguel, 2011), da cuenta de un país donde el acceso a la universidad es amplio en relación con el resto de la región. Sin embargo, los niveles observados en la FED permiten inferir cómo el público asistente no es homologable respecto de la población en general o de las otras ferias, sino que estamos ante una feria de “nicho”, o al menos de un público “restringido”: 94% de los encuestados tiene estudios de Educación Superior. De ellos, casi un 20% tiene formación de posgrado. Las carreras universitarias más representativas fueron las humanísticas y las sociales, con fuerte presencia de disciplinas vinculadas al mundo del libro y la edición: en primer lugar, Letras (12.4%), seguida por Periodismo y Comunicación (12%), Psicología (6%), Edición (5.2%), y Derecho (4%) (Dujovne, 2018a).

En cuanto al consumo, un 30% de los asistentes manifestó haber comprado entre 5 y 20 libros en lo que iba del año, porcentaje elevado teniendo en cuenta la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y la encuesta de la Feria Internacional del Libro, en donde solo un 16% manifestó haber comprado cinco libros o más en esa edición.

Si tenemos en cuenta que en un sentido amplio las editoriales son agentes mucho menos “visibles” que los autores en términos de conocimiento y reconocimiento para los lectores, en la FED la tendencia presenta un cierto balance que permite sostener que su público tiene más conocimiento de las editoriales, en relación con el público de otras ferias.<sup>11</sup> Los encuestados en general reconocen editoriales, y las más nombradas no fueron los grandes grupos editoriales, sino editoriales “independientes”, instaladas en el sector y con presencia en algunos medios, en las ferias internacionales y nacionales. Encabezan la lista Eterna Cadencia, Caja Negra y Mansalva, editoriales nacionales de literatura y ensayo, lo que refleja su grado de consolidación, presencia y visibilidad

---

11 Esto fue relevado en dos preguntas: una sobre los últimos tres libros que el encuestado leyó, con espacio para título y para editorial (si lo recordaba) y otra sobre el seguimiento o no de una editorial, en el sentido de estar atento a su catálogo y a sus novedades de manera continua.

en el campo y entre los asistentes cercanos al polo más cultural en términos simbólicos. El cuarto lugar lo ocupa Anagrama, no participante de la FED, primera editorial extranjera mencionada y la más grande en términos de estructura y tamaño, como parte del grupo Feltrinelli, con un catálogo literario consagrado e históricamente instalado en la Argentina y en la región iberoamericana. El quinto lugar lo ocupa Siglo XXI, que participó en la FED por primera vez y en los últimos años muestra una consolidación en cuanto a visibilidad y capacidad de abstraerse del lugar que lo restringía a una editorial de ciencias sociales y humanas, para ampliar sus públicos con libros de divulgación científica y coyuntura política (Sorá, 2017).

	Editoriales	Menciones	%
1	Eterna Cadencia	42	6,1
2	Caja Negra	26	3,8
3	Mansalva	24	3,5
4	Anagrama	21	3,1
5	Siglo XXI	21	3,1
6	Blatt y Ríos	20	2,9
7	Godot	20	2,9
8	La Bestia Equilátera	17	2,5
9	Adriana Hidalgo	15	2,2
10	Mardulce	14	2,0
11	Fiordo	14	2,0
12	Sigilo	11	1,6
13	Interzona	11	1,6
14	Entropía	10	1,5
15	Tinta Limón	10	1,5
16	Alto pogo	8	1,2
17	Santos Locos	8	1,2
18	Iván Rosado	8	1,2
19	Cuenca de Plata	8	1,2
20	Gourmet Musical	7	1,0

El stand de la FIL “Los 7 logos”, pionero en las editoriales “independientes” más presentes en cuanto a visibilidad y presencia, tiene a cinco de sus sellos nombrados entre los primeros 15 lugares de mención espontánea de editoriales, lo que le permite ser ubicado en una posición, si no dominante, al menos como la fracción más dominante de los sectores dominados (Bourdieu, 2010).

En relación con los autores, aparecen algunas consideraciones relevantes. Quitando a los clásicos Cortázar, Borges y García Márquez (el primer extranjero de la lista), entre los autores más nombrados predominan los autores jóvenes, con una trayectoria en consolidación o recientemente consolidada en el campo editorial y literario. Los autores más mencionados revelan el grado de presencia de la literatura joven escrita por mujeres, que se condice con su grado de consagración a nivel local y a nivel internacional, con traducciones y presencia en ferias internacionales. Con 17 y 11 menciones respectivamente, Samanta Schweblin y Mariana Enríquez encabezan la lista, autoras premiadas y con una presencia ya consolidada dentro del campo literario, que en los últimos años fueron publicadas por los grandes grupos como Random House y Planeta y también Anagrama. César Aira (10 menciones) es uno de los autores más consagrados a nivel local, con una prolífica carrera en numerosas editoriales nacionales y de grupo; Selva Almada (9 menciones), cuyo éxito *El viento que arrasa* (Mardulce, 2012) seguido por *Ladrilleros* (Mardulce, 2013) fue tomado como anzuelo para que la contrate Random House, donde publicó *Chicas muertas* (2014); *El desapego es una manera de querernos* (2015) y *El mono en el remolino* (2017). Fabián Casas (7), Gabriela Cabezón Cámara (7) y Leonardo Oyola (6) son otros ejemplos de autores consagrados, con creciente presencia en el campo literario y sus circuitos, que oscilan entre la publicación en pequeñas y grandes editoriales.

Este resultado arroja un problema sugerente. Por un lado, las editoriales más nombradas por los asistentes son sellos literarios nacionales, profesionalizados y presentes en la escena

internacional. Por el otro lado, las autoras más mencionadas, si bien pudieron publicar en editoriales locales o españolas (Enríquez con Emecé, de Planeta, pero también en Eduvim, Espasa Calpe, Montacerdos y Galerna; Schweblin con Destino, Lumen, Páginas de espuma) se encuentran ya instaladas y publicadas por Literatura Random House, que les aporta visibilidad en un circuito de producción, circulación y consagración a nivel nacional, regional y global.

Es interesante observar cómo los grandes sellos, que les aportan visibilidad y presencia nacional e internacional a los autores, no son tenidas en cuenta por los lectores, que parecen reconocer y “afiliarse” (o reconocer afiliarse, teniendo en cuenta que en la situación de encuesta se ponen en juego lógicas de distinción por la situación y el ámbito en el que se produce) a los autores y a editoriales nacionales. Parece haber cierta afinidad electiva entre un grupo de autores y autoras jóvenes, con presencia y actividad en el campo literario local y también regional e internacional y un grupo de editoriales nacionales que, sin embargo, no poseen los derechos de tales autores.

Random House, que publica a gran parte de los autores de la lista, fue nombrada tan solo cuatro veces entre los encuestados, lo que indicaría, por un lado, la prevalencia del autor por sobre la editorial o al menos cierta autonomía entre figura autoral y casa editora, cuando esta última es un gran grupo editorial. Esta creciente visibilidad de los autores es tomada como oportunidad por los grandes grupos, que construyen catálogos literarios que, si bien no son los más exitosos en términos comerciales, marcan presencia en un circuito internacional al que las editoriales llamadas independientes acceden, pero en términos menos favorables. La paradoja que revela la encuesta se da en relación con una alta consideración de los sellos independientes al mismo tiempo que una afinidad del público por autores que publican en las grandes editoriales, aunque tengan afinidades electivas con esos sellos (participan de la FED como asistentes o como conferencistas, por ejemplo) que se encuentran en una posición desventajosa en términos estructurales.

## Comentarios finales

En estas páginas recuperamos una fracción relevante de la escena editorial “independiente” en Argentina y sus estrategias de circulación. Nos focalizamos en las ferias de libros, en donde diferentes actores entran en escena para posicionarse sobre este espacio de relaciones y disputas.

Focalizándonos en la FED y en la encuesta reciente cuyos resultados preliminares se presentan aquí, podemos ver, por un lado, la conformación de un público delimitado, de nivel socioeconómico medio-alto, afín al mundo del libro y a la búsqueda de capital cultural. Por otro lado, observamos que el grupo de editoriales que participa en la FED busca y se encuentra en condiciones de generar, como afirma Dujovne (2018b), una propuesta literaria, intelectual y política distinguible, en el sentido de construir un catálogo que pueda ser identificado por los lectores, los autores y los intermediarios culturales (en tanto en el periodismo cultural estas editoriales son tenidas muy en cuenta). Así, siguiendo a Dujovne (2017) “se puede discutir si las editoriales 'independientes' forman lectores, como suele repetirse, pero es indudable que forman gustos, dan forma a un público que comienza a reconocer la marca y confía en el plan de lectura de los editores”. Sin embargo, más allá de las percepciones obtenidas en la encuesta y las respuestas productivas en términos de mercado y valor cultural que implican estas ferias y estas editoriales es evidente que el poder de los grandes grupos se mantiene objetivamente casi impoluto, al ostentar los mayores niveles de producción y venta. Si bien las independientes generan una comunidad de gustos y afinidades estéticas, intelectuales, literarias, políticas; sus ventas y facturación (y, consecuentemente, sus posibilidades de reproducción y ampliación) las relegan a una posición subordinada que, en momentos de crisis, pueden resultar críticas para un proyecto de escala pequeña en un espacio editorial sin políticas públicas que permitan equilibrar el sector.

## Capítulo 16

### **La feria como diálogo entre editores y lectores**

VÍCTOR MALUMIÁN

Las ferias de libros no son tan especiales. No escapan al significado que les impone el lugar desde donde se las observa. Se puede acordar rápidamente que una feria es un evento cultural que sucede en un espacio y tiempo acotados, donde un grupo de personas deciden encontrarse, algunas para ofrecer libros y otras para comprarlos. Esa es su expresión mínima. Con las sucesivas ediciones las ferias crecen y se desarrollan, deciden incorporar contenidos para atraer públicos específicos, suman jornadas de trabajo de cara al rubro y trazan alianzas con otros actores del mundo del libro para fortalecer sus relaciones internas y externas.

Se puede asumir que un evento cultural de estas características debería funcionar de una manera relativamente similar para todas las editoriales. Pero, en la práctica, para cada editorial es un evento distinto. El lugar donde se sitúa una editorial para pensar su participación, no tanto por una elección propia sino por sus condiciones de producción, evolución histórica y punto de partida, determina su abanico de expectativas. Esas expectativas de participación se pueden dividir en dos ejes: por un lado el eje simbólico y por el otro el eje económico. Esos ejes dan cuenta de la experiencia que significa transitar una feria. No es casual que se condigan con la doble cara de su objeto central: el libro. Los motivos para participar de una feria se mueven en porcentajes distintos dentro de esos ejes.

Las acciones que se engloban dentro del orden simbólico son aquellas cuya motivación primaria tiene como finalidad generar lazos, conexiones, aprendizajes y acciones conjuntas. No generan en el acto primario un intercambio comercial. Lo simbólico puede estar orientado a mostrar el trabajo de la editorial a los lectores de una determinada región, relacionarse con otros editores, conocer distintas estrategias editoriales para viejos problemas, fortalecer la relación con agentes de derechos, entre otras prácticas.

Por el contrario, las acciones que transitan el eje económico tienen por finalidad el intercambio comercial: una de las partes entrega un valor a cambio de un producto, ya sea intelectual o material. El eje económico puede englobar expectativas tan variadas como la búsqueda de un distribuidor, ya sea local o extranjero, sumar nuevos puntos de venta, una meta de venta de ejemplares físicos hasta la venta de derechos de traducción.

El paso de unos pocos años puede cambiar la relación entre una feria y la editorial. La misma feria que parecía deslumbrante ahora es tediosa, la misma feria donde una participación parecía una apuesta arriesgada, ahora es destino obligado.

### **Taxonomía**

Un primer tipo de ferias, quizás las más comunes en la Argentina son las ferias organizadas por los municipios. No se caracterizan por una difusión sistemática y suelen ser bastante democráticas en su apertura para participar. Están abiertas a distintos tipos de librerías: de saldo, infantiles, nuevos, usados; así como espacios para autopublicados, etcétera. Gracias al apoyo municipal suelen tener fondos para invitar autores o facilitar algunos de los costos logísticos de las editoriales que se trasladan hasta ese municipio.

A su vez, son las ferias más expuestas a los vaivenes políticos, hasta que logran consolidarse como un evento de peso en su región. Un ejemplo de trabajo constante y crecimiento es la feria de la ciudad de Santa Fe.

Las universidades suelen ser espacios propicios para la difusión del libro. Por un lado poseen un público lector cautivo, por el otro en muchos casos tienen su propia editorial y eso habla del lugar que ocupa el libro como objeto en estas organizaciones. No es extraño que allí se generen encuentros en torno al libro. Un ejemplo de trabajo constante y organizado es la *Fiesta del Libro y la Revista* en Quilmes, organizada por *El sur también publica*. Es la feria del libro más grande organizada por una universidad. Tres características lograron marcar este evento en el calendario de cualquier editorial: trabajo ordenado, cons-

tancia en sus políticas y una fuerte impronta de feedback con los distintos actores del libro.

Un segundo tipo de ferias está ligado al recorte temático. Quizás este tipo de ferias sean las más interesantes, el recorte es tanto su fortaleza como su debilidad en la mayoría de los casos. La idea de curaduría resulta muy atractiva, un público cautivo que rápidamente debería interesarse por su especificidad. Es conocida la feria de editoriales jurídicas en la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires, la Feria del Libro Peronista, la Feria Punk o la reciente pero muy potente feria Feminista, la cual se perfila como un futuro clásico.

Por último, la tercera categoría, las ferias organizadas por editores y editoras. A nivel latinoamericano, Chile tiene uno de los antecedentes más interesantes, por su diversidad y por su capacidad de acercar pequeños proyectos editoriales a un público masivo: la Furia del Libro, emplazada en el hermoso centro Cultural Gabriela Mistral, aúna a cientos de editoriales de todo Latinoamérica. En Argentina la FLIA ha marcado un hito como punto de encuentro. Entre sus méritos se encuentran: otorgarle relevancia a la producción de diversas editoriales bajo una lógica descentralizada y reproducir su lógica en otras ciudades del país. En La Plata, la Feria Edita es otro ejemplo que crece con fuerza gracias a sus organizadores: el colectivo Malisia. Dentro del conjunto de las ferias organizadas por editores se destaca la Feria de Editores (FED) por la cantidad de público y editoriales que ha logrado convocar. Sin dudas, a cada categoría se pueden agregar infinidad de ejemplos, las enumeraciones están condenadas a quedar incompletas.

### **La FED**

La Feria de Editores (FED) nace en 2013 con la intención de generar un espacio donde las pequeñas editoriales se encuentren una vez al año. Un espacio que genere el tiempo para hablar cara a cara de libros, de su contenido y su materialidad.

El nombre de la feria remite a la intención que respalda un catálogo, a la intención de un equipo o una persona de proponer

un recorrido de lectura, intervenir en el campo cultural, generar una discusión. En algún punto, si se quiere, remite a *la marca del editor o la editora*. No importa el nombre propio, importa la mirada; se trata entonces de pensar que quienes seleccionan los títulos de un catálogo no son piezas reemplazables como simples ruedas dentadas en un engranaje mayor, sino que hay un aporte creativo, un aporte crítico, una voluntad de conversar. No es una oda al individualismo, es una reafirmación a los catálogos que no miran el mercado para entender qué es lo que está pidiendo, sino que proponen textos originales, rescatan otros imprescindibles y se juegan todo en la difusión de esos libros, en la búsqueda de esa comunidad de lectores y lectoras.

Desde un comienzo fue claro que la FED tendría una mirada dividida: hacia el interior, orientada a las problemáticas de los editores, y hacia el exterior, en busca de una propuesta a los lectores. Entre los problemas que encontramos como editores se pueden destacar algunos ejes de trabajo y discusión.

### ***1. El uso del tiempo***

Un porcentaje mayoritario de los pequeños editores y editoras de la Argentina no tienen como principal ingreso las ventas generadas por su catálogo. Complementan sus ingresos con otros trabajos, muchas veces como docentes. Este dato se traduce en horarios laborales acaparados por otras obligaciones. La edición transcurre en las horas robadas al sueño, el descanso o el tiempo libre.

Si la feria se extiende a lo largo de una o varias semanas inmediatamente expulsa a una cantidad de pequeñas editoriales que no pueden cubrir esos extensos horarios de atención al público, especialmente en días de semana. El problema se agrava si tomamos en consideración que las editoriales de una persona o dos, cuando estas pasan una semana detrás de su stand, quedan virtualmente paralizada en términos de edición y corrección durante ese tiempo.

Se podría pensar la posibilidad de que un vendedor tome el lugar del editor para esquivar el problema, pero lo que sucede en la práctica es que rara vez una editorial que no logra separar un

honorario mensual y estable para alguno de sus integrantes pueda generar suficiente ganancia para emplear a un tercero en la atención de la feria y de hacerlo no termina de ser completamente rentable. A esta problemática se suma la pérdida total del feedback de los lectores, la posibilidad de repreguntar y entablar un diálogo.

## **2. La economía y la logística**

Para hacer una cuenta precisa, en la mayoría de las ferias, al costo del stand debemos sumar el de su acondicionamiento. Esta variable puede incorporar desde muebles a medida, pasando por matafuegos, seguros, algún tipo de tela o media sombra para cubrir libros en los horarios que la feria cierra al público, el acceso a internet y un sinnúmero de gastos. Muchas veces las ferias se ponderan solo por el costo del metro cuadrado cuando en realidad deberían medirse por el costo real y operativo final de ese metro cuadrado.

Por ejemplo, si no se provee iluminación, el alquiler de esos equipos más su consumo es otro costo, dado que es una condición indispensable para poder llevar adelante la feria. A veces las ferias no proveen internet y, si se desea cobrar con tarjeta de crédito o débito, es importante tomar estos costos en consideración. Son costos necesarios, directos e inevitables.

La razón por la cual suelen dejarse de lado, en un paquete que incluye entre otras cosas muebles y decoración, es por su amplio abanico de soluciones posibles. Esto podría ser un error: el problema de amueblar un espacio puede solucionarse con caballetes o con muebles a medida y entre ambas opciones el arco de costos es tan disperso que es casi imposible medirlo de forma estandarizada. Pero los gastos pueden discriminarse. En el caso de la iluminación o la conexión de datos, muchas veces el rango de precios es menor, ya sea porque se está obligado a contratar un selecto grupo de proveedores o porque directamente es monopolio.

Esta mirada pone de relieve dos tipos de problemas. Quizás el más evidente es el incremento del costo económico. El segundo, no siempre presente, es la energía logística: la gestión de todos los requisitos, el armado del espacio y los tiempos que

conlleva empaparse de todos los seguros necesarios, desde los que implica el flete que traerá los libros hasta el propio para atender el espacio.

En la última década, varias editoriales decidieron agruparse bajo el formato de stand colectivo para solucionar estos problemas. En muchos casos trajo como resultado una sinergia inesperada. Al tener todas estas características presentes y en busca de generar un espacio para las pequeñas editoriales la FED decidió proveer la iluminación, los seguros, internet y todos los requisitos necesarios para que la editorial solo deba encargarse de traer sus libros y atender a los lectores de la mejor manera posible.

### ***3. El espacio***

En muchas de las ferias más importantes del país, el armado del stand queda por cuenta de la editorial que lo contrata. Este supuesto gesto democrático, de que cualquiera puede elegir un espacio si puede pagarlo, pone de manifiesto las condiciones de producción bajo las cuales llega cada editorial. Las que cuentan con mayor capacidad de inversión pueden montar espacios con un piso superior para reuniones, grandes carteles, luces y otras tantas estrategias para llamar la atención del visitante. Aquellas con menos capital se arreglan con tablonos y caballetes.

Este dato, a solas, poco nos dice de su capacidad para editar con cuidado y destreza, y en ese sentido, es vital no confundir o apresurarse a sacar conclusiones. Pero nos habla de los puntos de partida, del capital económico con el cual se cuenta al momento de comenzar, del poder para imponer un autor o para llegar a un punto de venta con elementos periféricos al objeto libro con mayor fuerza e impacto.

¿Qué pasaría si todos tuvieran el mismo espacio? Una mesa, por ejemplo. ¿Qué pasaría si cualquier editorial, sin importar con cuánto dinero cuenta, puede comprar solo dos metros lineales para exponer su material? ¿Qué sucede cuando la más pequeña de las editoriales tiene la misma mesa y el mismo espacio que la editorial más grande de la feria?

Existen diversos ejemplos de ferias, quizás el más extendido son las ferias de artes gráficas, donde los stands son mesas. El objeto que más se luce no es un promotor, no son gigantografías, sino los libros prolijamente ordenados sobre la mesa. Bajo esa configuración es el diseño de tapa, es la elección tipográfica, es el criterio editorial lo que prima en la atención del lector. La diagramación de los pasillos amerita otro comentario. En general las ferias, por su tamaño, fallan en generar un recorrido único y las editoriales con mayores recursos toman los mejores espacios.

La FED también se plantea como un espacio de relacionamiento. Busca activamente desde los talleres profesionales como desde las jornadas de relacionamiento que se realizan días antes de la apertura al público generar un espacio de confluencia para colegas de Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España México, Perú, Uruguay y Venezuela.

#### ***4. Curaduría***

La organización marca la agenda de la feria, marca su norte, lo que se puede y lo que no se puede hacer. Ya sea de forma directa o de forma indirecta.

Una feria que incorpora espacios de venta con libros de saldo marca una dirección, una intención. ¿Están mal los libros de saldo? Claro que no. Son libros que una editorial ha juzgado que su tiempo comercial ha terminado y desea venderlos por una fracción de su valor, ya sea porque ocupan costoso espacio de almacenamiento, ya sea porque tributan impuestos sobre ese stock o bien porque sus contratos de derechos están próximos a vencer. Dentro de estas categorías pueden entrar libros estupendos. También es claro que están en otro momento de la cadena de comercialización y que conjugarlos, stand por medio, con libros que son una novedad no es una buena idea para una feria si lo que se quiere fomentar son los espacios que ponderan nuevas traducciones, rescates valiosos o propuestas novedosas. Nuevamente, no es ni bueno ni malo, marca un camino.

El rotundo “no” a una propuesta, genera malestar. Es difícil de asimilar. La FED es la feria donde pequeños editores muestran

su producción de forma directa a los lectores. Si entendemos el catálogo como un recorrido de lecturas, y entendemos que la FED agrupa a las editoriales que entienden el catálogo de esta forma, entonces, se desprende de forma natural que no podrá aceptar autores autopublicados, tampoco puede aceptar editoriales que tienen un porcentaje mayoritario de su catálogo pagado por los mismos autores. ¿Esto significa que está mal autopublicarse? Ni en lo más mínimo. La FED decide hacer un recorte: un punto sustancial para entender su dinámica es no pensarla como una FIL (Feria Internacional del Libro) pero a pequeña escala. El recorte perfila a la feria, al igual que los libros que una editora decide rechazar perfilan su catálogo, o los libros que selecciona una librería hablan el mismo lenguaje que los lectores que desea atraer. No, todo no es lo mismo.

### ***5. Organizadores***

La conformación del grupo que toma decisiones dentro de una feria es resultado de una lucha de tensiones entre distintas instituciones, distintos intereses; a veces similar no quiere decir idéntico. Muchas de las incongruencias que se pueden apreciar en una feria son el resultado de una puja que no logró resolverse satisfactoriamente pero que ha llegado a un acuerdo de paz y da como resultado una solución que no es completamente satisfactoria para ninguna de las partes, pero ninguna de ellas la siente como una pérdida.

La organización de la feria condiciona sustancialmente sus acciones y por ende el resultado, al menos de los esperables. Si uno de los principales organizadores es el propio gobierno de un municipio no sería raro que las fechas cambien año a año dependiendo de las elecciones y afecte a su consolidación en el calendario, tanto de cara al público como de cara al rubro. También puede suceder que se destine un porcentaje sin sentido en honorarios para invitados que no guardan relación con el público lector pero son populares, y como es sabido, los presupuestos siempre son limitados: lo que se gasta en una fila de excel no se gasta en la otra.

## **6. Un recomendador serial**

Una de las medidas más frecuentes para demarcar una editorial es su capacidad para publicar novedades. Las editoriales más pequeñas oscilan entre las 3 y las 20 novedades por año. Solo para contrastar Planeta estima unas 400 novedades para el 2019.<sup>1</sup> En promedio un librero puede recibir más de 150 novedades por mes entre la producción de las principales multinacionales, las importaciones y la producción de las editoriales más pequeñas. ¿Quién puede absorber toda esa información?

Los sistemas informáticos pueden ayudar a encontrar más rápido los libros, pueden relacionar la metadata, también generan listados temáticos muy preciosos. Pero aún no logran reemplazar la lectura y el intertexto, no ostentan la capacidad de relacionar lecturas por los conceptos y temáticas que escapan a una palabra clave. Es vital para la lógica de la feria que quien esté detrás de la mesa donde se exhiben los libros sepa todos los detalles de su producción, que pueda mapear la relación de ese libro con el resto del catálogo, con la misma pasión y entusiasmo del primero al último.

Argentina se caracteriza por tener libreros y librerías increíbles, por eso la FED entrega de forma gratuita un catálogo que lista todas las editoriales participantes y más de 300 librerías de todo el país que trabajan con estos libros. La idea de fondo, quizás ingenua, quizás pretenciosa, es que aquel que visita la FED conozca muchos más libros de los que comprará en esa visita, pero que el resto del año descubra nuevas librerías. Librerías en las zonas donde vacaciona, librerías cerca de las casas de sus amigos y amigas, librerías cerca de su trabajo.

Una vez al año convocamos a todos los editores y editoras para hablar de lo que han publicado, de lo que los y las apasiona, para enriquecer las recomendaciones, para generar nuevos hipervínculos analógicos.

## **Reflexiones finales**

Es un error creer que todas las ferias deben ser iguales. Más aún si se piensa que Buenos Aires tiene una de las ferias del

---

1 <https://www.lanacion.com.ar/2207288-5-tendencias-2019-que-vamos-leer-este>

libro internacionales más grande de la región, donde cualquier editorial que pague el costo del stand puede participar. Una feria que siempre supera el millón de visitantes y que, por otra parte, entre sus méritos cuenta con ser el único contacto anual con el libro para muchas personas.

La intención de la FED, al recortar los parámetros de las editoriales que busca activamente, es hablarle directamente a un público lector y curioso. Un público que en algunos casos se intersecta con el público de la FIL Buenos Aires y en otros casos no. Se buscan lectores activos, interesados en escuchar y conocer nuevos autores, descubrir editoriales y proyectos textuales.

Si algo enseñaron las sucesivas ediciones es que una feria no es una isla, está inserta en una red de relaciones dentro del ecosistema del libro. Por eso es necesario acompañar a esa expresión mínima de compra y venta de ejemplares con acciones que relacionen mejor a los actores que hacen posible un libro. El catálogo de librerías y editoriales es un primer paso en ese sentido, la posibilidad de generar un espacio dedicado a la interacción entre traductores y editores para la recepción de propuestas es otro paso en ese sentido, así como la generación de talleres profesionales para discutir los problemas, tan distintos dependiendo de la escala editorial, que nos desafían.

Una feria debe ser rentable para los editores pero sobre todo debe ser un espacio de encuentro y complicidad para pensar soluciones en conjunto.

## Capítulo 17

### **La distribución asociada: alianzas contingentes y proyectos consolidados**

GUSTAVO VELAZQUEZ

La asociatividad aparece como un fenómeno frecuente en el sector editorial contemporáneo. Los editores se juntan para compartir información, aconsejar a los proyectos emergentes, para participar en ferias con stands compartidos -o incluso crear sus propias ferias. Una de las problemáticas comunes que los editores han tenido que atender es la cuestión de la distribución y venta.

La distribución es un problema estructural<sup>1</sup> que afecta sensiblemente a los pequeños editores, quienes deben esforzarse para adquirir visibilidad y hacerse conocidos en el escenario adverso que supone la concentración del sector. Es una tarea vertebradora: de ellas dependen, finalmente, las posibilidades de subsistencia, crecimiento y profesionalización de cada sello. En este capítulo se rastrean algunas de las experiencias asociativas de editoriales independientes nacidas para encarar la distribución y la participación en ferias. Se indaga en las razones que han motivado la formación de distribuidoras, tales como Asunto Impreso, Coma Cuatro, Carbono; y los colectivos editoriales La Coop y Malisia. Así también, se observan acuerdos más puntuales orientados a la intervención en ferias, a partir de las experiencias de Todo Libro es Político y Frente Mar. El hilo conductor en todos los casos es la conjunción de esfuerzos y miradas sobre la actividad editorial que enriquecen el segmento independiente y autogestivo.

#### **El camino a la autodistribución**

La distribución representa una etapa fundamental de la cadena de valor de la industria del libro. Esta tarea permite la circulación y presencia de los textos en los puntos comerciales, de modo que influye sobre la posibilidad de ventas.

---

<sup>1</sup> Consideramos que la distribución es un tema que no ha sido abordado de manera exhaustiva en el campo de los estudios del libro y la edición. La información que se brinda es una reconstrucción a partir en una serie de entrevistas a editores independientes realizadas en 2016, 2017 y 2018.

En términos generales, las principales acciones vinculadas a la distribución son la *logística* (almacenaje, recogida, embalaje, devoluciones, facturación y cobros) y la *comercialización*, que incluye el mercadeo, la promoción y los servicios de pre y posventa (Gil y Gómez, 2017).

Las formas de distribución pueden resumirse, a grandes rasgos, en distribución tercerizada y autodistribución. La distribución tercerizada consiste en trabajar con una empresa de servicio de distribución. Esto implica delegar los libros en la firma comercial que se encargará de la logística, acondicionamiento y control de ventas, entre otras cosas. La función de este intermediario consiste en negociar, trasladar y colocar los libros en cada canal comercial. Por realizar estas tareas se queda con un porcentaje de las liquidaciones de cada producto.

La autodistribución, como su nombre lo indica, consiste en el desarrollo de esa actividad por cuenta propia. En tales casos, las tareas y la logística son absorbidas por la propia editorial. Esta es una práctica extendida entre los editores independientes<sup>2</sup>. Pero la realización propia de la distribución no necesariamente es “individual”: los pequeños y medianos emprendimientos encontraron en las alianzas una manera de paliar las dificultades estructurales de la circulación comercial.

Asunto Impreso podría ser considerado un antecedente de las distribuidoras independientes. Surgió en 1995 de la mano de Guido Indij:

Asunto Impreso nació como una empresa de distribución de un único sello que es La marca editora. Después fue tomando la distribución de otros sellos nacionales y extranjeros, así como también autores individuales; y fue sumando otros catálogos. Nació como una herramienta de bastante independencia en el trato con las librerías en los

---

<sup>2</sup> En el siguiente capítulo, Néstor González relata en detalle la experiencia de Las cuarenta en este sentido.

aspectos comerciales. (Guido Indij, editor de La marca editora)

Actualmente contempla la distribución de La marca editora, Interzona, Factotum y Asunto Impreso Ediciones<sup>3</sup>. Si bien no nos referimos a una experiencia de cooperación entre editoriales, la distribuidora se orienta al segmento editorial independiente en pos de brindar una dedicación exclusiva a este tipo de catálogos.

No recibimos más sellos, no nos interesa crecer a expensa de los sellos. Hay muchos distribuidores que para crecer toman más y más sellos, pero no implica que ese crecimiento sea orgánico y que cada uno de esos sellos crezca junto con el distribuidor. A veces pasa que los sellos venden menos pero el distribuidor crece igual. Eso a nosotros no nos interesa. (Guido Indij, editor de La marca editora)

Como plantea Guido Indij, muchas veces las empresas tercerizadas de distribución no resuelven las necesidades de las editoriales independientes. Acaparan varios clientes y, en la práctica, terminan teniendo privilegio los productos de las casas editoriales más grandes. La razón es obvia: los libros de rápida circulación implican más ingreso para el librero y el distribuidor. Los pequeños editores, en cambio, no generan *bestsellers* con registros de ventas por encima de los 30.000 ejemplares en un periodo relativamente corto de tiempo: sus títulos requieren de tiempos largos para posicionarse en el mercado.

Por otra parte, el contexto de concentración influye en las condiciones desiguales de distribución. Esto se debe a que las grandes empresas poseen más capacidad de negociación con los intermediarios comerciales, para generar descuentos y lograr mejores exhibiciones en las librerías. Esto origina obstáculos para los pro-

---

<sup>3</sup> Sello que se desliga de la distribuidora, además de la propia librería: Asunto Impreso Librería de la Imagen.

yectos de baja escala económica que no pueden competir con los niveles de rentabilidad que dejan las *majors* a los distribuidores.

En las experiencias independientes, las actividades orientadas a la distribución adquieren otros fines. El objetivo radica en acompañar el posicionamiento y rendimiento comercial del propio proyecto, por lo que la distribución es más bien un instrumento al servicio del crecimiento de la editorial.

En ese sentido, en torno a 2012 se formó Coma Cuatro, la distribuidora de Caja Negra y Cactus. También se distribuye el material de Cuenco de Plata para ciertas librerías y sectores geográficos. La iniciativa comenzó con la participación de cuatro editoriales que habían tenido experiencias previas de autodistribución. Luego de diversos movimientos internos, hoy la distribuidora se centra en los sellos mencionados:

Un poco a partir de esa experiencia de espacios comunes de diálogo que se fueron armando en torno a la Feria (Internacional del Libro de Buenos Aires), es que surgió esta posibilidad de encarar juntos un problema que por lo general tenemos todas las editoriales pequeñas, independientes o de tamaño medio, que es el de la distribución. Así surgió esa posibilidad y de a poco cada uno fue dejando el sistema de distribución que tenía en ese momento. Fuimos empezando a imaginar éste y a darle forma. (Ezequiel Fanego, editor de Caja Negra)

Del encuentro entre editores resultan las actividades en común. En este sentido, las ferias son un ámbito importante. Incluso, como se verá más adelante, aquí se plasman las primeras experiencias de gestión colectiva a partir de la compra de stand entre varios sellos.

Coma Cuatro propone un modelo diferente a las empresas de servicio de distribución. Ezequiel Fanego remarca que

al no considerar la distribución como un negocio en sí mismo, es una distribución que está pensada en función de las necesidades de las editoriales. Eso nos trae ventajas tanto respecto de los costos como en el rendimiento de cada una de las editoriales en las librerías. (Ezequiel Fanego, editor de Caja Negra)

La proyección de la distribuidora está al servicio de las editoriales, situación que cambia la lógica de la circulación comercial. Esto se plasma en una serie de decisiones administrativas y financieras operativas que aportan al desempeño comercial de los distribuidos. Así, por ejemplo, la distribuidora puede reducir costos de recaudación en función de favorecer a los distribuidos:

El porcentaje que implica la distribución para nosotros no es un porcentaje fijo a diferencia que si trabajas con otra distribuidora. Vos trabajas con una distribuidora y te cobra un porcentaje fijo y dentro de ese porcentaje está considerada su ganancia, que es una ganancia variable y la variabilidad, entre otras cosas, tiene que ver con los costos. La distribuidora a veces logra achicar sus costos y obtiene una mayor ganancia. Eso no siempre va en función de vender más libros, sino que muchas veces tiene que ver con otras decisiones que tiene que tomar, como almacenamiento, fletes, etcétera. En nuestro caso, la cuestión del porcentaje es diferente. Lo que les cuesta mensualmente a las editoriales de la distribuidora es un costo variable respecto del costo neto. Es decir, no implica ningún margen de ganancia para la distribuidora. Si, por algún motivo, un mes nos costó menos la distribuidora, las editoriales pagan menos y obtienen un mayor porcentaje por libro vendido. (Ezequiel Fanego, editor de Caja Negra)

En este caso, el margen de ganancia de la distribuidora es mínimo. Es el beneficio conjunto lo que anima el proyecto. La distribución deja de ser pensada como un negocio particular y pasa a ser concebida como una actividad donde el rédito es colectivo.

Coma Cuatro distribuye en todo el país, en alrededor de 200 librerías. Las ventajas de encarar una organización de este tipo tienen que ver con una mayor atención al crecimiento de las editoriales. Esto se logra con un trabajo cuidado del material en los canales comerciales que sólo es posible por el ahínco que puede darle el propio editor, puesto que este actor es quien mejor conoce su propio material y sabe cuál es el público potencial al cual está dirigido. Este es un valor agregado que marca la diferencia al momento de tratar con los libreros, cuya relación se vuelve más directa y desintermediada.

La Coop es una agrupación de editoriales independientes. La componen los sellos: Alto Pogo, Años Luz, Audisea, Azul, Conejos, China, Espacio Hudson, Mágicas Naranjas, Paisanita, ¿Qué diría Víctor Hugo?, Santos Locos, Clubcinco, Evaristo Editorial y Clase Turista. El trabajo más fuerte de La Coop tiene que ver con la distribución. Si bien recientemente La Coop amplió su alcance a editoriales que no son integrantes de la sociedad, la distribución está especialmente orientada en el trabajo con los socios.

La Coop en realidad antes que una distribuidora es un grupo de editoriales, editores que nos juntamos a ver cómo encarábamos un proceso de trabajo conjunto. Lo que tiene que ver con la distribución y lo que tiene que ver con viajar a ferias, eran dos puntos fuertes que nos interesaban. Uno como sello podía absorber algunas librerías, podía viajar a algunas ferias cubriendo los gastos, pero no podías cubrir el gran abanico de ferias que hay y la cantidad de librerías que hay en Buenos Aires. Entonces empezamos a plantearnos por qué no armábamos una distribución propia para estos sellos, con la idea de generar una distribuidora

que después pudiera brindar servicios a otros sellos editoriales. Hoy estamos en ese proceso, La Coop hace tres años que trabaja y fuimos aceitando el trabajo de distribución, porque no fue un proceso corto ni fácil. (Marcos Almada, editor de Alto Pogo)

La asociación les permite abarcar espacios de venta que un sello por sí solo no podría, tanto en el territorio nacional como en el extranjero. El diálogo con los libreros es más eficiente y estratégico, de cara a una mejor difusión de cada catálogo.

El trabajo está siempre en función del bien colectivo, por lo que el crecimiento de los miembros es proporcional al proyecto de La Coop, que además cuenta con su propia librería y organiza diversas actividades culturales como presentaciones, charlas, talleres. “Lo que nos da la distribuidora propia, afirma Marcos Almada, es mayor libertad a la hora de tomar decisiones respecto de dónde mover nuestros libros”. Esta libertad alude a la posibilidad de elegir con qué librerías trabajar o, incluso, con qué editoriales trabajar. Esto se traduce en el manejo más eficaz de los envíos y las devoluciones. Prescindir del contrato con una distribuidora permite tener el control de la circulación comercial. Así también, el costo habitualmente destinado al pago de un servicio puede ser aplicado para descuentos y promociones en librerías.

Similar a esta experiencia es Malisia, un colectivo de editoriales platenses formado en 2013. Las editoriales integrantes son EME, Club Hem, Malisia Editorial y Pixel. El trabajo unificado de estos actores ha formado un circuito de producción y difusión de libros relevante en el territorio. Respecto a los inicios Agustín Arzac, editor de EME, comenta:

Nosotros veníamos de la experiencia de una revista que se llamaba Estructura Mental a las Estrellas y de participar activamente en la FLIA de La Plata, que en ese momento era un encuentro muy importante de editoriales independientes.

En el 2009 comenzamos a hacer la revista y 2012, tres años después, conocimos a los chicos de Pixel y a los chicos de Club Hem que estaban por sacar su primer libro. Ahí creímos que era importante juntarnos, ya que éramos pocos los editores de La Plata y participábamos en instancias de ferias callejeras y de actividades culturales y presentaciones, para empezar a potenciar el trabajo de cada uno de los sellos bajo un nucleamiento que fuera colectivo, colaborativo, autogestivo. Así nace Malisia, con la intención de poder encontrar un espacio propio en el que pudiéramos trabajar, vender nuestros materiales a través de una librería y también empezar con la distribución de nuestros materiales de forma conjunta. (Agustín Arzac, editor de EME y librero de Malisia Libros)

A partir de entonces aunaron los contactos que cada uno tenía y comenzaron a realizar una distribución integrada. De esta forma, podían llegar a todos los puntos de venta de una manera más ágil, teniendo en cuenta que la distribución llevada a cabo por Malisia se enfoca especialmente en las librerías y otros espacios de La Plata y el Gran La Plata. Para el resto del país, el colectivo terceriza ese trabajo a través de la distribuidora Waldhuter.

Esta condición sirve de ejemplo para pensar un posible tercer modelo para la distribución, en el cual se conjuga el trabajo por cuenta propia con el de un tercero. El modelo de carácter mixto es propio de algunas editoriales independientes que se autodistribuyen para algunas zonas geográficas o librerías (ya sea por consignación o venta en firme) y para otras, contratan servicios de distribución. La decisión en estos casos es táctica: por un lado, a los editores les permite sostener un trato más personalizado y atento con ciertos canales de venta, a la vez que una distribuidora posibilita ampliar otros territorios nacionales e internacionales; por otro lado, se aseguran de no dejar todo el material en manos de un distribuidor, y así evitar el problema

de no saber en dónde se encuentran los libros y las consecuentes pérdidas de ejemplares.

Acciones como éstas sirven de atenuantes para hacer que el libro se extienda lo más que pueda. Agustín Arzac considera que:

Las grandes dificultades de la distribución tienen que ver con los costos logísticos. Hoy en día enviar un paquete de libros a una provincia del interior, por ejemplo, Mendoza, ronda más o menos los \$400, \$500 el envío. Esto hace de alguna manera insostenible la distribución porque los libros se envían en consignación, o sea que nosotros no recibimos inmediatamente la retribución del dinero por ese envío. Al contrario, es una apuesta que se hace al enviar los libros hasta allí. (Agustín Arzac, editor de EME)

Como es sabido, los tiempos largos de la cadena del libro llevan a que los retornos económicos tarden meses. Desarticular la mediación de un distribuidor, acorta las cadenas de pago. Los lazos entre editores se vuelven alternativas para multiplicar el impacto de cada emprendimiento:

El tema de generar alianzas con otros editores está en la génesis de Malisia. Surgimos de ese modo, entendiendo que lo que cada uno pudiera hacer por separado iba a ser irrelevante, casi invisible. Y que si lográbamos generar un conjunto entre varias editoriales, por lo menos de La Plata, íbamos a tener otro impacto. Y creo que lo conseguimos, creo que ahora en la ciudad hay una referencia clara de lo que son las editoriales independientes. Así que, dentro de esas editoriales independientes, hay un grupo importante que está publicando y produciendo todo el tiempo, que es Malisia. (Agustín Arzac, editor de EME)

Además de la distribución, el colectivo realiza diversas actividades como la gestión de El Espacio, sitio donde se localiza la librería Malisia y se llevan a cabo diferentes actividades culturales; y la organización del EDITA, la feria de editoriales independientes más importante de La Plata. Si bien Malisia no está constituida como cooperativa, es una aspiración del colectivo obtener este marco legal.

### **El valor de la información**

Como ya dijimos, el distribuidor es un mediador que recepciona los ejemplares y se encarga del acondicionamiento y el almacenamiento; preparación de pedidos, embalaje, armado de cajas, gestión del transporte, verificación de las cuentas de los librerías y facturación. También se ocupa de administrar los libros que retornan de los puntos de ventas (Colleu, 2008). Por tales razones, transmite información entre la librería y la editorial, respecto al estado de las ventas, además de gestionar los documentos correspondientes como facturas, tickets, remitos. Allí radica la razón por la que algunos editores independientes han abandonado la distribución tercerizada. Concretamente, fue lo que motivó la creación de la distribuidora Carbono, por parte de Ediciones Godot y El Gourmet Musical. La firma distribuye además a Sigilo, pero ésta editorial no es un socio que participe de la dirección gerencial de la distribuidora.

Carbono es la distribuidora más reciente hasta al momento: comenzó a funcionar en 2017 y desde febrero de 2018 se organiza como una S.R.L. (Sociedad de Responsabilidad Limitada):

Yo creo que nadie arranca una editorial queriendo distribuir. Distribuir es como un mal necesario. Es algo que hay que hacer, pero no te emociona demasiado armar cajas, lo hacés porque no te queda otra. No te emociona mucho contar inventarios, lo hacés porque no te queda otra. Lo que sí, por lo menos para nosotros, es una experiencia de ida. Una vez que empezás a tener toda la infor-

mación, que tenés trato directo con el librero, que podés llegar a más puntos y que sabes bien qué pasa con tus libros, no querés volver atrás con eso ni loco. Es mucho esfuerzo, mucho laburo, es re desgastante, pero está bueno. (Víctor Malumián, editor de Ediciones Godot)

La información a la que se refiere Malumián, y que muchas veces retienen las distribuidoras, permite saber en qué librerías están los libros, cuántos ejemplares poseen, en cuáles funciona mejor un título que otro. Tener el control de la información significa una gestión más eficiente de la distribución que implica, por ejemplo, retirar los libros de una determinada librería donde no se registran ventas y atender con más detalle a los puntos comerciales donde el catálogo rota, y evitar que quiebren stock.

Cuando una reposición no llega a tiempo, son ventas que se pierden. En el método tercerizado, los pedidos del librero pasan primero por el distribuidor y luego al editor. En este trayecto pueden pasar meses hasta que lleguen los ejemplares a las librerías y las ventas se caen. Con una distribución propia, en cambio, esas acciones se pueden llevar a cabo de manera más inmediata y así no se pierde el ciclo de demanda que atraviesa determinado título.

Como contrapartida, distribuir es una tarea exhaustiva. El trabajo que requiere esta actividad lleva a que los editores deban repartirse entre las ocupaciones de edición, administración y financiación. En este sentido, cuando la estructura crece se vuelve fundamental incorporar personal. De los casos mencionados hasta aquí, en Asunto Impreso, Coma Cuatro y Carbone trabajan personas dedicadas de manera exclusiva a la distribución. No obstante, los editores son quienes coordinan, desde la gestión, la toma de decisiones.

En el resto de los casos son los propios editores quienes se encargan de las tareas de distribución. Lo que conduce a la acumulación de actividades que tienen más que ver con el objeto comercial del libro que con el trabajo intelectual más propio de un editor. La autodistribución, en estos casos, supone una cantidad de

tiempo destinado a la circulación “con mochila”. Pues no es una logística que requiera fletes o grandes infraestructuras, sino que se realiza a pie, apelando a colectivos, subtes, auto particular, etcétera. Esta manera de distribución para acercar a las librerías las reposiciones de dos o tres ejemplares, es parte de la actividad autogestiva que implica la dedicación intensiva de los editores.

### **La participación en ferias**

La participación en ferias es la otra cara de la distribución comercial. Son un canal muy importante en el cual las editoriales independientes también han apelado a estrategias colectivas para tener presencia. Así como se han constituido distribuidoras, existen cantidad de experiencias asociativas contingentes. Al respecto, es común que los editores se agrupen para compartir stand en ferias. Todo Libro es Político es, precisamente, una alianza que nace de y para resolver la participación en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires:

Los que más o menos armamos esto somos Matías Reck de Milena Cacerola; Marilina Winik de Hekht; Andrés Braconi y Javier Benderski de Tinta Limón; y yo de La Cebra. Nosotros fuimos a la feria del Encuentro Federal de la Palabra que se hizo en Tecnópolis en el año 2015, creo que fue. Estuvimos en una feria que no había nadie, había muy poca gente. Nos fue bien con nuestros libros difíciles de vender. Esto fue en marzo. Cuando terminamos, se me ocurrió que había que hacer el stand en la Feria del Libro, faltaban alrededor de diez días para que arrancara. Entonces llamamos a la Fundación y vimos los stands que había. Había un stand 4x4 y lo compramos. Y realmente nos fue muy bien, vendimos más de 1000 libros. Así surgió. (Cristóbal Thayer, editor de La Cebra)

Desde entonces, el espacio de Todo Libro es Político ha tenido un crecimiento sostenido que se plasmó en el número de convocados. El stand se divide entre los ocho integrantes del colectivo y cada espacio, a su vez, se fragmenta para que puedan estar más editoriales. Eso hace que dentro del entorno de Todo Libro es Político sea posible encontrar el material de casi 20 sellos diferentes: editoriales que por sí solas quedarían afuera de eventos como la FIL Buenos Aires. Como explica Cristóbal Thayer, el objetivo era crear un espacio *que funcionara como una feria dentro de la feria*:

Los altos costos de los stands hacen difícil que pueda participar un sello de modo particular. Esta condición da lugar a diversas acciones para solventar estas trabas. Lo que noté es que había mucho desequilibrio, en el sentido de que el stand era caro. Había que pagar el lote, construirlo, pagar sueldos, pagar un montón de cosas. Y cuando había que repartir los costos se pagaba todo lo mismo. Los que menos vendíamos, que en verdad la editorial vendía poco, terminábamos financiando a los que más vendían. Entonces armamos un modelo que fuera exactamente lo opuesto. El asunto es que nosotros prorratamos todos los costos del stand según las ventas. Entonces si vendes el 30, pagas el 30. Es un modelo que funciona sólo en el éxito. Lo que sucede es que cada libro que se vende, se vende con el mismo descuento. Cuando uno hace la cuenta final, de un libro tuyo que vendiste 10 ejemplares y un libro mío que vendí 50, cada libro tiene el mismo descuento. Eso es para tratar de que nadie vaya a quemar libros a la feria. Todos los años terminaban todos muy contentos. Fue exitoso en el sentido de que del 100% del precio de tapa del libro, el costo no fuera más del 60%. Entonces si sucede eso está bien, si no estás quemando una parte del libro. Y si salís empata-

do, estas quemando todo el libro. Fuiste a la feria, hiciste todo, trabajaste mucho y tenés 100, 200, 300 libros menos. Ahí hay una pérdida. En Todo Libro es Político eso no sucede. Tinta Limón que este año vendió muchos libros, el 25% del stand y Cebra que vendió el 5% del stand, cada uno de esos libros tiene la misma dignidad de alguna manera. No hay libros de primera y libros de segunda. (Cristóbal Thayer, editor de La Cebra)

Los acuerdos entre editoriales permiten también poner en práctica descuentos, promociones y demás acciones comerciales, artísticas y políticas. Es reconocida la iniciativa promovida por Todo libro es Político de 2x1 en ventas de libros durante la Feria de Buenos Aires de 2017. Bajo la consigna “2x1 para los libros, perpetua para los genocidas”, la promoción se lanzó en repudio al fallo de la Corte Suprema de Justicia que dispuso que se les aplicara la ley del 2x1 a los condenados por crímenes de lesa humanidad. A esta propuesta se sumaron otros stand como La Coop, Sólidos Platónicos, La Sensación y el sello Mardulce.

En Todo Libro es Político puede evidenciarse la comunión entre editores que es una constante en el mundo feriante. Aquí se busca que el beneficio sea mutuo dado que son ámbitos que sólo se pueden afrontar de manera colectiva. De lo contrario, ante la imposibilidad de resolver los costos, ciertas editoriales quedarían relegadas de los circuitos comerciales.

Fuera de Buenos Aires, podemos encontrar la experiencia del colectivo de editoriales independientes de Córdoba Frente Mar. Este caso estuvo compuesto por Llanto de Mudo, Editorial Nudista, Los Ríos Editorial, Pan Comido, La Sofía Cartonera, Ediciones de la Terraza, Dínamo Poético, Ediciones Documenta Escénicas, Letra Nómada y Borde Perdido Editora. Tamara Pachado, editora de Los Ríos Editorial, afirma:

Los editores nos conocemos, nos cruzamos. Vemos el material que tiene cada uno, el catálogo, cuál es

su circuito de librerías que no son todos iguales. Siempre tenemos la misma dificultad respecto de cómo ampliar nuestra distribución, el circuito comercial. Entonces empezamos hacer algunas reuniones a partir de algunas discusiones que se dieron con el Municipio respecto de nuestra participación en las ferias. Eso como que nos puso más en contacto y encontramos cierta afinidad en un grupo que son las editoriales que finalmente conformaron Frente Mar. Que son más o menos homogéneas en cuanto a las dimensiones del nivel de producción y a las intenciones respecto de hacer una tarea colectiva. Entonces empezamos a reunirnos muchas veces durante varios meses, hasta que finalmente salió la idea de Frente Mar.

Así, Frente Mar nació para fortalecer la comercialización de los sellos independientes de Córdoba. La participación en ferias requiere de la misma logística que las librerías: armar y acarrear cajas, trasladarlas, viajar:

Frente Mar tenía como objetivo principal trabajar juntos para ampliar el circuito de distribución de todos los editores que lo conformábamos. Pero que eso no fuera una carga de trabajo aún mayor a lo que ya tenemos los editores. Sino que alguien pudiera hacerse cargo de viajar. Entonces armamos como un mini depósito, una mini consignación que se movía para todos lados y si alguno, por fuera de esas tres personas que estaban a cargo de hacerlo, tenía una invitación o una posibilidad de participar en otro lado, lo hacía y esos libros se movían. Eso fue como el proyecto inicial. Duró dos años, estuvo muy bien. (Tamara Pachado, editora de Los Ríos Editorial)

La logística es un tema que se aliviana cuando es encarada entre muchos. La repartición de tareas es un factor positivo a la hora de trasladar cajas o, incluso, atender el stand. Esto último significa la inversión de muchas horas. Algunos contratan a una persona feriante, pero en la mayoría de los casos son los propios editores que se turnan para cubrir el espacio, y así ninguno postpone demasiado tiempo sus tareas habituales.

La experiencia de Frente Mar se discontinuó en 2016. El peso de las actividades provocó que no fuera posible sostener la asociación. Si bien actualmente no existe el colectivo, que contribuyó al reconocimiento del movimiento editorial independiente en Córdoba, el vínculo entre los editores persiste y, en ocasiones, sus reuniones han tenido especial incidencia política<sup>4</sup>.

Todas las editoriales relevadas en este capítulo participan en ferias con stands compartidos. Muchas veces los importes determinan la posibilidad de participar tanto de ferias nacionales como internacionales. De manera conjunta es posible amortizar los costos, caso contrario los números no cierran para los editores.

El entorno de las ferias es un semillero del cual emergen ideas y proyectos conjuntos. Los encuentros entre editores dan lugar a colaboraciones que apuntan al fortalecimiento del sector, por encima de los proyectos aislados. Este tipo de redes dotan de sentido y nutren el campo editorial.

### **Reflexiones finales**

La visibilidad de un libro depende en gran medida de la capacidad de distribución comercial, y esta actividad se encuentra ligada a la escala económica de las empresas. Esto pone en desventaja a los más pequeños, quienes recurren a métodos alternativos para suplir estas falencias. En la medida que interfiere en la circulación del libro, afecta el campo cultural. La distribución

---

<sup>4</sup> Fruto de estas reuniones ha sido la creación del espacio Barón Biza. Este stand es solventado por la Municipalidad que todos los años hace una selección de editoriales independientes para asegurar que puedan participar de la Feria del Libro de Córdoba: “Barón Biza es hasta el día de hoy para nosotros un gran espacio y un gran logro. Tiene un amplio reconocimiento por parte de la comunidad de Córdoba. Es el espacio más valioso de la feria porque es el que tiene realmente la propuesta de los editores de Córdoba” (Tamara Pachado, editora de Los Ríos Editorial).

define qué obras llegan a los lectores y qué no, de manera que repercute indefectiblemente en la diversidad bibliográfica. Esta variable no puede obviarse del análisis aunque implique detenernos en procesos que, a primera vista, aparentan ser técnicos y logísticos. El criterio económico de la distribución puede apartar a ciertos libros de sus potenciales lectores.

La decisión de abordar la distribución habla del grado de profesionalización que han adquirido los editores independientes en el último tiempo. La autodistribución se presenta como una alternativa para fortalecer la comercialización, por la cual optan los pequeños sellos. El salto en términos de resultados es significativo; no obstante, la línea se vuelve delgada entre vivir y sobrevivir de la distribución. Armar una estructura de logística es costosa y muchas veces significa apartar -o solapar junto a- otras actividades.

Así adquieren relevancia los colectivos de editoriales. Las formas asociativas contribuyen a ampliar la visibilidad, incrementar las ventas, solucionar ciertas dificultades como participar de una feria o mantener cuentas abiertas en algunas librerías. Asimismo, estas experiencias fortalecen el ecosistema de comunicaciones en torno al libro.

Las asociaciones nacen, desaparecen, se transforman en otras asociaciones. Se forman sociedades, aparecen algunas cooperativas, prevalecen los acuerdos esporádicos. Es cada vez más frecuente que los editores coincidan en reuniones, entre pares y al interior de cada organización. Como si fueran plenarios abiertos, en estas instancias se discuten problemas comunes y soluciones conjuntas. Entre los actores existe, por tanto, un conocimiento generalizado de la necesidad de unirse para hacer frente los ajustes que genera el mercado.



## Capítulo 18

### **Nuestros socios, los librereros**

La importancia de la ocupación territorial

NÉSTOR GONZÁLEZ

Editamos porque creemos que faltan libros y que es oportuno publicarlos. Merecen ser leídos para pensar otro mundo desde aquí. Lo más deseable para nuestros títulos es su máxima prolongación. Es claro y distinto que cada libro tiene un grupo destinatario, por eso debemos buscar a sus lectores en todas partes. Elegir un texto, editarlo o reeditar, pedirle a alguien que lo escriba o lo traduzca nace de esa idea de oportunidad. Para llevar adelante esa idea elegimos el ámbito privado y la venta es la forma de sostener nuestro proyecto para seguir publicando y sostenernos. Entendemos que hace tiempo que no existe diferencia entre la calidad de los libros de las grandes editoriales y las nuestras. Hace mucho tiempo más que nuestros catálogos fueron aceptados en las librerías. Con el propósito de no alejarnos del lector y no quedar del otro lado de la cadena del libro (editor-distribuidor-librería-lector) decidimos, primero, armar una distribuidora. En un comienzo la mayoría de los títulos que teníamos para distribuir pertenecían a otras pequeñas editoriales. Nuestra intención era usar los recursos obtenidos de la distribuidora para publicar nuestros títulos, sin la necesidad de depender del dinero que ofrecían los tesistas para publicar sus trabajos, y evitar la distorsión de nuestra idea del catálogo. Los librereros celebraban los catálogos que llevábamos, pero el volumen de ventas no alcanzaba. El 20% del precio de venta al público, que era nuestro margen de ganancia como distribuidores, era insuficiente incluso para sostener la gira por las provincias. Al cabo de un año devolvimos el material y seguimos con nuestro proyecto, Editorial Las cuarenta, sin distribuir a terceros.

Rápidamente nuestro catálogo comenzó a crecer y nuestras giras se extendieron, sólo con nuestros títulos. Después de haber recorrido gran parte del país y entender los límites que los librereros de las provincias tenían, decidimos ofrecer ciertas ventajas

que ningún otro en el rubro ofrecía. Trasladábamos los libros en nuestro auto hasta las librerías para evitarles el costo del flete; les ofrecíamos un descuento del 50% del precio de venta al público con facilidades de pago que se extendían hasta los 120 días. En adición, invitábamos a renovar aquellos títulos adquiridos anteriormente que no habían encontrado lectores en su librería. En un principio viajábamos juntos con mi amigo y socio, Facundo Cornou, pero cuando decidió salir del proyecto, compartí los viajes con otros colegas que llevaban varios catálogos de editoriales independientes. Nos dividíamos gastos. Al principio, aunque confiábamos en nuestro fondo, teníamos dudas de regresar con puro canje, pero por suerte eso nunca sucedió.

Durante 11 años, desde el 2006, recorrimos buena parte de nuestro país. Dieciséis provincias: Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Corrientes, Chaco, Santiago del Estero, San Miguel de Tucumán, Salta, Jujuy, Catamarca, La Rioja, Mendoza, San Luis, Neuquén, Río Negro y La Pampa. Hemos intentado sin éxito en otras como Formosa, San Juan y Entre Ríos. Nuestros libros están en treinta y una ciudades: Tilcara, San Salvador de Jujuy, Salta, San Miguel de Tucumán, Sáenz Peña, Santiago del Estero, Resistencia, Corrientes, Santa Fe, Rosario, Córdoba, San Luis, Santa Rosa, La Rioja, San Fernando del Valle de Catamarca, Mendoza, El Bolsón, San Carlos de Bariloche, Villa La Angostura, San Martín de los Andes, Bahía Blanca, Tres Arroyos, Necochea, Olavarría, Tandil, Mar del Plata, Mar Azul, Villa Gesell, San Bernardo, Costa del Este, Santa Teresita, La Plata, conurbano y CABA.

El contacto con el librero es clave. Es difícil contagiar el espíritu del proyecto editorial al librero o lector cuando el que lo ofrece no es el editor. Corremos con cierta ventaja. Si le explicamos al distribuidor se corre el riesgo de perder los argumentos en la cadena. Por otro lado, quien hace el corretaje está limitado a la extensión y diversidad de las temáticas que lo acompañan. A un corredor con 20 catálogos y sus novedades se le complica ofrecer. En ese caso, el vínculo de la editorial con sus lectores es débil. Por esta razón

creemos loable que cada editorial se haga cargo de su distribución. De esta manera, la librería puede apreciar el trabajo de la editorial como algo integral, como un proyecto. Esta tarea podría ampliar la presencia de la editorial en las librerías y, en definitiva, el librero o librera de oficio, que conoce el gusto de su público lector y el fondo que ofrece, tiene mayor probabilidad de promover sus libros. La librería es la gran promotora de la lectura del ámbito privado y en los centros urbanos más pequeños, se especializa menos, pero investiga mucho más sobre el gusto de sus lectores.

Las librerías independientes suman aproximadamente el 70% de los locales y de las ventas de libros del país. Pero no hay que descuidar la mella que ocasiona la instalación de cadenas de librerías-shopping en la misma ciudad. Con el propósito de ampliar la oferta de títulos, muchas librerías independientes se presentan en la Feria del Libro organizada en la Rural a fines de abril y principios de mayo. Las facilidades para realizar envíos a muy bajo costo, propiciadas por la Fundación y pagadas por los expositores, reúne a estas librerías de provincias que consolidan sus pedidos una vez al año. De otra forma no lo podrían hacer sino a través de distribuidoras que consoliden el material de varias editoriales y solo le ofrecen un descuento del 30 o 35% (máximo) sobre el PVP. A esto debemos sumar el costo final del flete hasta la provincia. Todo este esfuerzo para “jugar a seguro” con títulos que tienen destinatarios previamente sondeados o comprometidos. Arriesgarse desde la provincia puede tener un costo muy alto para la librería. El último informe de CAL del 2018 hasta octubre muestra que 80 librerías independientes están en crisis y cortando la cadena pagos, que entre 2016 y el 2018 cerraron 35 pequeñas librerías, 30 redujeron espacios y otras fueron absorbidas por cadenas.

Por otro lado, creemos que, aunque todas las editoriales, chicas y grandes, padecen la crisis, las grandes ocupan cada vez más los espacios en las librerías. Nosotros perdimos presencia en el territorio y nuestros catálogos no están a la vista del lector. No, al menos, como antes. La tentación de ofrecer el catálogo remotamente desde Internet, MercadoLibre, ebooks desde otra

plataforma, POD (Print On Demand), etcétera, atentan contra la participación de mercado de nuestros títulos en las librerías. Perdemos territorio en las cadenas, ya que nuestros catálogos no son su primera opción, y en las librerías independientes, frente a la posición dominante de los grupos.

Comprender es necesario para encontrar nuestro lugar. Dejando de lado los problemas causados por la apertura indiscriminada de la importación de libros, la imposibilidad de tomar créditos a tasas razonables (que serían aquellos créditos cuyos costos se puedan sumar al del libro), o la pérdida de financiación por parte de las imprentas sobrevivientes<sup>1</sup> o la pérdida de poder adquisitivo de los lectores, todos problemas provocados por medidas que tomó la alianza del macrismo y la UCR en estos últimos cuatro años. Mientras le exigimos al gobierno políticas para el fomento cultural, la producción y circulación de los libros en nuestro vasto país, podríamos organizarnos y hacer frente a los problemas que antes no se quisieron atender, sospecho que por comodidad. Como dijo un amigo librero: pareciera que todo se agota en 20 manzanas. No podemos cruzarnos de brazos mientras los grupos se lo comen todo. O jugando a la lotería con las becas que el Estado ofrece para pegar el batacazo y pasar al frente.

La opción virtual y la instalación de cadenas perjudica a las librerías independientes. Entonces: ¿cómo establecer un vínculo fuerte con aquellas librerías que saben de nuestros proyectos, pero dependen de los best-sellers de los grandes grupos y por otro lado se encuentran amenazadas por las cadenas de librerías-shopping? Y: ¿cómo sostener una relación donde los costos de fletes individuales (es decir por cada editorial) son muy elevados sin la seguridad de la venta? El servicio de novedades es viable para librerías de localidades cercanas a la capital. Como explicamos antes, hay que acotar el riesgo.

---

1 Llamamos imprentas sobrevivientes a aquellas que hoy toman trabajos de las editoriales argentinas que no imprimen en China, España, Italia, etc. Las imprentas argentinas dedicadas al libro siempre han financiado al editor. Muchos, persiguiendo la rentabilidad, han decidido mandar la producción a otros países donde los costos son menores. Y otros no pueden ya que no disponen del efectivo para cancelar el costo al momento de la entrega. Muchos defendemos y llegamos a un acuerdo con las imprentas que siempre nos han sostenido.

La librería carga sobre sus espaldas con los costos de alquiler, servicios, salarios, impuestos, abono informático, etc. Vale la pena recordar que en CABA y Buenos Aires se publica cerca del 75% de los títulos de todo el país y se distribuye casi el 100%. En adición, los grupos editoriales presionan por espacios en la librería, demandan alta rotación del material consignado, facturan compulsivamente cuando ellos lo creen conveniente, exigen mínimo de ventas, etc. La mayoría de las librerías independientes vive de la venta de los best-sellers, instalados mediáticamente, que ostentan estos grupos editoriales. Cautivos de esta lógica para sostener su negocio, si las ventas no llegaran a cubrir sus gastos, las primeras perjudicadas serían las pequeñas editoriales. Fuente inmediata de recursos para cumplir con las presiones de quienes le permiten sostener su negocio. Por estas razones consignar material a las librerías es un riesgo para el pequeño editor, sobre todo en un contexto de crisis. Pero la garantía de que nuestro catálogo esté al alcance del lector es disputando espacio en las librerías a los grandes sellos y asumiendo ese riesgo. A través de nuestro vínculo con el o la librera de oficio, consignaciones con descuentos que le den un beneficio mayor a la librería. La instalación mediática de nuestros títulos es muy costosa y la confianza suele depositarse en la difusión en las redes sociales o por la luz antojadiza de la prensa “especializada” que fluye entre modas, autorizada para hablar de casi todos los temas y legitimada por ser única referencia gracias a su posición dominante de mercado. Por eso, mientras sigan existiendo librerías con libreras o libreros de oficio, debemos ocuparlas y contagiarles con nuestra idea. La librería sigue siendo nuestra mayor aliada; la mejor forma, indirecta, de ofrecer nuestros títulos. Conocer el proyecto de ambas, librería y editorial, siempre ayuda.

Nuestra presencia en las librerías independientes del país, ocupar el territorio, es necesario para prolongarnos. Estamos organizando un pequeño grupo de editoriales para realizar consignaciones a librerías de provincias donde nunca habían llegado. El principal objetivo es reducir los costos de los envíos a librerías lejanas de la Capital. Concentrando la distribución de varios se-

llos podríamos, en principio, conservar el potencial de cada editorial. Es decir, conservar el 20% del PVP para editar, en lugar de dárselo a una distribuidora. Si nos distribuimos de manera coordinada, sin estructura, podemos realizar consignaciones a librerías donde el flete no sea un problema. Con un descuento para el librero del 40% del PVP y la reducción al 30% del costo de flete (ida y vuelta), el librero tendría un riesgo acotado y manejable. Las editoriales prorratamos el costo de su parte del flete según la liquidación de ventas. De esta forma, la editorial que vendiera el 20% de los libros enviados a la librería, pagaría el 20% del costo del flete. Las consignaciones se extenderían por un año y las liquidaciones serían trimestrales. Esto fue aprobado por más de 15 librerías en 15 provincias.

Existe un canal directo más viejo que el libro, la feria. En las ferias de libros con editores, el lector encuentra al responsable del catálogo y su distribución. La feria abre al lector visitante la historia de cada editorial y su horizonte de sentido. En nuestros comienzos, cuando no teníamos lugar en las librerías y las grandes ferias, la FLIA nos dio un lugar (Feria del Libro Independiente "A" de múltiples acepciones: anarquista, autogestiva, artesanal, etc.) La FLIA se inauguró el 14 de mayo de 2006 y abrió un espacio para el nacimiento y crecimiento de cientos de proyectos editoriales en Argentina, la verdadera renovación editorial argentina, en un contexto propiciado por el entusiasmo de las editoras y potenciado por las políticas económicas de los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández. La FLIA fue un semillero de editores y editoras más que de autoras y autores. Un espacio hospitalario para editoriales recién nacidas. Una pequeña comunidad organizada. Hoy somos una empresa más. De algunos de los miembros fundadores de la FLIA, surgió la idea de crear un nuevo circuito de ferias autogestivas. En ellas, al igual que la FLIA, nadie da servicios a editoriales. Se comparten las tareas y los gastos. Somos un colectivo de editoriales que decide organizarse para compartir y ofrecer directamente al lector el catálogo completo. Cabe destacar que estas ferias no compiten con las librerías, ya que las hacemos donde no estamos representa-

dos. Por otro lado, el trabajo de las librerías es muy distinto. La librera o librero de oficio conoce a sus lectores y se presenta como puente entre ellos y las nuevas propuestas editoriales. Nosotros las incluimos en la feria, de esa manera los visitantes también saben que están todo el año y que allí pueden pedir nuestros catálogos. Tenemos dos ediciones cumplidas en dos localidades costeras. En el Partido de la Costa y en Mar Azul. Hemos recibido el apoyo de las Secretarías de Producción y Desarrollo y de Cultura, declarándolas de interés municipal. En adición nos han facilitado mesas y gazebos para 25 expositores, aproximadamente, con 50 editoriales presentes. Durante 6 días de enero se desarrolló en San Clemente del Tuyu, Santa Teresita y San Bernardo del Partido de la Costa y en el mismo mes, cinco días en Mar Azul. En el marco de la feria se hicieron lecturas, presentaciones de libros, música en vivo, mesas de discusión sobre literatura y ensayo, talleres. Quizás el principal beneficio de cada encuentro sea conocer el proyecto de nuestros colegas. Han servido a muchos editores para resolver interrogantes sobre edición y distribución. Por otro lado, decidimos limitar nuestra intervención y creación de ferias. No podemos vivir en estado de feria permanente. Con el tiempo hemos notado diferencias entre aquellas ferias que buscan dejar una línea más en el *currículum* del organizador y otras que fueron creadas con generosidad y amor por la lectura. Sabemos que estas últimas con el tiempo irán encontrando su forma virtuosa de funcionamiento. Esas son las ferias que apoyamos.

En principio debemos decir que los lectores celebran la aparición de casi 400 editoriales “independientes”. Durante mucho tiempo discutimos sobre qué significaba ser una editorial independiente. Con excepciones, lo común de este grupo es la baja inversión inicial y la autogestión. Así como también destacamos la propuesta de autores y temas apartados de la tendencia de mercado. Sospechamos que hay un prejuicio mal fundado en los que ven a las editoriales independientes como un grupo homogéneo, solidarios entre sí y apartados del modelo meritocrático de este capitalismo excluyente. Los gobiernos deciden a quiénes le dan “becas” para que los representen y legitimen sus medidas

culturales. Son los abanderados de un modelo que predica sobre el mérito con el dinero del Estado. Tientan a muchos de nuestros compañeros con subsidios, becas, concursos para préstamos blandos, ferias auspiciadas por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y Bunge & Born. Buscan dividirnos en lugar de desarrollar políticas necesarias para la distribución de los textos en todo el país. Buscan dejar un negocio que vuelva a las manos de quienes siempre manejaron el negocio. Porque después de todo: ¿qué hace un muchacho del conurbano sur proponiendo agenda? Por supuesto que hay un elenco de seducidos por las luces del centro que bajo el slogan de “tengo que sobrevivir”, se suman a sus ferias, distribuidoras y “suelta” de subsidios, cuando no lo necesitaban y ahora frente a la crisis. Vemos con tristeza que más de uno se irá de gira, carentes de humildad, por los medios de comunicación y ferias internacionales, a dar la cátedra del emprendedor, escondiendo la mano donde guarda la tajada del erario. Mientras otros nos unimos para avanzar con un proyecto político. No debemos pedir “becas”, no debemos aceptarlas si las ofrecen. Podemos llegar con nuestros libros a todo el país y aún muchas imprentas financian nuestros trabajos. La continuidad del gobierno de Cambiemos hubiera provocado la desaparición de las imprentas y los sellos nacionales.

La mayoría hizo su camino con mucho esfuerzo y sabemos que cuesta asociarse, que cuesta confiar y ser generosos en un mundo que nos invita a ser cada vez más competitivos. También dicen que el que entra en el libro no sale de él. Hagamos lo necesario para seguir interviniendo.

## EPÍLOGO



Para inicios de la década de 2000 el mundo del libro ya se había pertrechado del arsenal conceptual necesario para interpretar y actuar ante los intensos cambios que estaba atravesando. Palabras como “concentración”, “extranjerización”, “edición independiente”, “bibliodiversidad” y “financiarización”, se propagaron y fueron apropiadas rápidamente alrededor del mundo por editores y especialistas. Por supuesto, la mayor parte de estos términos no provenían ni eran exclusivos del mundo editorial, ya que tampoco lo eran los procesos que buscaban evidenciar. Otros sectores de la economía y de la cultura atravesaron transformaciones similares. Pero en cada uno de ellos el cambio tuvo modulaciones propias que precisaban de un lenguaje propio. Como lo atestiguan André Schiffrin y Mario Muchnik, alcanzar ese lenguaje en el caso del libro demandó, primero, sufrir en carne propia las veloces mutaciones de las reglas de juego, luego atar cabos, relacionar experiencias geográficamente distantes pero idénticas en su lógica y descubrir regularidades, para finalmente, sí, entender la modalidad específica que estos fenómenos adquirirían en el universo editorial, y comprender sus efectos sobre la producción literaria e intelectual, sobre los modos de circulación de las obras, y sobre las condiciones laborales de los y las trabajadoras del sector.

Quienes estudiamos el devenir del libro y sus alrededores nos dedicamos a probar el alcance de estas nociones, extender sus posibilidades a través de casos disímiles, y precisar sus sentidos cuando su nivel de generalidad obtura más de lo que ilumina. Desde hace algunos años, sin embargo, es posible notar un paulatino agotamiento de su poder analítico y de su capacidad para movilizar identidades culturales y animar acciones editoriales. Esto es resultado menos de su repetición y su uso indiscriminado, que de la irrupción de fenómenos que parecieran escapar al

radio de estos conceptos. Nuestras lentes, tan potentes y precisas hasta hace unos años, ahora parecieran dejar afuera parte de lo que acontece. Sería un error deshacernos de ellas a la espera de descubrir novedades radicales que den por tierra todo lo que conocemos. Se trata, en realidad, de encontrar otros cristales que nos ayuden a identificar y comprender los cambios, y sumarlas a nuestro aparato teórico y analítico. Este libro es, precisamente, un ejercicio en esa dirección.

De estas nociones, me interesa detenerme primero en la categoría que organiza este volumen, la de “edición independiente”, luego pasar a considerar el lugar del Estado y la política pública, y por último hacer una referencia a la diversificación de los modos de comercialización. Las dificultades analíticas y políticas de la categoría “edición independiente”, reiteradas en los distintos capítulos que conforman este libro, nos recuerdan a aquellos juegos de ilusión óptica formados por una cuadrícula y una serie de puntos en los que cuando miramos la imagen de forma superficial vemos todos los puntos, pero que cuando nos detenemos en alguno de ellos el resto desaparece. Así, la edición independiente pareciera existir solo cuando tomamos distancia y observamos el espacio editorial en su conjunto. Allí vemos al amplio universo de pequeñas y medianas editoriales, en su mayoría de capitales nacionales, que se definen por oposición a las grandes empresas editoriales de capitales transnacionales más o menos anónimos. Sin embargo, cuando concentramos nuestra atención en alguno de los sellos, parte del resto se desvanece y el grupo, que tan nítidamente reconocíamos segundos atrás, pierde consistencia. Si por un lado la categoría “edición independiente” nos ha servido para entender la estructura del campo editorial y de buena parte de su dinámica general, y ha permitido a los editores construir identidades colectivas y movilizar recursos simbólicos y materiales, por el otro, se ha mostrado limitado a la hora de comprender la multiplicidad de objetivos, intereses, deseos y sensibilidades concretas que mueven a los editores en su día a día. Esta insuficiencia conceptual se ha hecho más evidente en los últimos años con la proliferación de sellos, el afianzamiento y creciente

profesionalización de parte importante de estos, el desarrollo de prácticas asociativas, la diversificación en los modos de comercialización, y el impacto de las nuevas tecnologías en la producción, circulación y comunicación. Reducir las múltiples formas en que se manifiestan y actúan los valores, afectos y prácticas en esta porción del espacio editorial a su carácter “independiente”, implicaría anteponerle a la realidad una categoría analítica y de ese modo autolimitarnos en la comprensión de su complejidad. En este sentido, los textos reunidos en este volumen no solo no intentan suprimir ni evadir la dificultad que comporta esta categoría, sino que, por el contrario, avanzan en exploraciones conceptuales y metodológicas que buscan hacer más inteligible la dinámica de estos productores culturales.

La transformación del paisaje editorial argentino reciente, y en particular de la zona que llamamos “independiente”, se debe a muchos factores que en ocasiones se solapan, en otras se potencian y en otras, incluso, se anulan. Uno de los más importantes es el papel del Estado. No obstante su evidente relevancia, las formas de intervención y de repliegue del Estado argentino en el ámbito de la edición y la lectura han sido poco estudiadas, o al menos no con la amplitud que corresponde a su rol histórico y contemporáneo. El interés por la acción del Estado se ha concentrado en los períodos dictatoriales o de mayor autoritarismo, en los que su intervención sobre la vida cultural fue más directa y extendida. Si bien la censura, el cierre de editoriales, la persecución y el asesinato de editores, escritores e intelectuales dejaron marcas indelebles en el devenir cultural y político del país, y es imprescindible saber más acerca de esos pasajes traumáticos, lo cierto es que también precisamos conocer mejor qué sucedió en los períodos de estabilidad democrática cuando, entre otras cosas, los principales representantes del sector contaban con mayor libertad para participar e incidir en la agenda política.

Conocer en detalle las políticas públicas y regulaciones que se implementaron, especialmente desde 1983 en adelante, así como las formas en que se decidieron, resulta indispensable para entender en qué medida los rasgos que definen a la edición argen-

tina contemporánea son el producto más o menos directo de las modalidades históricas de acción estatal. En otras palabras, perder de vista el papel del Estado en el análisis del funcionamiento del mercado editorial, o, peor aún, concebirlo como un agente externo que cada tanto irrumpe en el mundo cultural para controlarlo o desvirtuarlo, impide reconocer cuánto de la configuración singular de la edición en Argentina responde a las maneras sedimentadas de acción estatal. Esto es difícil de advertir cuando se estudia el funcionamiento de la edición en un período temporal muy acotado. En estos casos, lo primero que emerge son las posiciones y oposiciones de y entre editores, y se oscurecen las condiciones estructurales singulares sobre las que operan estos actores. Los estudios que adoptan una perspectiva de mediano y largo plazo, y que incorporan en su indagación la variable estatal, o los estudios comparativos entre dos o más mercados nacionales, se encuentran en mejores condiciones para identificar los efectos de las acciones estatales sobre las formas de producción, circulación y acceso al libro. Si bien la relación entre Estado y edición no ocupa el centro de estudio o reflexión de ninguno de los capítulos que componen este libro, en varios la política pública está tematizada. Este paso, que seguramente ganará relevancia en la agenda de investigación de los próximos años, resulta necesario para revisar las principales categorías analíticas y políticas con las que hemos pensado hasta aquí las lógicas de producción editorial “independiente”.

Un ámbito donde se conjuga tanto la presencia como la ausencia del Estado en la configuración de la edición argentina es en la comercialización. En buena parte de los capítulos que integran este volumen se hace mención y describen las vías y estrategias de comercialización más utilizadas por los “editores independientes”: librerías, ferias de distinto tamaño, tipo y ubicación, y creación de colectivos editoriales para reducir costos y garantizar una mejor presencia en las ferias y, en algunos casos, mejorar la distribución. Por lo general se presenta a estas experiencias como ejemplos virtuosos de deseo, audacia y tesón. Y en efecto, esos rasgos están presentes. Pero no se trata solo de la voluntad y la creatividad de

los editores o de cómo el instinto de supervivencia los empuja a agudizar la imaginación y a crear ferias, fundar librerías, y organizar sus propias empresas de distribución. A la par de eso, o, mejor dicho, subyacente a estas acciones podemos identificar al Estado en al menos dos sentidos muy notorios. En el primer caso se trata de la sanción de la ley de precio fijo o uniforme sancionada a fines de 2001. Esta ley fue y sigue siendo clave para resguardar a la “librería independiente” de la competencia en base a precios que hubieran llevado adelante las cadenas o las grandes superficies como los supermercados, tal como sucede hoy en la mayor de parte de los países que carecen de esta ley. Para su nacimiento y, sobre todo, su desarrollo, las “editoriales independientes” precisaron de la existencia de un amplio sistema de “librerías independientes” que exhibieran y vendieran sus libros. Ingresar a una cadena de librerías es más difícil. Solo es posible hacerlo cuando se cuenta con un catálogo amplio y con títulos que garanticen un mínimo de ventas superior al que pueden esperar la mayoría de las “librerías independientes”. De este modo, la ley de precio fijo fue decisiva para el desarrollo actual de la “edición independiente”.

Por contrapartida, la ausencia de regulaciones o políticas públicas tendientes a resolver la fuerte asimetría espacial en materia de producción, circulación y acceso al libro hace que esa misma “edición independiente” haya descubierto límites a su expansión, y que haya encontrado en las ferias en las provincias una de sus principales estrategias de visibilización y comercialización. En efecto, el fuerte déficit de librerías en la mayor parte de las provincias hizo de las ferias uno de los principales canales de acceso al libro para una porción significativa de los lectores del país. Podría afirmarse que la multiplicación de ferias es un signo de -o una solución ante- los desequilibrios del mercado y la ausencia del Estado: al desarrollar este “músculo ferial”, que ha sido clave en sus posibilidades de crecimiento, estas editoriales “hicieron de necesidad virtud”. Al igual que lo que ocurre con la ley de precio fijo, aunque en este caso por omisión, observar el vínculo entre ferias y el déficit de librerías a nivel nacional nos permite apreciar los modos en que el desarrollo, e incluso las prácticas mismas, de

la “edición independiente” están fuertemente condicionadas por el papel del Estado. Reconozco, por supuesto, la dificultad y los riesgos analíticos que entraña incluir como variable la ausencia de algo, en este caso del Estado. Pero ciertamente considero que, por su peso en la organización de la producción, difusión y valoración social de los bienes culturales, es preciso aventurarnos en hipótesis de esta clase, necesarias para ampliar y complejizar nuestras conjeturas y comprensión acerca del funcionamiento de la edición argentina. Tal como lo hace, en muchos sentidos, este libro.

ALEJANDRO DUJOVNE

## Las autoras y los autores

**Daniel Badenes.** Es profesor de la Universidad Nacional de Quilmes, donde dirige el proyecto de investigación “La edición en la era de redes. Entre el artesanado y las tecnologías digitales”, el proyecto de extensión “El sur también publica” y la Incubadora de Prácticas Editoriales Asociativas. Presidió la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de Argentina entre 2013 y 2016. Ejerce el periodismo hace veinte años. Es autor y compilador de varios libros, entre ellos *Editar sin patrón* (Club Hem, 2017).

**Verónica Stedile Luna.** Dra. en Letras por la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la UNLP, becaria de CONICET y docente en la misma Universidad. Ha publicado capítulos de libro, artículos y reseñas en revistas científicas y de divulgación. También se desempeña como editora en EME Editorial. Integra el proyecto de investigación “La edición en la era de las redes. Entre el artesanado y las tecnologías digitales” (UNQ) y proyectos de investigación sobre publicaciones periódicas y teoría literaria en la UNLP.

**Sofía Castellón.** Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Quilmes. Ha sido becaria de investigación por la UNQ, la CIC y el CIN. Integra el proyecto de extensión universitaria “El sur también publica” y el proyecto de investigación “La edición en la era de las redes. Entre el artesanado y las tecnologías digitales”. Es maestranda en Industrias Culturales: Políticas y gestión (UNQ), donde desarrolla su tesis sobre las formas de circulación de las revistas de poesía en CABA. Es coautora del libro *Editar sin patrón* (Club Hem, 2017).

**Joaquín Conde.** Del interior de Buenos Aires a la ciudad de La Plata, es estudiante avanzado de la Licenciatura en Letras en la UNLP, donde investiga editoriales artesanales y edición-arte. Desde 2016 desarrolla su propio laboratorio editorial El Sueño del Panda, porque entiende que la teoría no debería separarse de la práctica material. Cebador fijo de mates entre amigos y colegas, sus intere-

ses en un sentido más amplio abarcan la música, las artes plásticas, las ciencias naturales y los perros.

**Paula Cuestas.** Profesora y Licenciada en Sociología por la Universidad Nacional de La Plata. Es becaria doctoral de CONICET con lugar de trabajo en el CIMeCS –IdIHCS (UNLP-CONICET). Cursa el doctorado en Ciencias Sociales de UNLP, en el marco del cual se propone indagar los vínculos entre jóvenes lectores y la literatura masiva, a partir de los usos y apropiaciones de tecnologías digitales. Además, es docente en la cátedra “Didáctica especial y prácticas de la enseñanza en Sociología” en esa institución.

**Néstor González.** Nació en Quilmes hace 48 años, es técnico en electrónica en telecomunicaciones, programador informático, cocinero y editor. A fines de los 90 comenzó filosofía en la UBA. Junto a un compañero, en 2006, creó una editorial de ensayo filosófico. Para sostenerla sin condicionar el fondo editorial, pusieron una distribuidora, una imprenta offset y luego una digital, pero fracasaron en todo. A los tres años su amigo abandonó. Viaja a 16 provincias con su catálogo de más de 100 títulos. También distribuye en la mayoría de los países de habla hispana.

**Pablo Amadeo González.** Profesor en Comunicación Social (UNLP). Integra el colectivo Malisia y trabaja como diseñador gráfico y editor en los proyectos Pixel Editora desde 2008 y en Malisia Editorial desde 2014. Se desempeña como editor y director de arte de los proyectos Rubor, Doble Exposición y Cámara Oscura, editoras de libros y fanzines de fotografía y arte contemporáneo. Es colaborador en proyectos editoriales de psicología, ensayo y teoría política. Dicta talleres sobre diseño y edición.

**Lea Hafter.** Doctora en Letras (UNLP) y guionista (ENERC), entre la literatura y el cine lleva adelante la docencia y la investigación en la UNLP y la UNA. Desde ese recorrido llega también al mundo de las editoriales, para participar y reflexionar sobre los modos de dar a ver, de publicar y de materializar la escritura.

**Rodolfo Iuliano.** Licenciado en Sociología y Magister en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de La Plata. Es candidato a Doctor en Antropología Social por el Instituto de Altos Estudios Sociales/Universidad Nacional de San Martín. Docente-investigador categoría III y Jefe de Trabajos Prácticos de Metodología de la Investigación Social II de la FaHCE-UNLP. Actualmente es prosecretario de Comunicación Institucional de la FaHCE y director del Programa de Educación Permanente para Adultos Mayores de la UNLP.

**Denise Koziura.** Licenciada en Comunicación Social y estudiante del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanas (UNQ). Profesora de Comprensión y Producción de textos en el Departamento de Ciencias Sociales (UNQ). Integra el proyecto de investigación “La edición en la era de las redes. Entre el artesanado y las tecnologías digitales” y el proyecto de extensión “El sur también publica”. En 2016 obtuvo una Beca de formación del FNA para estudios de posgrado sobre el sector editorial.

**Carolina Muzi.** Es periodista y licenciada en Comunicación Social (UNLP). En los 90 inició un itinerario en medios gráficos como traductora, redactora y editora, mayormente en Clarín. En 2003 introdujo la escena del diseño con una sección del suplemento ARQ. Luego creó la revista *dni* (2007) de diseño nacional e internacional. Encaró la divulgación del diseño como una forma de comunicar la cultura material, también a través de proyectos editoriales y curadurías independientes. Es profesora en la UNDAV y la UNLP.

**Natalia Ortiz Maldonado.** Magister en Ciencias Sociales y Políticas y Doctoranda en Ciencias Sociales por la Facultad de Ciencias Sociales (UBA), donde es docente de *Psicología y Comunicación y Psicología Institucional*. Es además profesora adjunta en *Imaginario colectivo y subjetividad y en Sociologías de la violencia* en el Departamento de Planificación y Políticas Públicas (UNLa). Forma parte de equipos nacionales e internacionales de investigación. Junto a Marilina Winik es editora de Hekht.

**Víctor Malumián.** Es Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA). Junto a Hernán López Winne fundó en 2008 Ediciones Godot. En el 2012 generaron la Feria de Editores que ha recibido en su última edición más de 250 editoriales de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela. En el 2016 publicó como co-autor el libro *Independientes ¿de qué?* a través de Fondo de Cultura Económica México. En el 2017 fundaron junto a Leandro Donozo la distribuidora Carbono.

**Cristian Molina.** Doctor en Humanidades y Artes (Mención Literatura) por la Universidad Nacional de Rosario. Es profesor adjunto de la Facultad de Humanidades y Artes de la UNR e investigador asistente de CONICET. Dirige el Centro de Estudios en Literatura Francesa. Es editor de Fiesta E-diciones y también forma parte de Saga-Revista de Letras. Publicó el libro *Relatos de Mercado. Literatura y mercado en el Cono Sur (1990-2008)* y numerosos artículos y capítulos sobre literatura en el Cono Sur. Colaboró como reseñista en diversos medios; actualmente en *Bazar Americano*. Además publicó seis libros de ficción.

**Bianca Racioppe.** Es doctora en Comunicación por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (FPyCS-UNLP). Investiga temas relacionados con la comunicación, las tecnologías, el arte y la cultura libre. Es docente en grado y posgrado en la FPyCS-UNLP. En la Universidad Nacional de Quilmes dicta la materia Análisis y Crítica de Arte Mediático perteneciente a la Licenciatura en Artes y Tecnologías.

**Matías Reck.** Estudió y fue docente de la carrera de Trabajo Social (UBA). Dio clases en la carrera de Edición (UBA). Es editor de oficio. Colaboró en múltiples proyectos: Economizarte, Ediciones Cooperativas, Editorial Fantasma, la editora del Movimiento de Trabajadores Desocupados de La Matanza y el asunto(. En 2005 comenzó con Milena Caserola, donde publicó cerca de quinientos libros. Formó parte de la Feria del Libro Independiente y autogestiva (FLIA) desde sus inicios. Desde 2015 integra el colectivo Todo libro es político,

con el que participa de la Feria del Libro de Buenos Aires. Forma parte de la Asociación CRIA.

**Samanta Rodríguez.** Prof. Lic. en Letras por la FaHCE-UNLP, y tesista en la Maestría en Historia y Memoria de la misma institución. Realizó actividades de investigación, docencia y traducción del portugués en el marco de becas otorgadas por la AUGM y por CAPES en la Faculdade de Letras, UFMG, Brasil, entre 2012 y 2017. Integra el Proyecto I+D: “Violencia, literatura y memoria en el campo literario latinoamericano de las últimas décadas II” (IdIHCS/ UNLP-CONICET) donde trabaja memorias sobre la última dictadura cívico-militar brasileña en literaturas y producciones audiovisuales.

**Ezequiel Saferstein.** Doctor en Ciencias Sociales (FSOC-UBA), Magíster en Sociología de la Cultura (IDAES-UNSAM) y sociólogo (FSOC-UBA). Investigador CONICET con sede en el Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas, con el proyecto de investigación dirigido por Horacio Tarcus y Gustavo Sorá: “Editores, editoriales y libros de coyuntura política: un acercamiento sociológico a los vínculos contemporáneos entre cultura, economía y política”. Docente de la Universidad de Buenos Aires.

**Daniela Szpilbarg.** Es Investigadora Asistente del CONICET. Doctora en Ciencias Sociales (UBA) y Diplomada en Gestión Cultural y Políticas Culturales (IDAES-UNSAM). Docente en las materias “Teoría Social Latinoamericana” (UBA), “Políticas de Edición y Traducción” (UNTREF) y “Geopolíticas de la edición” (UBA-Sholem Buenos Aires). Su proyecto actual se titula: “Una sociología de los mediadores y mediaciones en la traducción y recepción de la cultura literaria argentina en el exterior: el caso alemán (2010-2015)”

**Guillermina Torres.** Profesora en Letras, egresada de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata. Realizó estudios de formación en universidades brasileñas como Unicamp y UFMG. Es docente en las cátedras de

Literaturas Lusófonas I y II en la UNLP desde 2016. Su investigación de doctorado se centra en temas relacionados con el exilio y la traducción de escritores argentinos en Brasil durante la década del 80. Realiza trabajos de traducción literaria del portugués.

**Gustavo Velázquez.** Licenciado en Comunicación Social (UNQ). Integra el proyecto de extensión “El sur también publica” y el proyecto de investigación “La edición en la era de las redes. Entre el artesanado y las tecnologías digitales”. Realiza su tesis de maestría sobre la producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes. También es estudiante de Doctorado. Es coordinador en la Incubadora de Economía Social “Prácticas editoriales asociativas”.

**Marilina Winik.** Maestranda en Comunicación y Cultura y Licenciada en Sociología por la UBA. Desde hace muchos años se desempeña profesionalmente en el área de prensa, comunicación y cultura: escribe, investiga, edita, crea contenidos y proyectos. En 2012 fundó CRIA, una asociación transdisciplinar de cultura. También creó Hekht Libros junto a Natalia Ortiz Maldonado, una plataforma de experimentación textual. Sus temas de interés son la edición contemporánea, los feminismos y las resistencias culturales. Tiene dos hijxs, al último lo parió en la bañera de su casa.

## Fuentes

### Testimonios

Agustín Arzac, editor de EME, miembro de la distribuidora Malisia. Entrevistado por Soledad Balerdi y Paula Cuestas el 14 de mayo de 2015 y por Gustavo Velazquez el 23 de diciembre de 2018.

Alejandra Bosch, Ediciones Arroyo. Entrevistada por Cristian Molina, enero de 2019.

Alejandra Rumitti y Manuel Passaro, editores de La Bola. Entrevistados por Nicolás Weslchinger y Paula Cuestas, 14 de mayo de 2015.

Alejandro Ros, diseñador. Entrevistado por Carolina Muzi en agosto de 2018.

Alejandro Schmied, editor de Tren en movimiento. Entrevistado por Daniela Szpilbarg el 15 de febrero de 2019.

Alejo Carbonell, Caballo Negro. Entrevistado por Analía Farjat el 13 de junio de 2019.

Ana Hevia, directora del estudio de diseño Tholön Khunst para Ampersand. Entrevistada por Carolina Muzi abril de 2018.

Andrea López, directora editorial Adriana Hidalgo. Entrevistada por Carolina Muzi marzo de 2018.

Ariel Bermani, editor de Conejos. Entrevistado por Daniela Szpilbarg el 11 de marzo de 2019.

Carlos Mux, editor Ediciones Lux. Entrevistado por Analía Farjat 14 de junio de 2019.

Cristóbal Thayer, editor de La Cebra, miembro de Todo Libro es Político. Entrevistado por Gustavo Velazquez el 28 de noviembre de 2018.

Dafne Pidemunt, editora de La mariposa y la iguana. Entrevistada por Daniela Szpilbarg el 19 de febrero de 2019.

Damián Ríos, editor de Blatt y Ríos. Entrevistados por Ornella Boix y Rodolfo Iuliano, 15 de mayo de 2015.

David Barresi, de La Caldera. Entrevistado por Soledad Balerdi y Paula Cuestas, 15 de mayo de 2015.

- Eugenio López Arriazu, editor y traductor en Dédalus. Entrevistado por Samanta Rodríguez y Guillermina Torres en febrero de 2019.
- Eric Schierloh, editor y traductor en Barba de Abejas. Entrevistado por Samanta Rodríguez y Guillermina Torres en diciembre de 2018.
- Ezequiel Fanego, editor de Caja Negra, socio de la distribuidora Coma Cuatro. Entrevistado por Carolina Muzi en abril de 2018 y por Gustavo Velazquez el 6 de diciembre de 2018.
- Florencia Werchovsky, escritora. Entrevistada por Carolina Muzi en mayo de 2018.
- Francisco Garamona, editor Mansalva. Entrevistado por Carolina Muzi en abril 2018.
- Gabriela Olivé, editora Inflorescencia editorial. Entrevistada por Analía Farjat el 7 de junio de 2019.
- Gonzalo Miranda, integrante de Muchas nueces. Entrevistado por Analía Farjat el 21 de junio de 2019.
- Guido Indij, editor de la marca editora, fundador de la distribuidora Asunto Impreso. Entrevistado por Gustavo Velazquez el 13 de noviembre de 2018.
- Hugo Montero, editor de Sudestada. Entrevistado por Sofía Castellón en enero 2019.
- Javier Barilaro, diseñador de Mansalva. Entrevistado por Carolina Muzi en abril de 2018.
- Javier Magistris y Claudio Lomenzo, editores de La Guacha, revista nacional de poesía. Entrevistados por Sofía Castellón en noviembre 2018.
- Juan Arabia, editor de Buenos Aires Poetry. Entrevistado por Sofía Castellón en enero 2019.
- Juan Alberto Crasci y Andrés, de Años Luz. Entrevistados por Ornella Boix y Nicolás Weschinger, 14 de mayo de 2015.
- Leandro Donozo, editor de Gourmet Musical. Entrevistado por Ornella Boix y Rodolfo Iuliano, 15 de mayo de 2015.
- Manuel Passaro, diseñador, La bola editora. Entrevistado por Analía Farjat el 24 de junio de 2019.

- Marcos Almada, editor de Alto Pogo, miembro de la distribuidora La Coop. Entrevistado por Gustavo Velazquez el 13 de noviembre de 2018.
- Mariano Blatt, editor de Blatt y Ríos. Entrevistado por Ornela Boix y Rodolfo Iuliano, 15 de mayo de 2015.
- Maxi Masuelli y Ana Wandzik, editores de Iván Rosado. Entrevistados por Analía Farjat el 26 de junio de 2019.
- Maximiliano Masuelli, editor de Iván Rosado. Entrevistado por Nicolás Weslchinger y Paula Cuestas, 14 de mayo de 2015.
- Maximiliano Papandrea, editor de Sigilo. Entrevistado por Daniela Szpilbarg el 1º de marzo de 2019.
- Néstor González, editor de Las cuarenta. Entrevistado por Daniela Szpilbarg el 15 y 16 de febrero de 2019.
- Pablo Amadeo González, editor Pixel. Entrevistado por Carolina Muzi en abril de 2019.
- Patricio Grinberg, editor Zindo & Gafuri. Entrevistado por Carolina Muzi en abril 2018.
- Santiago Kahn, editor de Maten al mensajero. Entrevistado por Sofía Castellón en enero 2019.
- Soledad Blanco, editora Peces de ciudad. Entrevistada por Analía Farjat el 3 de junio de 2019.
- Tamara Pachado, editora de Los Ríos Editorial, miembro de Frente Mar. Entrevistada por Gustavo Velazquez el 22 de diciembre de 2018.
- Victor Malumián y Hernán López Winne, editados de Godot. Entrevistados por Soledad Balerdi y Paula Cuestas el 14 de mayo de 2015 y por Sofía Castellón en enero de 2019.
- Víctor Malumián, editor de Ediciones Godot, socio de la distribuidora Carbono. Entrevistado por Gustavo Velazquez el 23 de noviembre de 2018.

## **Bibliografía**

- Adamovsky, Ezequiel (2009). *Historia de la clase media argentina: apogeo y decadencia de una ilusión, 1919-2003* (1a ed). Buenos Aires: Planeta.

- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max (2013). *La industria cultural*. Buenos Aires: El Cuenco de Plata.
- Aparicio Maydeu, Javier (2018). *El desguace de la tradición. En el taller de la narrativa del siglo XX*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Argumedo, Alcira (2003) *Los silencios y las voces en América Latina. Notas sobre el pensamiento nacional y popular*. Ediciones Colihue: Buenos Aires.
- Astutti, Adriana y Contreras, Sandra (2001). “Editoriales independientes, pequeñas... micropolíticas culturales en la literatura argentina actual”, en *Revista Iberoamericana*, Vol. LXVII, Núm. 197, Octubre-Diciembre, pp. 767-780.
- Badenes, Daniel (2005). *Comunicación e identidad en fábricas recuperadas-autogestionadas*. Tesis de Licenciatura. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Badenes, Daniel (2017). “Las revistas culturales como sector y como movimiento” en *Editar sin patrón. La experiencia política-profesional de las revistas culturales independientes*. La Plata: Club Hem.
- Balaguer, Miguel (2014). “Nuestro libro más vendido es un libro de poesía traducida”, entrevista con Santiago Venturini, en *Bazar Americano*. Recuperado en: <http://www.bazaramericano.com/reportajes.php?cod=31&pdf=si>
- Becker, Howard (2008). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Benjamin, Walter (2017). *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*. Buenos Aires: La marca editora.
- Berardi, Franco -Bifo- (2013). *La sublevación*. Buenos Aires: Hekht Libros.
- Bhaskar, Michael (2014). *La máquina de contenido. Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. México: Fondo de Cultura Económica. Traducción de Ricardo Martín Rubio Ruiz.
- Boix, Ornela (2013). *Sellos emergentes en La Plata: nuevas configuraciones de los mundos de la música*. Tesis de Maestría. Presentada en Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación para obtener el grado de Magister en Ciencias Sociales.

- Botto, Malena (2006). “La concentración y la polarización de la industria editorial”. En de Diego, J.L. (comp) *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Botto, Malena (2012). “Esos raros proyectos nuevos. Reflexiones para la conceptualización de las nuevas prácticas editoriales”, en VIII Congreso Internacional de Teoría y Crítica Literaria Orbis Tertius,
- Botto, Malena (2014). “Concentración, polarización y después”, en de Diego (director). *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2010*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, Pierre (2000). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
- Bourdieu, Pierre (2005). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (2010). “El mercado de los bienes simbólicos”, en: *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourriaud, Nicolas (2008). *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Bourriaud, Nicolas (2009a). *Radicante*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Bourriaud, Nicolas (2009b) *Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Brea, José Luis (2003) *El tercer umbral*. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural. Murcia: CENDEAC.
- Busaniche, Beatriz et al (2007) *Monopolios artificiales sobre bienes intangibles. Los procesos de privatización de la vida y el conocimiento*. Fundación Vía Libre – Fundación Heinrich Böll- Cono Sur.
- Busaniche, Beatriz et. al. (2010) *Argentina Copyleft: la crisis del modelo de derecho de autor y las prácticas para democratizar la cultura*. Fundación Vía Libre- Fundación Heinrich Böll - Cono Sur.

- CAIA (2005). *Original, Copia...Original?*, selección de trabajos presentados al III Congreso Internacional de Teoría e Historia del Arte y XI Jornadas del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA). Buenos Aires: CAIA
- Calasso, Roberto (2015). *La marca del editor*. Buenos Aires: Anagrama.
- Carrión, Ulises (2018). *El arte nuevo de hacer libros*. Buenos Aires: Barba de Abejas.
- Castelao, Leandro y Roca, Francisco (2019). *Cotta y los Libros del Mirasol*. Buenos Aires - Nueva York: Flecha books.
- Castillón, Sofía (2017). “Revistas y encuentros. La experiencia de las publicaciones de poesía” en Badenes, Daniel (comp.). *Editar sin patrón. La experiencia política-profesional de las revistas culturales independientes*. La Plata: Club Hem.
- Colleu, Gilles (2008). *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*. Buenos Aires: La marca editora.
- Conde, Joaquin (2019). “Editoriales Artesanales: hacia una definición del objeto”, trabajo presentado en el *III Congreso Latinoamericano de Teoría Social*, Buenos Aires, 30 de julio y 1 y 2 de agosto de 2019.
- Danieli, Anna (2006). “Edición independiente: Estrategias para la diversidad”, en Moneta, C. (comp.), *El jardín de los senderos que se encuentran: Políticas públicas y diversidad cultural en el MERCOSUR*. Montevideo: Unesco.
- De Certeau, Michel (2000) *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*. Universidad Iberoamericana: México.
- de Diego, José Luis (2007). Políticas editoriales y políticas de lectura. *Anales de la educación común*, 3 (6), 38-44.
- de Diego, José Luis (2010). “Un itinerario crítico sobre el mercado editorial de literatura en Argentina”, en *Iberoamericana. América Latina, España, Portugal* 10.40; pp. 47–62.
- de Diego, José Luis (2012). “Concentración económica, nuevos editores, nuevos agentes”, en *Primer Coloquio Argentino del Libro y la Edición*, La Plata, Argentina.

- de Diego, José Luis (2016). “Concentración económica, nuevos editores, nuevos agentes. Fichas por una investigación”. Disponible en: <https://teorialiteraria2.files.wordpress.com/2016/08/de-diego-josc3a9-luis-concentraci3b3n-econ-c3b3mica-nuevos-editores-nuevos-agentes-fichas-pa-ra-una-investigac3b3n.pdf>
- De Sagastizábal, Leandro y Quevedo, Luis (2015). *Optimistas seriales. Conversaciones con editores*. Buenos Aires: EUDEBA.
- de Ugarte, David (2007). *El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*. Recuperado de: <http://www.pensamientocritico.org/davuga0313.pdf>
- Delgado, Verónica y Espósito, Fabio (2006), “1920-1937. La emergencia del editor moderno”, en *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Di Benedetto, Matías (2018). *Estéticas del montaje: Representaciones de lo andino en la narrativa de vanguardia peruana de los veinte*. Tesis de posgrado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1633/te.1633.pdf>
- Dujovne, Alejandro (2018a). “Encuesta de Público - FED 2018. Resultados preliminares”. Programa de Estudios del Libro y la Edición (CIS-IDES). Inédito
- Dujovne, Alejandro, Ostroviesky, Heber y Sorá, Gustavo (2014). “La traducción de autores franceses de ciencias sociales y humanidades en Argentina. Estado y perspectivas actuales de una presencia invariante”. *Bibliodiversity*, 3, 22-32.
- Dupont, Mariano (2010). “Arthur Cravan está vivo”, prólogo a Cravan, Arthur, *Maintenant*. Buenos Aires: Caja Negra.
- EDINAR (2008). *La edición independiente en América Latina*, en Colleu, G (ed.), *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*. Buenos Aires: La marca Editora. (pp-9-13)

- Elkin-Koren, Niva (2006) “Exploring Creative Commons: A Skeptical View Of A Worthy Pursuit”. En Bernt Hugenholtz, P. & Guibault, L (eds) *The Future Of The Public Domain* (.) Kluwer Law International, forthcoming. Recuperado de: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=885466](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=885466)
- Entwistle, Joanne, y Rocamora, Agnès (2006). The Field of Fashion Materialized: A Study of London Fashion Week. *Sociology*, 40(4), 735-751. <https://doi.org/10.1177/0038038506065158>
- Esteves Fros, Fernando y Vanzulli, Jorge (2009). “Administración de una empresa de cultura”, en Sagastizábal, Leandro y Esteves Fros, Fernando (compiladores). *El mundo de la edición de libros* Buenos Aires: Paidós.
- Even-Zohar, Itamar (2017). *Polisistemas de cultura (Un libro electrónico provisorio)*. Tel Aviv: Universidad de Tel Aviv.
- Fabiani, Jean-Louis (2012). “Les festivals dans la sphère culturelle en France”, *Territoires contemporains*, no 3.
- Fundación El Libro, & DGEyC. (2018). *Encuesta sobre Perfil de los asistentes a la Feria Internacional del Libro* de Buenos Aires. Año 2018. DGEyC.
- Furtado, José Alfonso (2014). *La edición de libros y la gestión estratégica*. Villa María: Eduvim.
- García Canclini, Néstor (Comp.) (2015). *Hacia una antropología de los lectores*. México, DF: Paidós.
- García Canclini, Néstor y Urteaga, Maritza (Coords.), (2012). *Cultura y desarrollo*. Buenos Aires: Paidós.
- García Espinosa, Julio (1989). “Por un cine imperfecto”, en *Cine, comunicación y cambio social*. Lima: Editorial Causa Chun.
- Gazzera, Carlos (2016). *Editar: un oficio. Atajos / Rodeos / Modelos*. Villa María: Eduvim.
- Gil, Manuel y Gómez, Martín (2017). *Manual de edición: guía para estos tiempos revueltos*. Buenos aires: La marca editora.
- Gimpel, Jean (1979) *Contra el arte y los artistas. O el nacimiento de una religión*. Gedisa: Barcelona.
- Groys, Boris (2018). *Volverse público. Las transformaciones en el arte en el ágora contemporánea*. Buenos Aires: Caja Negra.

- Halac, Gabriela y Ariel Farace (comps.) (2016). *¿Qué es un libro contemporáneo?*. Buenos Aires: Teatro Nacional Cervantes.
- Harari, Pablo (2000). “La edición independiente en América Latina: un factor cultural en peligro”, en *Actas del 1er Encuentro de Editores Independientes de América Latina*. OEI.
- Harwthorne, Susan (2018). *Bibliodiversidad. Un manifiesto para la edición independiente*. Buenos Aires: La marca editora.
- Heller, Eva (2017). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: GG.
- Hutnik, Elizabeth y Saferstein, Ezequiel. (2014). “Las prácticas de lectura en el entorno digital: industria editorial, mercado y consumo”. *Revista de Literaturas Modernas* Vol. 44, N° 1, ene.-jun., pp. 37-68.
- Iglesias, Claudio (2017). “La familia surrealista: puntos de acceso a un arte aficionado, travesti y barrial” en S. Villanueva, C. Iglesias, J.C. Pedroni, *Objeto móvil recomendado a las familias*. Buenos Aires: Fundación OSDE.
- Jenkins, Henry; Ford, Sam y Green, Joshua (2015). *Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Madrid: Gedisa.
- Jiménez, José (2002) *Teoría del arte*. Madrid: Tecnos-Alianza.
- Klein, Naomi (2007). *No logo*. Buenos Aires: Paidós.
- Legendre, Bertrand (2013). “Concentración, independencia y diversidad editorial”, en *Comunicación y Medios*, N° 27, 25-31. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile.
- López Winne, Hernán y Malumian, Víctor (2016). *Independientes, ¿de qué?. Hablan los editores de América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lorey, Isabell (2018). “Preservar la condición precaria, queerizar la deuda”, en *Los feminismos ante el neoliberalismo*. Buenos Aires: La cebra.
- Martín-Barbero, Jesús (1991). *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.
- Miguel, Paula (2011). *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires: Aurelia Rivera.

- Molina, Cristian (2015). “La poesía como festival” en *El jardín de los poetas*, N<sup>o</sup>1.
- Molina, Cristian (2016). “Relatos de festivales. En Rosario no se baila cumbia, de Frank Baez” en *Simposio Internacional Lazos*, Leiden. [https://lazosleiden.files.wordpress.com/2017/03/molina\\_baez.docx](https://lazosleiden.files.wordpress.com/2017/03/molina_baez.docx)
- Moscardi, Matías (2016). *La máquina de hacer libritos. Poesía argentina y editoriales interdependientes en la década de los noventa*. Mar del Plata: Puente Aéreo.
- Munari, Bruno (2016). “Los prelibros”, en *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gil.
- Muniz Júnior, José de Souza (2015). “Itinerarios de una identidad voluble: el debate sobre la edición ‘independiente’ en Francia y Brasil”, en *Orbis Tertius*, vol. XX, no21, 2015, 145-158. Disponible en <http://www.orbistertius.unlp.edu.ar/>
- Muniz Júnior, José de Souza (2016). *Girafas e bonsais: editores ‘independentes’ na Argentina e no Brasil (1991-2015)* (Tesis doctoral no publicada). Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, Universidade de Sao Paulo, Sao Paulo, Brasil.
- Muniz Júnior, José de Souza (2017). La polarización del espacio editorial y la bibliodiversidad. *Cursos Virtuales Instituto de Desarrollo Económico y Social*.
- Noël, Sophie (2018). *La edición independiente crítica*. Villa María: EDUVIM.
- Pagola, Lila (2006) “Cultura Libre y actitud copyleft: Nuevos nombres para viejas prácticas. Notas sobre las obras derivadas”. Recuperado de: <https://docplayer.es/14915950-Cultura-libre-y-actitud-copyleft-nuevos-nombres-para-viejas-practicas.html>
- Pagola, Lila (2010) “Efecto copyleft avant la lettre, o cómo explicar el copyleft donde todos lo practicamos” en Busaniche, Beatriz (et. al); *Argentina Copyleft: la crisis del modelo de derecho de autor y las prácticas para democratizar la cultura*. Fundación Vía Libre- Fundación Heinrich Böll - Cono Sur.

- Palmeiro, Cecilia (2011). *Desbunde y Felicidad*. Buenos Aires: Título.
- Panesi, Jorge (1994). “La traducción en Argentina”, en Voces, 3; pp.2-7.
- Papalini, Vanina (2012). Las lecciones de los lectores. A propósito de la recepción literaria. *Álabe. Revista de Investigación sobre Lectura y Escritura*. 6: 1-21.
- Papalini, Vanina (2015). *Garantías de felicidad. Estudio sobre los libros de autoayuda*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.
- Racioppe, Biana (2012). *Liberar, Compartir, Derivar. Cultura libre y Copyleft: otros modos de organizarse para gestionar lo cultural-artístico*. Tesis de maestría. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Racioppe, Biana (2015). *Cultura libre y Copyleft. Hacia una redefinición en la manera de entender la producción artística*. Tesis de doctorado. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Raymond, Eric S. (1997). “La catedral y el bazar” Recuperado de <https://www.smaldone.com.ar/documentos/docs/catedral-bazar.pdf>
- Rius-Ulldemolins, Joaquim (2014). “¿Por qué se concentran los artistas en las grandes ciudades? Factores infraestructurales de localización, estrategias profesionales y dinámicas comunitarias”. En *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 147: 73-88. (<http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.145.73>)
- Rosenberg, Mirta (2016). *Cuaderno de oficio*. Buenos Aires: Bajo la luna.
- Rowan, Jaron (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Saferstein, Ezequiel (2012). La Feria del Libro Independiente y Autónoma (FLIA) en Buenos Aires. Tres ejes para su abordaje. *Argumentos. Revista de crítica social*, (14). Recuperado de <http://www.revistasiiigg sociales.uba.ar/index.php/argumentos/article/view/231>

- Saferstein, Ezequiel (2013). La Feria del Libro en Buenos Aires y la concentración del espacio editorial: Una aproximación a la sociedad del espectáculo en la circulación de libros. *Kairos*. Recuperado de <http://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/28521>
- Saferstein, Ezequiel (2016a). “Editores de los grandes grupos en Argentina. Entre las exigencias de rentabilidad y la intervención en el debate público”, en *V Taller de Historia Intelectual*, Centro de Historia Intelectual (UNQ) - IDACOR (CONICET-UNC)
- Saferstein, Ezequiel (2016b). *La década publicada. Los best sellers políticos y sus editores: producción de libros, difusión de temas e intervención pública en el mercado editorial argentino (2003-2015)* Tesis de Doctorado. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Saferstein, Ezequiel y Szpilbarg, Daniela (2012). La «independencia» en el espacio editorial porteño. En *Mi Buenos Aires querido. Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa* (pp. 221-247). Buenos Aires: Prometeo.
- Saferstein, Ezequiel y Szpilbarg, Daniela (2014). La industria editorial argentina, 1990-2010: Entre la concentración económica y la bibliodiversidad. En *Alternativas*, n°3, 2014.
- Saravia, Federico (2018, agosto 24). Más propietarios y menos inquilinos. *El Cronista*. Recuperado de <http://www.cronista.com/columnistas/Mas-propietarios-y-menos-inquilinos-20180823-0083.html>
- Schiffrin, André (2000). *La edición sin editores*. Barcelona: Destino.
- Schumpeter, Joseph (1957). *Teoría del Desarrollo Económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Seccia, Oriana (2012). “Producciones artísticas independientes juveniles. Un pequeño tour problemático”, en *Solidaridad Global*. Revista de la Universidad Nacional de Villa María. 21 (pp., 81-86).
- Semán, Pablo (2006). *Bajo Continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*. Buenos Aires: Gorla.
- Sennett, Richard (2009). *El artesano*. Barcelona: Anagrama.
- Silberleib, Natalia. “El catálogo como espacio de poder curatorial”, inédito. Disponible en <https://www.buenosaires.gov.ar/sites/gcaba/files/catalogocuratorial-silberleib.pdf>

- Sopena La Fuente, Ramón. (1976). "Empresa". En: *Enciclopedia Ilustrada Sopena La Fuente*. Barcelona: Ramón Sopena.
- Sorá, Gustavo (2002). "Frankfurt y otras aduanas culturales entre Argentina y Brasil: Una aproximación etnográfica al mundo editorial", Revista *Cuadernos de Antropología Social* N° 15, pp. 125-143, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Sorá, Gustavo (2013), "El mundo como feria. In(ter)dependencias editoriales en la Feria de Frankfurt", Santiago de Chile: *Comunicación & Medios*, vol. 27 p. 101 - 127
- Sorá, Gustavo (2017). *Editar desde la izquierda en América Latina. La agitada historia del Fondo de Cultura Económica y de Siglo XXI*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Srnicek, Nick (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Stallman, Richard (2004) *Software libre para una sociedad libre*. Traficantes de Sueños: Madrid.
- Stedile Luna, Verónica (2017). "Formas de la crítica para nombrar una época" en *Editar sin patrón. La experiencia política-profesional de las revistas culturales independientes*. La Plata: Club Hem.
- Swampa, Maristella (2005). *La sociedad excluyente. La Argentina bajo el signo del neoliberalismo*. Buenos Aires: Taurus.
- Szabó, János Zoltán (2010). "La investigación acerca de los festivales", *Boletín Gestión Cultural: observatorios culturales en el mundo*, N° 19.
- Szpilbarg, Daniela (2010) "Editoriales artesanales y libros-arte: Nuevos modos de producción y circulación social del libro. Reflexiones a partir del caso de las editoriales Funesiana y Clase Turista", trabajo presentado en *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*, 9 y 10 de diciembre de 2010, La Plata, Argentina. Disponible en: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.5755/ev.5755.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.5755/ev.5755.pdf)
- Szpilbarg, Daniela (2015a). Independencias en el espacio editorial argentino de los 2000: genealogía de un espejismo conceptual. *Estudios de teoría literaria*, 4(7).

- Szpilbarg, Daniela (2015b). *Las tramas de la edición mundializada. Transformaciones y horizontes del campo editorial en Argentina 1998-2013*. Tesis de Doctorado. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Szpilbarg, Daniela (2015c). “Escrituras permeables : la autogestión editorial en la literatura. El caso de Gordo de Sagrado Sebakis y En construcción de Pablo Strucchi”, *Cuadernos LIRICO*, 13 <http://journals.openedition.org/lirico/2098>
- Szpilbarg, Daniela y Saferstein, Ezequiel (2010). “Hacia una (in)definición de la independencia en la configuración actual del espacio editorial”. *Jornadas IIGG*, noviembre de 2010.
- Szpilbarg, Daniela y Saferstein, Ezequiel (2012). “El espacio editorial ´independiente: heterogeneidad, posicionamientos y debates. Hacia una tipología de las editoriales en el período 1998-2010”. *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*.
- Szpilbarg, Daniela, Dujovne, Alejandro y Saferstein, Ezequiel (2015). ¿Local o visitante? El rol del Estado en el campo editorial contemporáneo. Un análisis comparado. Presentado en *XI Jornadas de Sociología*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <http://www.aacademica.org/000-061/158>.
- Tabarovsky, Damián (2018). *Fantasma de la vanguardia*. Buenos Aires: Mardulce.
- Tessio Conca, Eliana Silvia (2017). *La edición independiente de libros. Estrategias comerciales de pequeñas editoriales en Paraná (Entre Ríos) y los incentivos estatales para el sector en el período 2007-2013*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Vanoli, Hernán (2009). “Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria Argentina”, *Revista Apuntes de Investigación del CECYP*. N° 15. Buenos Aires (p. 161-185).
- Vanoli, Hernán (2010). “Sobre editoriales literarias y la reconfiguración de una cultura”, en *Nueva Sociedad*, N° 230, noviembre-diciembre.
- Vanoli, Hernán (2019). *El amor por la literatura en tiempos de algoritmos. 11 hipótesis para discutir con editores, lectores, gestores y demás militantes*. Buenos Aires: Siglo XXI (Serie Crisis).

- Vanoli, Hernán y Saferstein, Ezequiel (2011). “Cultura literaria e industria editorial. Desencuentros, convergencias y preguntas alrededor de la escena de las pequeñas editoriales”, en Rubinich, Lucas y Miguel, Paula (editores). 01-10 *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- Venturini, Santiago (2015) “Micropolíticas de la edición y de la traducción: el caso de Colección Chapita”, en *Cuadernos LIRICO*, n° 13. Disponible en: <http://lirico.revues.org/2148>
- Venturini, Santiago (2016) “Edición artesanal y traducción: sobre Barba de Abejas”, en *Orbis Tertius*, 21(24), e020. Disponibles en: <http://www.orbistertius.unlp.edu.ar/article/view/OTe020>
- Vercelli, Ariel (2009) *Repensando los bienes intelectuales comunes*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- VV.AA. (2005). *Listos para Leer, diseño de libros en España*. Madrid: Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación.
- VV.AA. (2007). *Los editores independientes del mundo latino y la bibliodiversidad*. México. CONACULTA.
- Williams, Raymond (2000). *Marxismo y Literatura*. Barcelona: Península, segunda edición.
- Williams, Raymond (2003). *La larga revolución*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Winik, Marilina (2010). Experimento FLIA. En *Jornadas Producción cultural, nuevos saberes e imaginarios en la sociedad argentina contemporánea a la luz de la globalización*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani.
- Winik, Marilina y Reck, Matías (2012). “Un posible final para un certero inicio: acerca de los nuevos desafíos de las editoriales independientes”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, La Plata: UNLP
- Zaid, Gabriel (2001). *Los demasiados libros*. Barcelona: Anagrama (Colección Argumentos).
- Zátonyi, Marta (2011) *Juglares y trovadores: derivas estéticas*. Capital Intelectual: Buenos Aires.

Zuazo, Natalia (2018) *Los dueños de Internet. Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*. Debate: Buenos Aires.

### Artículos periodísticos

5 tendencias de 2019: ¿Qué vamos a leer este año? (3 de enero de 2019) *La Nación*.

Bertelsmann ya es la primera editorial mundial en castellano (25 de septiembre de 2017). *ABC Economía*. Recuperado de: [https://www.abc.es/economia/abci-bertelsmann-primer-editorial-mundial-castellano-201709250136\\_noticia.html](https://www.abc.es/economia/abci-bertelsmann-primer-editorial-mundial-castellano-201709250136_noticia.html)

Blejmar, Julián (18 de junio de 2017). “Ni alpagatas ni libros”, *Página/12*.

Berry, David (2005) “On the `Creative Commons´: a critique of the commons without commonalty” *Free Software Magazine*. Recuperado de: [http://freesoftwaremagazine.com/articles/commons\\_without\\_commonality/](http://freesoftwaremagazine.com/articles/commons_without_commonality/)

Budassi, Sonia (10 de agosto de 2008). “Los nuevos desafíos de la resistencia editorial”, en diario *Perfil*.

Dujovne, Alejandro (2017, junio 8).” La aventura intelectual de publicar un libro”, en Revista Anfibia. *Anfibia*. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/la-aventura-intelectual-de-publicar-un-libro/>

Dujovne, Alejandro (2018b, noviembre 1). La lógica mercantil | Opinión. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/152412-la-logica-mercantil>

Esteban, Pablo (8 de agosto de 2018). “Nadie se libra de los libros”, en *Página/12*.

González, Horacio (2019). “Es un milagro que se sigan editando libros”. Entrevista con Gonzalo León para el Blog de Eterna Cadencia. 15 de Abril de 2019. Recuperado de: [https://www.eternacadencia.com.ar/blog/contenidos-originales/entrevistas/item/es-un-milagro-que-se-sigan-editando-libros.html?-fbclid=IwAR1uyEweSnO9Vn5eeHbhECChFfbm9i6vLabfX4F\\_5ecYBqDdR7VDpNeYEXs](https://www.eternacadencia.com.ar/blog/contenidos-originales/entrevistas/item/es-un-milagro-que-se-sigan-editando-libros.html?-fbclid=IwAR1uyEweSnO9Vn5eeHbhECChFfbm9i6vLabfX4F_5ecYBqDdR7VDpNeYEXs)

- r.MUTT (3 de mayo de 2018). “Alejandro Dujovne: `la pérdida de diversidad editorial o de bibliodiversidad conlleva, en definitiva, a un empobrecimiento de la vida cultural e intelectual de una sociedad””, en revista MUTT. Recuperado de <http://revistamutt.com/letras/alejandro-dujovne/>
- Sáliche, Luciano (14 de agosto de 2018) “El sorprendente fenómeno de la Feria de Editores que no para de crecer”, en *Infobae*.
- Schierloh, Eric (19 de junio de 2019). “Sobre la independencia editorial (con coordenadas para evaluarla)”, en *Mimesis*, Disponible en, <https://edicionesmimesis.cl/index.php/2019/06/19/sobre-la-independencia-editorial-con-coordenadas-para-evaluarla-por-eric-schierloh>
- Soifer, Alejandro (11 de febrero de 2015) “Entrevista a Santiago Kahn de Maten al mensajero” en Blog Alejandro J. Soifer. Disponible en: <https://ajsoifer.com/2015/02/11/entrevista-a-santiago-kahn-maten-al-mensajero/>
- Tabarovsky, Damián (13 de enero de 2019). “La lengua se compra y se vende”, en *El país*. Recuperado de: [https://elpais.com/cultura/2019/01/10/babelia/1547156154\\_224003.html](https://elpais.com/cultura/2019/01/10/babelia/1547156154_224003.html)
- Torralba, Marta Luján (2011). “Espíritus libres”, en Revista *Dínamo*.
- Zafra, Remedios (2017). “El sujeto precario. Trabajadores culturales en la era digital”, recuperado en: <http://lab.cccb.org/es/el-sujeto-precario-trabajadores-culturales-en-la-era-digital/>

### Informes y documentos

- OIC, Observatorio de Industrias Culturales de la Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Industrias Culturales en la Argentina: disponible en [www.buenosaires.gov.ar/areas/producción/industrias/observatorio](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/producción/industrias/observatorio)
- CEP, Centro de Estudios para la Producción, Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, Ministerio de Economía y Producción, *La Industria del Libro en la Argentina*, informe disponible en [www.industria.gov.ar/cep](http://www.industria.gov.ar/cep).

CAL (2018). Informe de producción del libro argentino. 2018. Disponible en: [https://issuu.com/camaradellibro/docs/2019.02\\_informe\\_de\\_produccion\\_anual](https://issuu.com/camaradellibro/docs/2019.02_informe_de_produccion_anual)

Informe del Estado del Procomún (2017) Creative Commons. Recuperado de: <https://stateof.creativecommons.org/?lang=es>

FED (2018) Feria de editores. Sección editoriales participantes. Recuperado de: <http://feriadeeditores.com.ar/editoriales/>

## **Web**

Universidad y Edición Autogestiva. [www.lease.web.unq.edu.ar](http://www.lease.web.unq.edu.ar)

Blog Razones editoriales. <http://razoneseditoriales.blogspot.com.ar/>

Hekht Libros (2019, 5 de agosto) “Decir 'lenguaje inclusivo' es un mal decir. Inmanifiesto”. En: Facebook [publicación de página]. Recuperado de: <https://www.facebook.com/contraeso.vamos/posts/2177848979007208>

Piglia, Ricardo (2010). “Tradición y traducción en la literatura argentina”, Conferencia pronunciada en el Club de Traductores Literarios de Buenos Aires el 19 de Julio de 2010, en Buenos Aires. Recuperado en: <http://clubdetraductoresliterariosdebaires.blogspot.com/2010/07/tradicion-y-traducion-en-la-literatura.html>



*ESTADO DE FERIA PERMANENTE* SE TERMINO DE IMPRIMIR EN  
DICIEMBRE DE 2019, EN LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES.

LOS LIBROS DE CLUB HEM SON DISTRIBUIDOS POR

MAUSA  
malisiadistribuidora@gmail.com



En las primeras dos décadas del siglo XXI proliferaron en la Argentina centenares de pequeñas editoriales, usualmente llamadas "independientes". Este libro propone una mirada panorámica y polifónica sobre ese sector, que se detiene en aspectos económicos y organizativos, en momentos y perspectivas del trabajo editorial que definen el catálogo, y en los ámbitos de circulación y formación de comunidades de lectura.

### **Autoras y autores**

Daniel Badenes - Sofía Castellón - Joaquín Conde  
Paula Cuestas - José Luis de Diego - Alejandro Dujovne  
Néstor González - Pablo Amadeo González - Lea Hafter  
Rodolfo Iuliano - Denise Koziura - Carolina Muzi  
Natalia Ortiz Maldonado - Víctor Malumián - Cristian Molina  
Bianca Racioppe - Matías Reck - Samanta Rodríguez  
Ezequiel Saferstein - Verónica Stedile Luna - Daniela Szpilbarg  
Guillermina Torres - Gustavo Velázquez - Marilina Winik

ISBN 978-987-3746-43-7

