

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

Daniela Szpilbarg

CONICET/IIGG/FSOC

danielaszpilbarg@hotmail.com

Introducción

Desde la crisis económica y política que vivió Argentina a fines del año 2001, se han suscitado diversas transformaciones en la cultura argentina, bajo un imaginario distinto y muchas veces opuesto al de la década de 1990. A fines de 2001 ocurrió un estallido social que sintetiza procesos sociales y económicos mucho más complejos, y a través de él, la política recobró un significado, no desde la lógica de la representación, sino desde la posibilidad de la organización asamblearia, horizontal, consensual, autónoma y autogestionada, que se vio manifestada por ejemplo en las asambleas barriales. En ese marco se gestaron diversos proyectos culturales que, a través de la incorporación de las tecnologías digitales, desarrollaron el trabajo colaborativo y en red. Estas tendencias entraron en la esfera cultural, y en el caso editorial muchos escritores comenzaron a fabricar sus libros y a generar proyectos editoriales propios. En ese mismo sentido, la proliferación de blogs, listas de mails y foros, como espacios de expresión y difusión, generaron una multiplicación de estrategias de encuentro. A estos cambios se sumaron los nuevos formatos en la organización política y cultural devenidas de la “generación post 2001”, donde, según Marilina Winik, “se recrearon otras maneras de trabajar y poner en juego subjetividades no mercantilistas, afectivas y resistentes apoyadas en redes de trabajo” (Winik, 2010: 145). También debemos considerar el abaratamiento e incorporación de la tecnología a la producción cultural y la problematización en torno a la ideología que las tecnologías conllevan.

Como decíamos, algunos proyectos editoriales, surgidos en el marco de la crisis del 2001 – que supuso el cierre de las posibilidades de los escritores de ser publicados-, produjo en algunos casos una modificación en la idea del “escritor legítimo”, mezclando la posibilidad de la publicación con contenidos sociales o políticos. Es el caso, por ejemplo, del colectivo editorial “Eloisa Cartonera”, surgido en 2003, que editaba los libros utilizando como tapa cartón recolectado por cartoneros. Asimismo, estos lazos establecidos con organizaciones o

movimientos sociales parecen cuestionar el modelo clásico de Bourdieu de la construcción de legitimidad dentro del campo local de la literatura, ya que este tipo de proyectos proponen novedosos modos de difusión, circulación y consumo de los libros, y proponen nuevos modos también de creación de la legitimidad.

En el caso de las editoriales que publican narrativa, esto se ve reflejado en ciertos proyectos que plantean la creación literaria y la edición de libros como un lugar desde el que era posible sostener una posición militante o un tipo de activismo, el cual no surge del contenido o temática del libro, sino muchas veces en la propuesta estética (encuadernar libros con tapas del suplemento cultural Ñ- Funesiana-, o con cartón reciclado y pintado por cartoneros-Eloísa Cartonera-, o simular que el libro es un explosivo-Clase Turista-) Estas propuestas recuperaron planteos políticos desde el libro transformado en un “objeto” que “dice” más allá del texto. Esto se acompañó por las modalidades de distribución, en las cuales el dinero muchas veces ocupa un lugar subordinado ya que se plantea en numerosos casos que el propósito no es ganar dinero, sino poder seguir editando, o bien se pagan los derechos de autor con libros, o, en casos más alternativos, se propone que el intercambio de libros en la FLIA se de en la forma de trueque¹.

Si bien no es novedosa la denominación de “editoriales independientes”, en la última década empezó a haber gran profusión de ellas. Término equívoco, en la mayor parte de los casos ni siquiera aceptado por los editores llamados de ese modo, este fenómeno se inscribe en una reconfiguración más general del espacio editorial. Dentro de este segmento de editoriales independientes, en la última década han comenzado a proliferar una serie de editoriales que publican libros artesanales de muy pequeña tirada, los cuales tienen una particularidad como objetos, ya que otorgan una gran importancia al diseño externo del libro, no incorporando los aspectos tradicionales de un libro que se intercambia como mercancía, como el título, el nombre del autor, la contratapa. Además, se distribuyen en espacios no convencionales, en los cuales existen otras formas de sociabilidad, al mismo tiempo que producen un quiebre en la idea del “valor” artístico del libro, generando nuevos modos de construir legitimidad y nuevos parámetros al hablar de lo legítimo.

¹ La FLIA se crea en 2006 frente a la Feria del libro Internacional de Buenos Aires, en donde se paga la entrada y los stands. La FLIA tiene dos principios de unión: gratuidad en el ingreso y libertad de stand. Este último mayo se realizó la 13ra edición y ya hay FLIAs en todo el país (La Plata, Resistencia, Córdoba, Misiones, Rosario y Neuquén.)

Este trabajo es una primera aproximación a un análisis de la industria editorial que pretende discernir las transformaciones que ha sufrido la figura del editor a partir de los cambios de las últimas dos décadas.

Hay muchas preguntas que recorren este trabajo: ¿Qué tipo de editores se conforman en este tipo de editoriales pequeñas o independientes y en qué se distinguen de otros? ¿Se corresponden los modos de edición y publicación con lo que se edita? ¿Cómo afecta la pluralidad de ediciones a la legitimidad y al valor de la literatura? ¿Existe un nuevo modo de vincularse entre sujetos sociales marginados y la producción y el consumo de libros, como veíamos en el caso de Eloisa Cartonera? ¿Se convierten los modos de publicación en un reclamo respecto al funcionamiento de la industria editorial?

En función de esto, el objetivo de esta ponencia será un primer análisis acerca de la motivación y las creencias sostenidas por los creadores de este tipo de emprendimientos editoriales artesanales. Sostenemos que el tipo de producción que implica un libro contiene diversas y contradictorias actividades en la “cadena de producción”, lo cual obliga a mantener distintos tipos de relaciones y posicionamientos entre este tipo de emprendimientos y el resto del mercado editorial. Pretendemos que esta indagación nos permita pensar ciertas características de la industria editorial actual en Argentina a partir de los discursos de los editores de los proyectos que tomaremos como referencia: Editorial Funesiana y Clase Turista. Nuestra preocupación se orienta a analizar la producción, circulación y consumo en estas editoriales “artesanales”. Vale destacar que cuando nos referimos a la producción de bienes culturales, hablamos de un complejo entramado de relaciones, que integra distintos ámbitos de gestión, así como distintos niveles, simbólicos y económicos. Asimismo, cuando hablamos de los cambios en la industria editorial, postulamos una hipótesis de trabajo que sostiene que los editores de este tipo de editoriales recuperan el papel del editor como detentor del gusto literario.

Consideramos hipotéticamente que en este tipo de editoriales cobra importancia una práctica que supone que la relación de proximidad con el objeto-libro, en el marco de un sistema de producción artesanal, conlleva una serie de relaciones más cercanas en la totalidad del proceso de producción del libro: un trato personal entre el autor y el editor, entre el autor y el lector y asimismo entre los lectores, el cual se da en el marco de un circuito diferente en el que tienden a desdiferenciarse el editor, el autor y el lector, que sostienen lazos de sociabilidad comunitarios y basados en lazos de amistad y que funcionan como un grupo en el

que son alternativamente, lectores, escritores o editores, quienes mantienen modos de relación comunitarios y se reúnen en ámbitos propios, como las lecturas, las presentaciones y las FLIAs. Además, creemos que los editores de estos emprendimientos editoriales pos crisis mantienen creencias que dialogan, en la década actual, con el universo hegemónico del neoliberalismo, característico de la década del 90, contenido en las máximas que sostienen los editores de empresas transnacionales- pero también con cierta forma hegemónica de comprender las relaciones de la publicación y el modo de legitimación en el espacio editorial.

Para llevar a cabo nuestros objetivos, hemos trabajado a partir de la realización de entrevistas a algunos editores, así como lecturas a editores publicadas en la Web. Presentaremos en primer término un panorama general de los cambios que ha experimentado el sector editorial en Argentina desde 1997, atendiendo tanto a la concentración editorial de la industria que afectó a la Argentina a nivel global-internacional, como a la crisis del 2001, que aportó una serie de modificaciones en el imaginario de la vida cultural así como un planteo del problema de la distribución de los productos culturales. Luego veremos que estos cambios en el mundo editorial se ven complejizados por aquellos que se han producido en el marco de las prácticas literarias, las cuales se relacionan cada vez más con la experiencia y la performance, en un marco de mayor instantaneidad que se asemeja a otras prácticas artísticas y en este sentido nos hablan de un momento de post-autonomía de la literatura. Estos cambios en las prácticas literarias nos resultan útiles, al mismo tiempo, para pensar las estrategias de estas editoriales artesanales.

Posteriormente hablaremos específicamente de un segmento de las pequeñas editoriales en la Ciudad de Buenos Aires, su organización, desafíos, y relaciones con otras editoriales. Finalmente, nos centraremos en las características particulares del caso de algunas de estas editoriales que hemos llamado “artesanales”: la Editorial Funesiana y la editorial Clase Turista, para analizar las creencias y prácticas sostenidas por sus editores.

Reconfiguración de la industria editorial argentina y cambios en las prácticas literarias

Es importante detallar algunos cambios que han ocurrido en la industria editorial en la última década, porque ellos permiten ver las consecuencias culturales de los cambios económicos. Es necesario destacar que cuando nos referimos a datos acerca de los cambios en el mundo editorial, estamos hablando de cambios a nivel nacional. Sin embargo, la actividad editorial está inmensamente concentrada en la Ciudad de Buenos Aires, donde –

según datos para el año 2009- se produce el 83% de los ejemplares. En la Provincia de Buenos Aires, se produce un 14% de los mismos, lo cual deja solamente un 3% de la producción que ocurre en el interior del país (CEDEM y CAL, 2009)

Cuando hablamos de transformaciones en la última década, nos referimos a dos procesos fundamentales: la compra de los sellos locales por parte de grupos transnacionales – ocurrida a partir de 1997- y la crisis de diciembre de 2001 en nuestro país. Estos procesos, en el marco de la globalización², tienen fuertes consecuencias económicas y culturales, que explican cambios en el sector. La industria editorial es una industria de stocks, y por eso depende fundamentalmente de una capa de lectores alfabetizados que puedan acceder al consumo de libros. Como planteara Gabriel Zaid de modo humorístico, el verdadero problema es que “lo más costoso de leer sigue siendo el lector” (Zaid, 1972:19). Más allá de la frase, el autor sostiene que el problema de la producción de libros y el fracaso de volver a las editoriales emprendimientos rentables, es que el estrato de individuos que ha cursado estudios universitarios, no lee. Esto genera que la velocidad con la que se producen libros es muy grande con respecto al ritmo al que son consumidos. Además, lo ya consumido se vuelve rápidamente obsoleto por la nueva generación de libros.

En la década del 90 desembarcaron en América Latina los sellos europeos con sede en España e iniciaron un proceso de adquisición de los sellos locales. Esta dinámica se repitió en Argentina, donde este proceso se verificó en la desnacionalización de las editoriales tradicionales. Desde 1992 y hasta el año 2000 se produjeron grandes compras de editoriales locales, como Santillana, Alfaguara, Emecé, Seix Barral, Ariel y Sudamericana. Al mismo tiempo, Claudio Rama (2003) sostiene que las 10 editoriales más grandes del país (sobre un total de 1600) contienen el 45% de las ganancias. A esto se suma la aparición de las grandes cadenas de librerías, que concentraron aún más la comercialización del sector.

² En cuanto al proceso que se conoce con el nombre de globalización, proceso que, en sus diversas aristas -económica, política y cultural-, se ha desarrollado en el mundo desde la segunda guerra mundial y más fuertemente, desde la caída de la Unión Soviética. Según esta perspectiva, hasta mediados del siglo XX la organización mundial estaba dada por la división de numerosos Estados nacionales, los cuales tenían una base territorial determinada. Esta misma postura sostiene que el mundo habría atravesado cambios que se derivan de su pasaje a una instancia económica global, en la cual comienzan a cobrar importancia diversos organismos internacionales, como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, al tiempo que se suceden avances vertiginosos en el campo de la comunicación, a partir del surgimiento y rápido desarrollo de Internet.

Estas editoriales tomaron parámetros que venían de las casas matrices, y los grandes grupos editoriales se manejan en función de parámetros comerciales que guían las decisiones: en una nota periodística publicada en el año 2002 y titulada “¿Quién decide qué se lee en nuestro país?”, Fernando Estévez -gerente editorial de Alfaguara, una editorial del grupo español Prisa, dueños también de Santillana, Taurus, Aguilar y de las librerías Fausto-, sostenía que "el editor no decide lo que se va a leer, sino que es un intérprete más o menos eficaz de la demanda". Allí, también planteaba que la contratación de un autor viene con un nombre determinado y con un piso de ventas asegurado, que para no perder, debe ser de dos o tres mil ejemplares en poco tiempo. Más que un libro, se propone a los autores un proyecto. Es decir, se contrata el libro antes de que sea escrito. La figura y la función del editor ha ido transformándose, y ya no es un intelectual que descubre nuevos autores y está a la vanguardia, sino que ahora estudia las tendencias del mercado para saber lo que el público prefiere. Ya no es el editor el que decide qué se va a publicar sino los expertos en el mercado, muchas veces presentados como 'comité editorial'. Como lógica consecuencia, los departamentos editoriales se fueron reduciendo mientras las áreas comerciales y de marketing crecen. (Schavelzon, 2002)

Al calor de estos procesos, comenzaron a surgir en Argentina numerosas editoriales pequeñas, nacionales, muchas veces con producción cooperativa que comenzaron a renovar el panorama de las publicaciones. Este tipo de editoriales establece, naturalmente, relaciones con las grandes editoriales, ya que muchas veces funcionan de “laboratorios” de autores que se hacen conocidos en pequeñas editoriales y luego se consagran en las grandes. Esta fase de concentración de la industria editorial, entonces, terminó generando que el sector del libro en la Argentina se encuentra representado por dos grandes colectivos: uno que compone la CAP (Cámara Argentina de Publicaciones). Dentro de este conglomerado están las editoriales multinacionales, por ejemplo el Grupo Planeta (Ariel, Paidós, Seix Barral, Planeta, Emecé.); Sudamericana (nombre que en realidad es el Grupo Bertlesman: Mondadori, Grijalbo, Random House, BMG), o Norma Kapelusz.

Por otro lado, el otro grupo que reúne a muchas editoriales y distribuidoras importantes se nuclea en la llamada CAL (Cámara Argentina del Libro). Por fuera de estas dos agrupaciones, se encuentra una gran cantidad de pequeñas editoriales surgidas en su gran mayoría en los últimos diez años, con mayor fuerza a partir de la crisis del 2001. Algunas de estas editoriales proponen nexos entre el arte, la literatura y la comunidad a través de libros

con formatos originales y elaboración artesanal que es interesante explorar, ya que ciertos aspectos de estas prácticas culturales emergentes pueden capitalizarse.

Conforme se han producido estas transformaciones en el sector de las editoriales, diversos autores observan la emergencia de cambios profundos en la práctica de la lectura y la escritura. Reinaldo Laddaga, por ejemplo, dice que los libros de los escritores jóvenes se escriben contra la forma material del libro, como si se quisiera forzarlo, modificarlo, reducirlo a ser el medio a través del cual se transmite (Laddaga, 2006). En el nivel del lenguaje, observa los cambios en construcciones veloces de lenguaje que se publican sin reserva o correcciones. Se trata, sostiene, de libros de una época en que lo impreso es un medio entre otros de transporte de la palabra escrita: toda literatura-sostiene- aspira a la condición de la improvisación y lo instantáneo. Es la época de Internet y de la transmisión televisiva constante, y de la extensión de las pantallas en todos los espacios, lo cual genera la emergencia de un continuo audiovisual, una atmósfera de textos, visiones y sonidos que envuelve el menor acto de discurso. En estos universos contemporáneos, la letra escrita no está nunca enteramente aislada de la imagen y del sonido, sino siempre ya inserta en cadenas que se extienden a lo largo de varios canales. Este autor plantea que el libro, como cualquier fragmento de discurso está siempre ya atravesado por otros: en ese *estar atravesado* por los textos e imágenes contiguos, no permite al texto asegurarse de sus bordes. (Ladagga, 2006) Al mismo tiempo, sostiene que se deben analizar los escritores piensan que el momento central de su práctica es la performance, ya que son ellos quienes se ocupan de concebir y organizar formas de circulación del texto diferente a las existentes, en las cuales se ven valorizados algunos aspectos de la vida asociativa y comunitaria.

Esto podemos verlo en el caso, tanto de Clase Turista como en el caso de la Funesiana. Clase Turista se propone que sus libros establezcan una operación, digamos, una interpelación al lector a partir de lo interactivo que plantean los formatos, en base a lo que se dispara en el lector por obra de sus asociaciones imaginarias. En el caso de Funesiana, la postura pareciera crear una propuesta editorial que se organiza como una negación de los parámetros del circuito comercial, ya que la intención está orientada a generar y transmitir el conocimiento de la actividad del encuadernar, para que este tipo de editoriales pequeñas puedan multiplicarse en lugares no asociados a la producción editorial, relacionada con las ciudades capitales más importantes, que es donde se concentran estos emprendimientos. El objetivo en este último

caso sería que se amplifique el espacio editorial a fin de publicar más libros, como modo de democratizar esta práctica y estimular a potenciales lectores.

Anteriormente sosteníamos, siguiendo a Ladagga, que comienza a observarse un borramiento de los bordes del texto literario. En este sentido, diversos autores han comenzado en los últimos años a referirse a una postautonomía del arte, que puede ser aplicado al campo de la literatura. Esta idea, postulada por autores como Josefina Ludmer y Néstor García Canclini, sugiere pensar la vinculación de las prácticas artísticas con otras prácticas, cuando son puestas en contextos sociales que borran las diferencias estéticas de lo que tradicionalmente se denominaba “lo artístico”. Aunque específicamente acerca de las obras de arte, García Canclini sostiene que ya no se podría demarcar un espacio que sea solamente de los artistas, debido al aumento de los desplazamientos de “las prácticas artísticas basadas en *objetos* a prácticas artísticas basadas en *contextos*, hasta llegar a insertar las obras en medios de comunicación, espacios urbanos redes digitales y formas de participación social donde parece diluirse la diferencia estética” (García Canclini, 2010:12). Consideramos que esta descripción de Canclini puede ser trasladada en el ámbito literario. Josefina Ludmer habla específicamente de narrativa y dice sobre las literaturas postautónomas: “Muchas escrituras del presente atraviesan la frontera de la literatura -los parámetros que definen qué es literatura- y quedan afuera y adentro, como en posición diaspórica, afuera pero atrapadas en su interior. Como si estuvieran “en éxodo” (Ludmer, 2010).

Claudia Kozak también considera que en lo que a la literatura se refiere, el siglo XX aparece como ecléctico y experimental, ya que “enfrentó a la literatura al límite de su propio nombre” (Kozak, 2006:8). Las causas de esta pregunta por la literatura como institución se relacionan con la gran revolución tecnológica del siglo XX, que sitúa escrituras incompletas, que encuentran su sentido en actos diferentes que no son la lectura tal cual la conocemos. Esto se relacionaría con la idea de que consumir los libros de este tipo de editoriales, es no solamente asistir a los ámbitos en los cuales esta literatura circula, como las lecturas, las presentaciones y las FLIAs, sino también consumir esta idea del estar por fuera del circuito comercial.

Las estrategias de las editoriales “independientes”

Si bien se trata de un término equívoco- y que debe ser problematizado-, cuando hablamos de *editoriales independientes* nos referimos principalmente a editoriales que están

conformadas por capital nacional, y que tienen una tirada y un catálogo significativamente más pequeños que una editorial multinacional. Pero dentro de este grupo, existe también un espectro de posibilidades: desde editoriales que intentan participar competitivamente del mercado editorial, a editoriales artesanales cuyos libros son confeccionados en el hogar, y que proponen circuitos de circulación más acotados. Intentaremos abarcar este espectro porque nos parece importante dar cuenta de algunas características de estas editoriales que serán fundamentales para nuestro planteo posterior. Dentro de este grupo de editoriales independientes –el cual no podríamos precisar el número- encontramos editoriales como Eloísa Cartonera, Tamarisco, Carne Argentina, Funesiana, Clase Turista, Nulú Bonsai, Milena Caserola, El Surí porfiado y muchas otras.

Si observamos el Catálogo 2010 de Editoriales Independientes, veremos que en el prólogo, Francisco Cabrera y Hernán Lombardi destacan que “para que una industria crezca a nivel local y madure al punto de poder instalarse en mercados internacionales, además de que se convierta en embajadora de la identidad porteña, es necesaria una administración que promueva esa industria y convierta esa promoción en una política de Estado”. Al mismo tiempo, Cabrera destaca que “Buenos Aires no es sólo una ciudad del Diseño y Capital Mundial del libro 2011, sino que es también la ciudad de las ideas”. Asimismo, en el mismo prólogo, Hernán Lombardi habla de la tarea de las editoriales independientes, y plantea que “su tarea fundamental es darle formato a las ideas y los mundos de nuestros escritores, para que no sólo lleguen a los lectores de la ciudad de Buenos Aires, sino que también atraviesen fronteras y la tradición literaria siga dialogando en el resto del mundo. Además- sostiene- estas editoriales son las responsables de introducir nuevos autores y nuevos discursos en el circuito cultural de Buenos Aires, que son la voz de nuestra identidad cultural”. Sebastián Noejovich, quien es responsable del programa Opción Libros, dice que “las editoriales independientes constituyen, entre el conjunto de actores de esta industria, el sector más dinámico y transformador, gracias al permanente descubrimiento de nuevos autores, estéticas, temáticas y formatos”. Por último, Lombardi destaca que las editoriales independientes enriquecen el intercambio ideológico, a través de la producción editorial y que así fortalecen la convivencia de ideas y los principios democráticos de la Ciudad se proyectan al mundo”. Sin embargo, analizando este mismo catálogo, veremos que sobre un total de editoriales que incluye casi cien empresas, solamente están promocionadas Caja Negra, Colihue, Corregidor, Aquilina, De la Flor, Eterna Cadencia, Entropía, Gárgola, Interzona; es decir que menos del

10% de todas las editoriales promocionadas se dedican a la promoción, en distinta medida, de nuevos escritores argentinos.

Este grupo de pequeños editores publica autores y temáticas muchas veces ignorados por las grandes y medianas editoriales reunidas en las precedentes asociaciones (CAL y CAP), es decir que, o bien no se adaptan a las lógicas de los departamentos de marketing de las grandes editoriales o bien, son temas o autores desconocidos en los cuales las editoriales entienden que es mejor no invertir. Como pasa en la esfera del teatro o de la música, muchos de esos autores “marginales” suelen pasar a las grandes editoriales si éstas perciben que éstos han despertado un interés en el público verificable en el número de ventas. Estas editoriales pequeñas surgen con expectativas que no podrían ser calificadas de económicas y muchas veces, tampoco aparecen en los registros oficiales de editoriales. Muchas de estas editoriales pequeñas producen con lógicas opuestas a las del mercado y si bien no son importantes en términos de ingresos brutos, son simbólicamente importantes porque generan circulación de los autores y literatura predominantemente contemporánea y nacional, aunque hay algunas editoriales cuyas colecciones se encuentran armadas en base a un criterio de difusión de autores latinoamericanos. Por este motivo, muchas veces se ocupan de la difícil tarea de recuperar y difundir una cultura local.

Malena Botto describe estas transformaciones como una polarización del mercado editorial ocurrida desde fines de la década de 1990. En un interesante artículo, plantea que, aunque sea una paradoja, en la década del 90, al instrumentalizarse una política económica liberal, la industria del libro experimentó un crecimiento, que no se correspondió con una efectiva recuperación de la edición y circulación de autores argentinos. (Botto, 2006:209) Esta paradoja, según ella, se explica a causa de la adquisición de editoriales locales por parte de capitales extranjeros. Frente a estos conglomerados transnacionales, emergen emprendimientos editoriales pequeños, llamados “editoriales independientes”, cuyas políticas editoriales difieren en términos culturales, de aquellas de los grandes grupos. De hecho, en el informe realizado por el CEP en 2005, se las caracteriza como actores culturales, más que como empresas que tienen fines de lucro. Por otra parte, ella agrega que la desnacionalización del sector provoca también caída en los salarios y disminución de la cantidad de personal. Asimismo, menciona la desaparición de un actor importante en la cadena de distribución del libro: el librero. En vez del antiguo librero que conocía el material que se le entregaba, y que

funcionaba también como nexo entre el autor y los compradores de libros, ahora se trata mayoritariamente de “despachantes de libros”³.

Estos cambios en el sector, nos llevan a un concepto –*bibliodiversidad*– que en los últimos años ha comenzado a instalarse en Argentina enmarcando el surgimiento de un grupo como EDINAR. Se trata de una alianza de editores independientes de Argentina por la bibliodiversidad, que reúne a un grupo de editoriales que si bien difieren en sus volúmenes de producción, tiradas y catálogo, tienen en común su postura sobre la función de los editores como gestores culturales. En la presentación de la web, se lee “Por más y mejores libros”. Allí plantean que habiendo identificado prácticas y problemáticas comunes, así como la necesidad de construir espacios que resistan la concentración editorial de los últimos años, comenzaron a reunirse de manera no orgánica desde 2001. Luego, conformaron consorcios de exportación, participaron de manera colectiva en las Ferias de Frankfurt, Guadalajara, Madrid, Barcelona, formaron parte de la agrupación internacional Editores en Red (Guadalajara, 2001) y en vistas de los recientes agrupamientos de editores en España, Chile y México decidieron reunirse bajo el nombre “Colectivo de Editores Independientes por la bibliodiversidad de la Argentina”. Sus objetivos son discutir y construir posiciones intelectuales sobre las políticas del libro, para intervenir en ellas, impulsar y apoyar estrategias gremiales, participar activamente en las políticas culturales estatales, promover iniciativas privadas, relacionarse de manera colectiva con instituciones nacionales y extranjeras, participar con presentaciones colectivas en ferias del libro internacionales, nacionales, regionales y municipales, difundir su producción en forma conjunta con la publicación de catálogos y promociones comunes y trabajar en colaboración con bibliotecas y organizaciones relacionadas con el libro y la lectura. Al mismo tiempo, esta agrupación, conformada por unas 30 editoriales, se compromete a compartir y distribuir internamente la información profesional que pueda ser de utilidad, así como a crear una base de datos de clientes internacionales confiables que facilite y fomente sus exportaciones. Este grupo de editoriales (y editores) recientemente propulsó una política de acción en librerías, llamada la “Hot list”, que propone que 20 libros seleccionados de los catálogos de estas editoriales, se expongan visiblemente en una mesa de un grupo de librerías, con el objetivo de llamar la atención de potenciales lectores, y al mismo tiempo difundir la problemática de la “visibilidad” de los libros en las librerías.

³ Expresión del editor Raúl Ordenavía, en una entrevista realizada por Malena Botto (2006)

Este grupo toma como referencia el libro de Gilles Colleu sobre la edición independiente como herramienta de la bibliodiversidad. Allí se sostiene que el hecho de que la industria editorial a lo ancho del mundo se haya concentrado, es vivido por muchos editores como una situación en la cual “la cultura está bajo control” (Colleu, 2008: 25). Esto significaría que la superproducción de libros uniformes significa una amenaza para la independencia de las ideas. Al ser mundiales los mercados, se produce un movimiento que pretende igualar el libro al resto de las mercancías. Colleu plantea en su ensayo el término “editor independiente de creación”, el cual sería un promotor natural de la bibliodiversidad y defensor de la libertad de expresión. Así, el pequeño editor sería preponderantemente un gestor cultural.

Esto se relaciona con el planteo de Hernán Vanoli, quien analiza extensamente las estrategias de este tipo de editoriales y considera que en este tipo de emprendimientos el factor comercial queda subordinado a las intervenciones en el campo literario. En consecuencia, las actividades de estos editores serían nuevos modelos de intervención artística e intelectual, generando en la práctica un tipo de activismo cultural. Así, aunque estas editoriales, a nivel económico, no son relevantes, tienen una relevancia simbólica en la que debemos profundizar.

En cuanto a las motivaciones de los editores de las editoriales pequeñas, los modos de definirlos no son siempre los mismos: en algunos casos los editores mencionan que crearon la editorial ante una dificultad para poder publicar sus obras, aunque en otros casos la motivación está vinculada a producir aquello que les gustaría encontrar en el mercado, pero que no existe. Sobre el modo en que funcionan estos pequeños emprendimientos, hay distintas formas de caracterizarlos. Sonia Budassi, editora de Tamarisco, menciona la “libertad total”, el “placer”, la posibilidad de publicar “voces personales” y de “estar en todo el proceso que vive el libro”⁴. Esto significa buscar autores, leer el material, discutir con la imprenta, intervenir en el diseño, en la distribución, la prensa, y tratar de dejar una huella en la recepción del texto. También refiere el tener la voluntad de “estar afuera de cierto circuito, estructurado por parámetros que no nos interesan”. Es interesante recuperar una intervención de los editores de Tamarisco, quienes mencionan que el editor es cada vez más una figura colectiva. Este rasgo aparece como vinculado con cierta práctica colectiva de la edición, que la alejaría de la práctica pequeñoburguesa de un editor individual.

⁴ Datos extraídos de una entrevista realizada por la página web www.recursoseditoriales.com.ar

Eloisa Cartonera es justamente un ejemplo de este tipo de colectivos editoriales. Este proyecto surgido en 2003, es una cooperativa editorial que se presenta como un proyecto que abarca “mucho más que libros”. Se trata de una editorial intrínsecamente relacionada, en su origen, con la crisis de autoridad y representación política que vició el país en el 2001. El caso de esta editorial es paradigmático de la significación de este tipo de editoriales, ya que se presentan a sí mismos como “constructores de nuevas formas visuales impugnadoras de los modos tradicionales de ver” (Pinkus y López, 2007:35). Esto implica que la imagen y la identidad están muy relacionadas. Este colectivo produce sus libros con cartón comprado a los cartoneros, con el cual realizan las tapas, y reclaman este ser “únicos”: “hechos y pintados a mano”, “no hay dos tapas iguales”. Se definen como un espacio donde los cartoneros se cruzan con escritores y artistas. Desde el formato exterior, se desprende un posicionamiento ideológico vinculado a publicar exclusivamente literatura latinoamericana y argentina de autores relativamente consagrados, quienes ceden sus derechos sobre textos inéditos. Los hijos de los cartoneros son contratados, además, para pintar y encuadernar los libros. Más allá del extenso análisis que se puede hacer de este proyecto en relación a las nuevas posibilidades de representación que plantea, lo que queremos destacar es la intencionalidad social y comunitaria del proyecto.

En cuanto a la Editorial Funesiana, su editor, “Funes” Oliveira, plantea que “queremos halagar al lector con una buena tipografía, buena presentación, tapa dura, algo exclusivamente para él, una forma de agradecer su elección y la búsqueda de autores tiene que ver con eso: que estimule de solo leerlo, para largarse a escribir”. Y desde su página Web, podemos ver que la apuesta que realizan se relaciona con editar libros de pequeñísimas tiradas, 40 o 50 ejemplares, y con una encuadernación y diseño muy personales. Se definen desde ciertos adjetivos: “artesanales”, “encuadernados a mano”, “numerados” y “únicos”. En esta misma entrevista, el editor cuenta que “no poder publicar me llevó a encuadernar mi primer libro de cuentos”. Y el hecho de que estuviera cosido por su propio autor, lo dotaba de un poder muy particular, al mismo tiempo que marcaba una ruptura en el modelo del autor, artista sacralizado, alejado del proceso de producción material del libro. Uno de los puntos de contacto entre estas editoriales “autogestionadas”, surge también del hecho de intervenir en la producción total del libro, desde la concepción de la idea, hasta ver la misma materializada en un objeto con sus marcas propias.

Hay que tener en cuenta que en estas nuevas perspectivas, en estas nuevas “editoriales”, “empresas” en su modo particular, se intenta revalorizar el libro desde el punto de vista de que, sometido a una diferencia en su proceso de producción, -como estar por fuera de una editorial comercial, o ser producto de un emprendimiento autogestionado, o poseer un diseño o una cobertura única hecha de materiales artesanales, o estar forrado con cartón recuperado por cartoneros-, recuperaría su “aura” perdida en tiempos de mercadocracia. El objeto poseería una cualidad “artesanal” y “artística”, que se trasladaría imaginariamente al objeto todo, materialidad y símbolo, y lo volvería “único”, como sostiene el editor de la editorial Funesiana. La intención, en definitiva, es provocar la circulación de textos por fuera de los ámbitos y circuitos clásicos de la industria, y acercarse a la percepción del libro como una totalidad, objeto y texto.

Pequeños mundos: el caso de las editoriales Funesiana y Clase Turista

Hemos considerado que dentro del espacio “independiente” de editoriales, hay una gran heterogeneidad que en próximos trabajos será necesario analizar. En este apartado hemos analizado en particular dos editoriales artesanales, “Funesiana” y “Clase Turista”, con el objetivo de indagar las motivaciones y opiniones de sus editores respecto del libro, de sus proyectos y de la industria del libro en Argentina, así como el énfasis puesto en el aspecto artesanal de la producción de un libro, dando importancia al aspecto manual y artesanal de la producción y planteando el diseño como una vía de acceso a la temática del libro. Con planteos diferentes, en un caso más orientado a operar sobre la comunicación, y en otro caso más orientado a operar –por oposición– en la circulación de la industria del libro, son dos casos relevantes para analizar.

Clase Turista se presenta como una editorial de literatura argentina a la que le interesa transmitir textos que tienen que ver con lo cotidiano, con la velocidad y los viajes. Creada en 2005, a la hora de hacer una editorial, trabajan con unos formatos particulares. Consideran que la experiencia del encuentro con el libro y la lectura empieza con el diseño de la tapa. De este modo, ficcionalizan las tapas, intentando “sintetizar el concepto del libro” (Encuentro “Rumbos de la Edición”, CCEBA, 2010) Por ejemplo, el primer libro es una antología de poesía irakí. Ellos sostienen que les interesaba rastrear la experiencia de los poetas y la gente de Irak para poder pensar la voz del otro, utilizar la excusa de la literatura para entrar a experiencias ajenas, caracterizados de un modo unívoco por los medios masivos de

comunicación. El primer libro emula un sobre bomba, y de este modo establecen un juego con la representación imaginaria que se tenía sobre Irak en el momento de la guerra, como lugar amenazante y los irakíes como terroristas. Entonces darles la voz a los irakíes en ese momento, era un modo de dejar ver aquello que llegaba a través de los medios masivos de comunicación. De este modo, ellos querían trabajar la idea del periodismo como una ficción, y la idea de que la literatura es más real para captar la sensibilidad de lo que ocurre en otros lugares.

Según estos editores, el surgimiento de la editorial con ese formato artístico, surge de una limitación económica, que luego fue generando la identidad del proyecto. Ellos sostienen que era necesario para empezar el proyecto aprender a encuadernar y hacer ellos mismos los libros, ya que era más barato que “salir a imprenta”. Por otro lado, hablando del valor del libro, ellos plantean que no piensan el libro como una mercancía, y que no le ponen un precio acorde con el esfuerzo realizado, ya que el objetivo es que “fluya la literatura que hay adentro” (Rumbos de la edición, CCEBA, 2010). Suponen que la idea del diseño funciona como una emboscada del texto, una trampa para atrapar lectores. Es decir que de la idea básica del diseño de los libros con esos formatos particulares como una forma de posibilidad limitada económica, se transformó en el modo de producir y de pensar los libros. Se trata de una editorial con tirada breve y catálogo pequeño, que trata de modo significativo cada uno de los libros y buscando que le provoque al lector cierta incomodidad a la hora de agarrarlo. Es decir que hay una preocupación porque el libro interpele al lector, desde el objeto, la textura y el contenido.

Respecto a la Editorial Funesiana, fundada en 2007 junto a Juan Terranova, Lucas Oliveira realiza tiradas de solamente 50 ejemplares encuadernados a mano, con la intención de que se vendan en la presentación. Además de eso, se propone operar por oposición sobre la industria editorial. Con esto se refiere a no pagar librerías y no pagar distribuidores, y a que plantea que no es necesario que alguien te edite. Según él, no le interesa la reseña, no le interesa el diseño de la tapa, no le interesa la contratapa, ni que figure el nombre, el apellido o la editorial, en la tapa. El otro punto importante de esta editorial es que se propone “abrir el campo”: buscar ampliar el número de editoriales en lugares del interior del país, para ofrecer a los escritores jóvenes un lugar y una posibilidad de publicar sin pagar una edición, y generando, al mismo tiempo, un número seguro de lectores. La idea, según el editor, es armar una Funesiana en cada ciudad, para romper la estructura del mercado editorial. Este editor, al

mismo tiempo, es organizador de un grupo de lecturas. El objetivo es que editar no dependa de muy poca gente, que editar sea más fácil para todos. La motivación del editor transmite que el crecimiento de la editorial significa poder publicar a más autores en tiradas pequeñas.

Palabras finales

En términos generales, las nuevas formas de la escritura y nuevos soportes digitales cambian la percepción del tiempo y el espacio en el espacio literario y fuera de él, es decir que lo que observamos es que, a partir del cambio de estatuto de los lectores y los escritores, hay una frontera cada vez más difícil entre el campo literario y el campo editorial. De este trabajo se desprende que es necesario poner el énfasis en pensar la conjunción y la relación entre lo que se edita y cómo se edita, tomando el libro como una totalidad social. Más allá del contenido textual de las obras- que no ha sido analizado en este trabajo-, el reclamo de estas editoriales estaría en los modos de editar, que rechazan modelos culturales y económicos predominantes, visibles en la organización y criterios de las grandes editoriales transnacionales.

Como planteábamos antes, se vuelve posible pensar el fin de la autonomía literaria, a partir de nuevos modos en que la literatura se vuelve presente y performance, lo cual atraviesa la actividad editorial, confundiendo ambos terrenos, los cuales confunden los criterios de legitimación. Asimismo, observamos una profusión de escritores que mantienen editoriales, como un modo de operar en el campo literario.

A modo de poder esbozar algunas conclusiones, pensamos que es posible notar un surgimiento de modos “colectivos” de producción de libros en algunos casos, con distintos alcances en cuanto a sus contenidos políticos y sociales que pueden analizarse a través del modo de publicación.

En definitiva, podemos hablar de un cambio en relación a la significación del libro, el cual parece realizarse en otras esferas extraliterarias: al disminuir su importancia intrínseca, vemos como aumenta la importancia de las actividades ligadas a la difusión y el consumo, es decir, la sociabilidad que se da en lecturas, presentaciones y ferias. Por otro lado, al interior de estas editoriales, podemos plantear una desdiferenciación del lugar del autor y el lector, que es distinta de la que ocurre en editoriales grandes, o transnacionales, ya que en muchas de las

editoriales, el editor es también autor y mantiene relaciones de amistad con individuos que son sus lectores y al mismo tiempo futuros autores del catálogo.

Asimismo, hay que tener en cuenta que este aspecto comunitario que se da entre los lectores, editores y escritores, se vincula con que podemos pensar en estos grupos como los emergentes que plantean que en los modos de editar hay una actitud democratizadora, tanto en el caso de Funesiana como en el caso de Clase Turista. En el lugar marginal o under de la edición, se denota un surgimiento de lo literario con relación a la experiencia (como plantea Laddaga), lo interactivo y, en palabras de Ludmer, lo post autónomo (nuevos formatos, jam, presentaciones, lecturas).

Por último, quisiera reparar en la paradójica situación que implica que el avance de la tecnología generó la vuelta a lo artesanal y a la producción en pequeña escala y al mismo tiempo significó, respecto a la función de los editores, una recuperación del papel de gestores culturales que tenían en décadas pasadas.

Quizá sea por eso que se produce esta extrema vuelta a la materialidad del libro, poniendo tanto énfasis en la importancia del soporte del texto y sus cualidades estéticas y diseño único. Esta objetualidad del libro produce una doble valorización- tanto del objeto como del contenido del libro- y el libro se vuelve una pieza única e irrepetible, porque el envase que lo contiene trae detrás un trabajo elaborado, y la conjunción entre libro-contenido se valora (y valoriza) de otra forma, ya que se percibe un hecho único, pocos libros editados de los cuales uno nos pertenece. Se abre un nuevo vínculo con el producto terminado. Se puede pensar, por último, que la producción artesanal aparece como la contratara de diversos procesos que afectan al mundo del libro, como la digitalización y la liberación de libros por medio del copyleft. El formato artesanal es una propuesta contraria a la digitalización de la lectura, reivindicando el trabajo artesanal de cada ejemplar que publica. Retomando las palabras del editor de El Surí porfiado, el libro en papel, al entrar en la era de la digitalización, es una mercancía que tiene “el valor agregado de la nostalgia”.

Bibliografía consultada

Bourdieu, Pierre 2010, *El sentido social del gusto*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno editores

Bourdieu, Pierre “Una revolución conservadora en la edición”, en *Intelectuales, política y poder*, Eudeba, 2000

Colleu, Gilles, 2008, *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*, Buenos aires, La marca Editora.

Botto, Malena, “La concentración y la polarización de la industria editorial” en De Diego, José Luis, 2008, *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*, Buenos Aires, FCE

García Canclini, Nestor, 2010, *La sociedad sin relato*, Buenos Aires, Katz Editores

Kozak, Claudia, 2007, *Deslindes. Ensayos sobre la literatura y sus límites en el siglo XX*, Rosario, Beatriz Viterbo.

Ladagga, Reinaldo, 2006. *Estética de la emergencia*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo Editora.

Ledesma, María y Siganevich, Paula (comp.) 2008. *Piquete de ojo. Visualidades de la crisis argentina 2001-2003*, Ediciones FADU, Buenos Aires

Ludmer, Josefina, 2010. *Aquí América Latina*, Buenos Aires, Eterna Cadencia

Vanoli, Hernán 2008, “Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria argentina”, en Revista Apuntes de Investigación número 15, Buenos Aires, ISSN 0329-2142

Winik, Marilina “Ediciones copyleft”, en Beatriz Busaniche (editora), Argentina Copyleft. *La crisis del modelo de derecho de autor y las prácticas para democratizar la cultura*, Ediciones Boll Cono Sur, Buenos Aires, 2010.

Zaid, Gabriel, 1972, *Los demasiados libros*, México, Ediciones Carlos Lohlè.

www.rekursoseditoriales.com.ar