

# Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria Argentina

HERNÁN VANOLI\*

Si tuviéramos que utilizar una metáfora para definir el rol del campo editorial en la gran mayoría de los estudios sobre sociología literaria, los términos escogidos tendrían que moverse entre el arco de significaciones organizadas alrededor del término “cenicienta” y la serie de funciones que evoca la palabra “mediasombra”. Con escasas excepciones, entre las que podemos mencionar a la escuela bordelesa representada por Robert Escarpit y sus seguidores (1974)<sup>1</sup>, el lugar concedido al espacio editorial al interior de la cultura literaria es marginal. Seguramente oscurecido por el desprecio hacia aquellos que “lucran” con los productos artísticos, el análisis de las prácticas editoriales es cenicienta con respecto a los prestigiados estudios literarios, basados en la creencia de que los textos existen por fuera de las materialidades que los sustentan. Su lugar adquiere ribetes de mediasombra incluso en aquellas teorías menos esencialistas, como la de Bourdieu (1995, 1999). En su importante investigación sobre la génesis y estructura del campo literario (1995), la especificidad del campo editorial es resuelta a través de la figura de la “homología estructural”: lo editorial se limitaría a refractar el espacio de posiciones que se conforma en el campo de la producción, estructurado en torno a las tomas de posición de los escritores.

Sin renegar de los diversos aportes e investigaciones, nuestra perspectiva se concentra en rastrear ciertas especificidades de la producción editorial en la Argentina, concentrándonos en las pequeñas editoriales que, con posterioridad a 2001, intervienen a través de diferentes estrategias en el espacio de publicaciones de literatura argentina. Retomando la terminología de Raymond Williams (1997, 2003), consideramos a estas editoriales como formaciones intelectuales que, en muchos casos, pueden sobredeterminar las prácticas de escritura, al tiempo que funcionan como un observatorio privile-

\* CONICET – IIGG, UBA

<sup>1</sup> En su texto titulado “Éxito y supervivencia literarios” presente en el citado volumen, Escarpit analiza algunas facetas de la actividad creativa del editor, pero sin dejar de entenderlas en tanto “estrategias comerciales”.

giado para reflexionar sobre algunas transformaciones que atraviesan a la cultura literaria en la historia reciente. La actividad editorial es evocada con frecuencia o bien como una rama de las industrias culturales, dedicada a la industria del libro, donde prima su faceta comercial quedando la parte “creativa” o específicamente literaria en manos de los escritores, o bien en base a la caracterización de las actividades del editor, personaje mixto cuyos rasgos arquetípicos son entre otros, la potestad para intervenir los textos que se dedicará a publicar, su independencia con respecto de la puesta en circulación del producto en la librería, el control financiero de la publicación y, a veces, la iniciativa en la elaboración de proyectos de publicación, para lo cual puede convocar a diferentes autores. Por el contrario, en los casos que nos proponemos analizar el factor comercial queda subordinado a las intervenciones en el campo literario. En la mayoría de los casos, estas pequeñas editoriales están dirigidas y financiadas por escritores que pocas veces ven sus actividades editoriales como contrapuestas al proyecto creador, sino que bocetan nuevos modelos de intervención artística e intelectual, generando en la práctica un tipo de activismo cultural donde la escritura y la edición se solapan. Su inclusión dentro de la categoría de “industrias culturales” es, asimismo, problemática. Más bien, podría decirse que los proyectos editoriales que nos interesan en este trabajo se encuentran en una situación liminar, y funcionan como síntomas de ciertos procesos de desindustrialización en la factura de los objetos propios de ciertas zonas de la cultura literaria. Esto no significa que la producción de libros vaya en camino de volverse artesanal; tampoco que el problema sea que estos actores culturales no encuentren expresión en el mercado literario. Simplemente, sucede que en un contexto mundial donde diversas transformaciones en la cultura literaria y en el régimen de circulación y apropiación de la palabra escrita habilitan una ampliación del público productor que supera con creces la ampliación del público lector, la hipersegmentación de los mercados las convierte en la única respuesta viable para la intervención en un campo literario como el argentino. De esta forma, muchos autores prestigiados, con trayectoria y con posibilidad de publicar en grandes editoriales, incluso en editoriales sustentadas en el gran capital financiero internacional, eligen este tipo de proyectos para dar a conocer sus obras.<sup>2</sup> Por eso, no se trata sólo de una respuesta automática o de necesidad. Al contrario, en el funcionamiento y en las estrategias de estas editoriales pueden leerse las marcas de muchas de las tradiciones literarias y de

2 Algunos números, oscuros y tentativos, obtenidos en conversaciones personales y en solapas de libros, pueden servirnos de guía para pensar las dimensiones de la reconfiguración actual de la circulación del objeto libro, las tramas de sentido y las estructuras de sentimiento que conforman este mapa ideológico y emocional. De este modo, un libro de investigación periodística publicado por una editorial grande tiene una tirada promedio de entre 10.000 y 20.000 ejemplares, mientras que los libros de ficción de autores nacionales pero también de extranjeros consagrados internacionalmente en los últimos años no llegan a superar los 3.000 en el caso de las grandes editoriales, y oscilan alrededor de los 300 y los 1.000 en el caso de las independientes. Esto se complementa con el hecho de que, en el caso de los libros de ficción, aquellos más vendidos son los que tienen que ver con modas internacionales rápidamente digeridas por la industria del entretenimiento (por citar sólo dos casos de los más famosos, podemos hablar de los neo-best sellers de Dan Brown y de J.K. Rowling).

una *estructura del sentir*<sup>3</sup> que aparece como emergente en la cultura literaria argentina.

Por ello, nuestras preguntas van a estar menos orientadas a caracterizar a un “nicho” en el mercado del libro (algo que se produce de facto), que a rastrear un *ethos*, unas motivaciones y diversos usos de la creatividad que distinguen a estas editoriales. Así, en el primer apartado vamos a plantear ciertas transformaciones que venimos anticipando y consideramos vitales para comprender el contexto sociohistórico y las condiciones tecnológicas que habilitan sus intervenciones, vinculados a los cambios introducidos por la digitalización de lo escrito y a un régimen emergente en la cultura de las artes entendida en términos generales. Luego, nos interesa brindar un marco general sobre los avatares de la industria editorial argentina durante los últimos quince años, con el objetivo de circunscribir la relevancia económica de estas editoriales, y compararla con su relevancia simbólica, tanto en términos de activismo cultural como de visibilidad mediática. Sentado este panorama, vamos a proponer la hipótesis de que, lejos de las percepciones de los propios actores y de su batalla corporativa, 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”. Las preguntas que orientaron nuestro trabajo están vinculadas no solo a sus orígenes, su forma de financiamiento, su modelo de éxito o sus objetivos en tanto actores político culturales, sino que intentamos indagar en ciertos repertorios de acción, en tácticas y estrategias que las colocan como usinas de sociabilidad capaces de escenificar toda una serie de tensiones, contradicciones y percepciones comunes que, dicho está, funcionan como un observatorio privilegiado para reflexionar tanto sobre los modos de leer socialmente diseminados que se refractan en sus acciones y en sus productos, como sobre un estado de la imaginación social que dibuja ciertas condiciones para la producción y la circulación de las experiencias literarias.

## **La cultura literaria ante la digitalización de la palabra y los cambios en el paradigma de producción y consumo de escrituras**

No hay dudas de que las prácticas y experiencias vinculadas a lo literario no pueden ser entendidas por fuera del lugar ocupado por la

3 Tal como explican Sarlo y Altamirano (1993), retomando la noción de Williams, las *estructuras del sentir* son una “*manera en que una cultura fue vivida por sus productores y su público, la experiencia concreta que comprende “actividades particulares integradas en las formas de pensamiento y de vida”*”. Así, las estructuras del sentir serían una suerte de conciencia práctica que opera al interior del campo cultural, cuyo material estaría compuesto por las diferentes formas de socialidad, que funcionarían como mediación entre las estructuras y las vivencias.

cultura escrita en el diagrama de la imaginación social. La apropiación social de los diferentes objetos culturales está enraizada en todo un sistema de relaciones entre lectores, textos y materiales que inevitablemente sirven como soporte para dichos textos, y las prácticas de lectura están sometidas a diversas transformaciones históricas. En palabras de Roger Chartier, “existe un proceso de desmaterialización que crea una categoría abstracta cuyo valor y validez son trascendentes y que, por el otro, el lector tiene múltiples experiencias que están directamente asociadas a la situación y al objeto en el cual lee el texto. Aquí está la clave fundamental para comprender, tanto en el siglo XVI como en el XX, la cultura escrita” (1997:48). La literatura es un sistema de códigos sociales que sirven para ordenar ciertos materiales escritos. Es justamente por eso que las pequeñas editoriales literarias se nos presentan como escenarios privilegiados para leer todo un diagrama de relaciones existentes entre la producción de objetos culturales, el devenir de la estructura interna de la literatura en tanto disciplina artística, la apropiación social de nuevas tecnologías y los cruces entre la industria del entretenimiento, las acciones estatales y sus definiciones sobre la cultura, y las formas de sociabilidad que despliegan sus esquivas para redefinir la arquitectura de lo literario en la imaginación pública.

Para aproximarnos a esto, conviene actualizar nuestra concepción de la mencionada *cultura literaria*. Entendida como un régimen de sociabilidades, partimos de la idea de que “la literatura”, ese sistema de códigos que se actualizan en prácticas y objetos culturales, opera en nuestra contemporaneidad como un dispositivo de fabricación de realidades-ficciones y que, al mismo tiempo, aparece en lo público organizada en articulaciones particulares. Las mismas, en muchos casos, se solapan con las luchas por la legitimidad y el poder literario, con la pujas por la definición legítima del escritor y con los proyectos creadores vinculados al ciclo de la autonomía literaria. Sin dudas, las jerarquías perviven, las disputas estéticas se expresan en formaciones y grupos literarios y aparecen en diversas superficies de inscripción (Latour, 1998) que van desde el papel de los suplementos y revistas culturales de los medios masivos hasta la evanescencia de los blogs gratuitos y personales. La crítica literaria se sigue y se seguirá ejerciendo por largo tiempo; el canon y sus respectivos contra-cánones seguirán circulando, impugnándose, discutiéndose. Pero, al mismo tiempo, esta serie de instituciones y disposiciones conviven con todo un sistema de prácticas que llevan las marcas de otro régimen de significación emergente. Las editoriales que nos

proponemos analizar se encuentran en el interior de esta encrucijada: son, al mismo tiempo, modos de articulación de lo emergente en términos de campo editorial, y modos de emergencia de lo des-articulado en el campo literario.

En el plano de la cultura literaria, las mismas se vincularían a los nuevos circuitos de producción de lo escrito, habilitados por la masificación de lo digital y la conformación de la “imagósfera” contemporánea (Rolnik, 2006), donde “lo literario” deja de comportarse sólo como un subsistema autónomo o una disciplina artística con sus reglas inmanentes, sino que se produce una contaminación con nuevas lógicas de producción de lo social. La pérdida del ímpetu de trascendencia y la “crisis del paradigma literario” (Kozak Rovero, 2001), la idea de que la literatura funciona más como “testimonio del presente” que como mensaje hacia el avenir, la propuesta de nuevos modos de leer que intenten reflexionar sobre las formas en que “la literatura” se inserta en la imagósfera de relatos de realidad-ficción que conforman la cotidianidad a través de los medios masivos de comunicación (Ludmer, 2004, 2008), así como la hipótesis de que lo literario en la contemporaneidad se construye en base a prácticas y propuestas estéticas vinculadas a la performance, a la instantaneidad, y al deseo de inducción de un trance, alimentadas asimismo por nuevas ecosofías culturales y formas de colaboración (Laddaga, 2006, 2008), en un escenario donde la divergencia de los paradigmas que se emplean para comprender o abordar “lo literario” se corresponde con la imposibilidad de las instituciones legítimas para diseminar sus instrumentos de lectura en franjas de la población que vayan por fuera del sistema universitario o de los “lectores profesionales”, nos hablan ciertamente de cambios en el modo de existencia colectiva de la *cultura literaria*, que se yuxtaponen con las antiguas instituciones y disputas propias de la modernidad y de la autonomía literarias.

Señalamos ya que la digitalización de la cultura escrita sobredetermina muchas de las prácticas que históricamente fueron englobadas al interior de la cultura literaria. Las formas de leer, desde la lectura hipervincular y fragmentaria habilitada por la web hasta el zapping permitido por los catálogos y resúmenes *online*, sumados a la plena disponibilidad de materiales que se hacen accesibles en las terminales domésticas, no solo para la lectura sino también para el recorte y la mezcla, transforman el entorno de legibilidad de lo que tradicionalmente se leía como literatura, conforman este contexto. Nos en-

4 Nuestra interpretación, si bien no desatiende los factores mencionados, se orienta hacia un intento de pensar los modos planetarios en los que la imaginización de la palabra trastoca el régimen de existencia de la cultura escrita, sus velocidades y modalidades de circulación, y junto a ella todo un modo de acontecer de lo público en general y especialmente de la publicidad literaria. La introducción de la tecnología digital, tanto en las telecomunicaciones como en internet y en los procesadores de texto de uso casero y profesional que reemplazan a (y se yuxtaponen con) toda una cultura escrita basada en la anotación en papel, sumada a la expansión de una “imagósfera” televisiva y alimentada por la industria cinematográfica internacional, se muestran no solo capaces de reordenar la economía psíquica de las imágenes<sup>4</sup> en amplias capas de la población sino de trastocar los parámetros de verosimilitud de las narraciones sociales. Lejos de ser carcomida y expulsada por el imperio de las imágenes, la palabra escrita brilla con una nueva vigencia, en un “retorno de lo reprimido” donde su omnipresencia no puede ser excluida de un magma signifiante en el cual se enhebra y metamorfosea conjuntamente con flujos de imágenes y de sonido. Estas transformaciones en lo que Benjamin llamaría el “inconsciente óptico” de una época son condiciones de producción y de circulación de lo literario que, sin dudas, resuenan en las prácticas literarias y en su inscripción territorial.

contramos frente a un *proceso de imaginización* de la palabra, donde las velocidades y modalidades de circulación de la cultura escrita retransmiten su gramática interna.<sup>4</sup> Simultáneamente, se operan cambios sustanciales en los regímenes industriales y comerciales de existencia y circulación de lo literario, que establecen toda una serie de tensiones con las formas tradicionales de pensar a la industria editorial (Yúdice, 2001, 2002). Para ello, nos resultan de utilidad muchos de los lineamientos introducidos por Claudio Rama. Según Rama (2003), la digitalización de los contenidos y de la información daría paso, en el caso de las industrias culturales, hacia un modelo de industrias de derechos que poco a poco reemplazan a las industrias de stock, cuyo paradigma, podría decirse, era justamente la industria del libro. En este marco, conjuntamente con un mayor consumo de bienes culturales en el domicilio gracias a la masificación de las terminales digitales que permiten la individualización del consumo cultural y la personalización de la demanda, la industria cultural asiste hoy a un proceso de segmentación de la demanda y fuerte diversificación de la oferta. En su perspectiva, si globalmente bajaron los costos de producción y aumentó la rentabilidad del producto cultural, y si hay una diversificación en base a la baja de los costos de producción, el resultado es que, ante un producto final de características digitales, existe una separación entre los procesos de creación y de producción que empuja a las zonas de producción de los envases culturales hacia regiones con menores costos comparativos.

Mientras que en términos generales la digitalización permitiría saltarse la producción industrial, es justamente en este punto donde se hace necesario particularizar las condiciones actuales del mundo editorial. Si bien puede hablarse de una “república mundial de las letras” y de un mercado transnacional para la *world fiction* (Casanova, 2000), los mercados literarios y las zonas de cruce entre prácticas y campo literarios y campo intelectual aún son mayoritariamente nacionales. En consecuencia, ciertas zonas de la industria del libro, principalmente aquellas concentradas en el autor nacional, difícilmente produzcan sus libros en zonas de menores precios comparativos, ya que por la escala del mercado local ese tipo de movimientos no es redituable. Lo que sucede es que las grandes industrias eligen, en consecuencia, segmentar los mercados de acuerdo a unidades de negocio nacionales, donde se producen libros destinados solo al mercado nacional, y que no llegan a circular por otros países, ni siquiera en las regiones de origen. Las colecciones de na-

rrativas argentinas publicadas por los grandes sellos difícilmente se exporten, y pasa lo mismo en el resto de América Latina. Todo esto da como corolario un mercado para las “literaturas nacionales” (esto es, aquellos materiales que son leídos y clasificados como literatura por las diversas instituciones literarias, a saber, la academia y los suplementos culturales) que pocas veces excede los 500 ejemplares vendidos. En este contexto, coincidimos con Botto (2006) al señalar que la compra de derechos de autores prestigiados de literaturas nacionales o la apuesta por los valores emergentes pasa más por una apuesta marcaria de los sellos editoriales, esto es, una operación prestigiante que solo en algunos casos puede redundar en ganancias económicas futuras, que en un negocio para estos conglomerados. El corolario de esto es que, muchas veces, las pequeñas editoriales de capital nacional, o incluso las más pequeñas editoriales de activismo cultural que nos interesa analizar en este trabajo, pueden competir con sus propias armas frente a las ofertas de las grandes editoriales. Muchos autores entrevistados señalaron que, ante lo magro de los anticipos pagados por los grandes grupos, prefieren recibir menos dinero en efectivo pero sentir que sus obras “están cuidadas”, “fueron editadas con dedicación”, o “reciben el trabajo de prensa necesario”, esto es, toda una serie de ventajas comparativas con las que cuentan las pequeñas editoriales vocacionales en relación a las grandes estructuras empresarias.

Lo cierto es que, a nivel macro, la segmentación de la demanda se corresponde con una fuerte diversificación de la oferta. Las pequeñas editoriales que publican narrativa son un síntoma de este proceso, como también de otra tendencia de largo alcance en la cual, pese a pronósticos agoreros que decretan el fin de la lectura y el imperio de la cultura de la imagen, lo que se percibe como tendencia es el mencionado tránsito desde una cultura del consumo hacia una cultura de la (super)producción, donde gracias a las nuevas tecnologías digitales hogareñas y las telecomunicaciones, “cada espectador es un productor”. En su ya clásico ensayo sobre “Los Demasiados Libros”, el mexicano Gabriel Zaid (2001) argumentaba que “...después de la televisión, la población crece al 1,8% anual y la publicación de libros al 2,8%”. Si la humanidad publica un libro cada medio minuto, y si producir es cada vez más fácil y vender cada vez más difícil en mercados cada vez más segmentados y competitivos donde “se ha pasado de una economía de producción donde la demanda era superior a la oferta a una economía de la cultura donde la oferta es superior a la demanda” (Rama, 2003:106), este trabajo intentará expli-

car no tanto los motivos que empujan a los pequeños editores a desarrollar su actividad en un contexto tan adverso, sino más bien a intentar comprender sus estrategias y los usos de la creatividad que alimentan sus proyectos e intervenciones, signados por el gran problema adicional de la contradicción existente entre la sobreoferta cultural y los limitados y concentrados canales de comercialización.

### **La industria editorial argentina durante los 90**

A nivel latinoamericano, pueden rastrearse durante los 90 tres grandes procesos que transforman toda la estructura del mercado editorial, que convergen en la concentración. Por una parte, el fin del proceso de concentración editorial en España, acelerado por el ingreso de un fuerte competidor como el grupo Bertelsmann, obligó a grandes grupos editores como Santillana, Planeta o Ediciones B a globalizarse para enfrentar la fuerte competencia en el sector. Su expansión, en segundo lugar, se canalizó naturalmente hacia América Latina, donde los cambios de gestión en las tradicionales editoriales locales alentaron asimismo el ingreso de capitales provenientes de otras áreas al sector editorial. El tercer factor está constituido por las modificaciones en toda la cadena de comercialización introducidas por las grandes redes de librerías. De este modo, en lo que respecta a cuotas del mercado, en América Latina Argentina tiene el 10% si se incluye a Brasil y el 26% en los hispanohablantes, en ese caso con un segundo lugar después de México (44%) y delante de Colombia (20%) (Rama, 2003:129). Este panorama sombrío si se lo compara con el de la década del 60, y más aún con la del 40, época de oro de la industria editorial en nuestro país, tiene sus explicaciones en todo el proceso de concentración en el área de las industrias culturales que se produce en la Argentina durante la década del 90. Siguiendo al trabajo de Martín Becerra, Pablo Hernández y Glenn Postolski (2003) podemos decir que, además de la concentración, el mercado argentino de industrias culturales atraviesa una fuerte extranjerización. Así, como saldo final de este proceso se observa a) una alta concentración en casi todas las fases de los procesos productivos de las industrias culturales, b) la financiarización (afluencia de capitales financieros), tendencia presente en casi todos los países, pero que en la Argentina a partir de los 90 se manifestó con una impronta inédita y c) la inserción de los principales actores transnacionales.



Específicamente, el sector editorial es el que mejor ejemplifica el proceso de desnacionalización –a la vez que de concentración– que se dio en el conjunto de la actividad cultural. A la salida de ese proceso, solo 20 editoriales dominaban el mercado y ninguna de ellas es de capital local, y sobre 1590 editoriales registradas, solo 10 se alzan con el 45% de las ventas (Rama, op. cit). En términos estadísticos, y de acuerdo al completo informe del CEP (Centro de Estudios para la Producción), si en los 80 la industria editorial presentó los niveles más bajos de producción de ejemplares de los últimos 50 años, en los 90 mostró un importante crecimiento y se editaron un promedio anual de alrededor 52 millones de libros. Según el citado informe, los libros presentan una demanda cuyo comportamiento es bastante sensible al ingreso, por lo que la producción y las ventas suelen caer más que la actividad económica general en épocas de crisis o de contracción del mercado interno; y aumentar más que la misma en los períodos de expansión. Así, en los primeros años de la década se produjo un importante incremento en la cantidad de libros editados –pasando de los 13 millones en 1991 a unos 48 millones en 1994–. Por su parte, la actividad, luego de registrar un crecimiento acumulado del 78% en esos años, empezó a declinar (situación que se mantuvo hasta después de la Crisis del Tequila). En 1996 retomó la senda de crecimiento, pero ya hacia el fin de la convertibilidad, los efectos de la recesión se hicieron sentir y en 2001 el sector sufrió una caída superior al 20%. Pese a que entre los años 1999-2000 se produjo la mayor cantidad de libros, los mejores años para esa década resultaron ser 1997 y 1998 en donde el sector alcanzó un valor cercano a los 430 millones de pesos. Este aparente desfase se explica, según la Cámara Argentina del Libro, a que algunos medios masivos de comunicación (más específicamente diarios de la Capital Federal y del interior del país) realizaron ediciones en grandes tiradas que fueron distribuidos a través de quioscos de diarios y revistas.

Sin embargo, es justamente en los años transcurridos entre 1997 y 1998 que se termina de producir la concentración y extranjerización del mercado en nuestro país, y justamente la inyección de capital muchas veces representada por ese proceso también puede ser determinante. En su interesante trabajo sobre la concentración y la polarización de la industria editorial, Malena Botto (op. cit.) señala que la década presenta un crecimiento en términos estadísticos que no se corresponde con la efectiva edición y circulación de autores argentinos que, por el contrario, ve agudizada la crisis en la que ca-

vera en los años 70. Si los 90 estuvieron signados por precios altos y condiciones ventajosas para las empresas extranjeras que venían a desembarcar en el mercado interno, la recesión de 1998-2000 es interesante porque “la industria editorial no acompaña la caída en los niveles de productividad que se registra hacia el final del período. Llama la atención que la mayor parte de las adquisiciones por capitales foráneos se realiza entre 1997 y 2000, es decir, en un momento en que en otras áreas los capitales proceden ya con cautela debido a los factores mencionados más arriba. Con todo, en éstos últimos años de la década los conglomerados de empresas que desembarcan llegarán a controlar el 75% del mercado argentino.” (2006:212). Este control se despliega, mayoritariamente, a través de la compra del paquete accionario de las antiguas empresas editoriales familiares. Así, mientras el Grupo Editorial Norma, de origen colombiano, compra los sellos Tesis y Kapelusz, el grupo Planeta, que tiene el 12,3% del mercado, compra a Emecé para alzarse con el 20%; del mismo modo la familia Rodrigué vende la mítica Editorial Sudamericana a Random House Mondadori, del grupo Bertlesmann, ahora competidor directo también del Grupo Prisa Santillana, dueño de los sellos Aguilar, Taurus, Alfaguara y Altea. Todo este andamiaje descriptivo y estadístico es vital para comprender las condiciones actuales. Botto describe asimismo el comportamiento de los grupos transnacionales como típico de los grandes capitalistas que proceden guiados por la aversión al riesgo, e impulsados por la lógica militar de la competencia intentan ocupar espacios sin tener en cuenta la especificidad del producto libro. Este proceder se complementa con la ya mencionada oligopolización de los canales de venta.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Según datos aportados por Leandro de Sagastizábal (2005), 10 cadenas en nuestro país concentran el 50% de las compras editoriales.

Sin embargo, la contraposición planteada por diversos autores entre los “grandes grupos” y el “polo” de “editoriales independientes” merece ser puesta entre paréntesis. Por más que los argumentos utilizados con respecto a que las “editoriales independientes” se autoconciben como actores culturales y serían más proclives a continuar con las tradiciones propias de la industria del libro en nuestro país que los grupos transnacionales son atendibles, la idea de aglutinarlas en un polo común parece apresurada. De hecho, si el supuesto “polo independiente” debe entenderse como independiente con respecto al capital foráneo en lo tocante a su composición accionaria, esta mínima condición estructural no implica que todas las editoriales que la reúnan actúen como actores político-culturales, ni que continúen con las tradiciones editoriales de las editoriales “independientes” en nuestro país, que por cierto fueron bien di-

versas y radicalmente heterogéneas. Pero antes de abundar en clasificaciones al interior de las pequeñas editoriales de capital nacional, convendría hacer algunas precisiones en torno a su dimensión económica.

De acuerdo con el informe del Observatorio de Industrias Culturales, “la convertibilidad generó por un lado un saldo negativo de la balanza comercial ocasionado en parte por la importación de máquinas y equipos, algunos de última generación, lo que si bien generó una fuerte fuga de divisas por otro lado permitió a las industrias locales ponerse al día en materia tecnológica, sin la que no tendrían suficiente capacidad competitiva en los mercados de la región; competitividad que se refuerza en el nuevo escenario post-devaluación”. Este escenario muestra una relativa recuperación de la industria, particularmente en lo relativo al equilibrio en dicha balanza comercial, pero como contrapartida notamos que los obstáculos históricos al desarrollo de la producción siguen vigentes. Se trata, entre otros factores, del alto costo del papel, la amenaza del fotocopiado, la competencia de las editoriales extranjeras, lo reducido del mercado local y la ausencia de una efectiva acción de fomento a las editoriales nacionales frente a industrias muy protegidas como la mexicana o la española. En lo relativo a este punto en particular, se hace poco comprensible la escasa protección y fomento del estado al sector, teniendo en cuenta que, tras la recuperación de las exportaciones posterior a 2001-2002 a la que hicimos referencia, el sector editorial es el que encabeza las exportaciones al interior de las industrias culturales. En la Ciudad de Buenos Aires, durante 2003 las exportaciones de libros y folletos representaron el 52% del total, frente al 34% de los discos y cintas, el 12% de las publicaciones periódicas y el 2% de las películas.

En un contexto donde la salida de la convertibilidad modificó la estructura de costos del sector de edición, en la que ganaron participación los insumos industriales (principalmente papel) y no industriales (en especial, el flete) y perdieron los salarios, el informe del CEP sobre la situación de la industria agrega que “En 2004 la industria editorial de libros mostró un importante crecimiento, sobre todo en lo que respecta a la tirada total, que llegó a los 55,8 millones de volúmenes –cantidad levemente inferior a la del 2001–. También la cantidad de títulos publicados creció fuertemente, registrando entre 2002 y 2004 un aumento acumulado del 86% y alcanzando el año pasado el pico más alto de los últimos 20 años ... desde la salida de la

convertibilidad, la industria del libro mostró una saludable recuperación de su actividad. Medida en términos de unidades (libros) acumuló un aumento del 65,6% entre 2002 y 2004”. Este crecimiento en la producción y en las exportaciones, sorprendente si se tiene en cuenta que en 2002 el índice de producción de libros cayó un 25%, se sostiene indudablemente en los números de las grandes editoriales. Pero queremos destacar que en el mismo informe se consigna que las firmas que facturan menos de 500 mil pesos anuales son quienes registraron, en promedio, un mayor aumento de la producción (47,7%), frente a las grandes empresas, que la aumentaron entre el 23% y el 27%. Sumado a eso, datos publicados en la página de la Cámara Argentina del Libro señalan que la cantidad de novedades editoriales publicadas durante 2005 (17.825 títulos) aumentó un 5,5 por ciento respecto de 2004 (16.901), y que aproximadamente el 70 por ciento del total de las novedades pertenece a autores argentinos. Si además tenemos el dato de que la cantidad de empresas que registraron obras durante 2005 se incrementó un 30 por ciento en relación con el año anterior, mientras que los autores-editores (es decir, los autores que se autoeditan) constituyeron poco más del 9 por ciento de la producción total, manteniéndose dentro de los índices de los últimos 10 años, percibimos que el crecimiento de las pequeñas editoriales, por más que carezca de gran relevancia económica, es de una importancia crucial para comprender el nuevo escenario en el mundo de la edición de nuestro país. Así, si de acuerdo al relevamiento realizado por el CEP, el 86% de las empresas que integran el sector facturan menos de 10 millones de pesos y sólo el 14% superan dicho monto, las firmas que facturan menos de 500 mil pesos anuales son quienes registraron, en promedio, un mayor aumento de la producción.

Notamos así que la paulatina recuperación de la industria editorial y del comercio del libro en nuestro país, acaecida de 2002 en adelante, tiene a las pequeñas editoriales como uno de sus principales actores, no en términos económicos pero sí en dinamismo y renovación. Ahora bien, este dinamismo, de dimensiones económicas limitadas, poco nos dice sobre las características del activismo cultural desplegado por estos emprendimientos. Lo que nos interesa destacar en primera instancia es que, antes que su característica de “editoriales de nicho” o de su supuesta “independencia” con respecto al capital financiero transnacional, lo que nos interesa de estos emprendimientos es el uso de la creatividad como insumo para la generación de comunidades de lectura. Justamente, es esta voca-

ción de erigirse en principios organizativos de ciertas redes de intercambios, cooperación, amistad, gusto personal y tradiciones de autonomía cultural presentes en los sectores más activos de las clases medias urbanas, la que nos permite agruparlas en torno a unas prácticas comunes de las que daremos cuenta en el próximo apartado.

## **Pequeñas editoriales: herencias culturales y la cuestión de las generaciones**

De un signo diferente a las editoriales “independientes” establecidas en nuestro país desde la década del 50, que podrían contar a Jorge Álvarez como pionero y encontraron diferentes expresiones en proyectos que van desde Ediciones De la Flor hasta Adriana Hidalgo Editora, fundada en la década del 90, estos proyectos no se organizan como empresas entendidas del modo tradicional, por más que la subsistencia económica no esté fuera de su horizonte de expectativas. 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, Editorial 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. La misma comparte todo un sistema de creencias que, tal como sucede con el cúmulo de saberes no dichos, mitos, percepciones y matrices emotivas que permiten procesar los acontecimientos y las relaciones sociales, están poco articulados, pero que sin embargo comparten ciertos valores y estímulos prácticos para la acción que exceden y superan los matices ideológicos, estéticos y literarios que podrían llegar a separarla.

En primer lugar, la percepción compartida de que la cultura literaria se encuentra en un momento de repliegue ante el avance de la

cultura de la imagen, se amalgama con la sensación de pérdida de importancia de la literatura en términos políticos, esto es, como discurso social capaz de generar dispositivos de acción colectiva (Hernaiz, 2008). Esta creencia se concatena con una no siempre confesada fe en el poder emancipatorio de la lectura y de los marcos interpretativos proporcionados por la cultura literaria. A diferencia de lo que sucede con las diferentes editoriales cuasi artesanales, *fanzines* y otras formas de publicación donde por lo general el soporte está hecho para no perdurar, estas editoriales confían en la misión histórica de la literatura. No solo la ven como una práctica artística de resistencia ante lo dado, no solo como un “testimonio del presente” o como “escritura actual”, sino que muestran una confianza en la herencia y durabilidad de esa cultura donde la reivindicación de diferentes tradiciones nacionales que en todos casos exigen un conocimiento casi ritual, muy ligado a la erudición, de la historia literaria. Estos elementos en común de ningún modo obturan la existencia de afinidades electivas y que la segmentación del gusto literario propugnado por estas formaciones intelectuales pueda reconocer diferentes vetas y afinidades. Las diferencias, de hecho, existen. Se corporizan en catálogos y paratextos, en operaciones de lectura y vinculaciones con los sectores más legitimados de las instituciones literarias o de las diferentes bohemias y contra-cánones. Incluso podría armarse un mapa con las luchas y disputas, las influencias y las críticas soterradas, que a fin de cuentas desembocaría en el choque entre similares deseos de imposición de una definición legítima de lo que implica ser escritor. Lo que, y lo sabemos desde la relectura de los *Ensayos de Sociología de la Religión* de Weber (1997) que realiza Bourdieu en *Las Reglas del Arte*, al mismo tiempo, es una pelea ética por imponer sistema de máximas para la acción y un estilo de vida. En esta línea, podría decirse que tanto Mansalva, una editorial sustentada en tiradas industriales, un diseño cuidadoso a cargo del artista Javier Barilaro y una distribución que aspira a estar presente en librerías y a desarrollarse en un circuito comercial orientado incluso hacia el exterior, como Eloísa Cartonera, un proyecto de activismo cultural y social, que en muchos aspectos a la vanguardia de la producción librera emplea ex cartoneros o trabajadores desocupados para la manufactura de libros fotocopiados que se venden mayoritaria aunque no únicamente en canales alternativos, comparten un mismo sistema de afinidades literarias que incluye incluso autores en común muchas veces consagrados por el “cánon de la bohemia vanguardista”, mientras que Entropía, otro notable pro-

yecto que se caracteriza por arriesgarse a publicar jóvenes autores argentinos inéditos, también de impecable diseño y orientada al nicho de mercado existente en los canales tradicionales (sin estar en las grandes cadenas de venta de libros), se orienta más hacia la legitimación de lo nuevo por parte de los actores más prestigiados en el mundo de la crítica literaria. Sin embargo, y a pesar de estas diferencias de catálogo e incluso de estética y diseño, nos interesa resaltar que son muchos más los elementos que estos tres proyectos comparten entre sí y con otros de características bien diferentes, como Clase Turista, Carne Argentina o la Editorial Funesiana, por citar algunos ejemplos, que aquellos que los separan.

En lo tocante a las motivaciones, y del mismo modo que aquellos proyectos “independientes” que intentan balancear el activismo cultural con la rentabilidad económica,<sup>6</sup> es vital establecer que este tipo de editoriales también aspiran a sobrevivir, a generar nichos de mercado y a ser redituables, y también poseen la infaltable dosis de bibliofilia y amor por la literatura que alimenta libidinalmente a las editoriales-pequeñas empresas, pero sus prácticas y sus estrategias están dotadas de un plus de sociabilidad y de activismo que trasciende la factura de los libros en tanto objetos, con un repertorio de acción bien diferente. Consultados por las razones para dedicarse a la edición, las respuestas de muchos de los actores involucrados tienen más que ver con la necesidad al interior del campo cultural, con la reivindicación de la literatura, con el “porque me gusta” o “porque podemos hacerlo”. Aunque no falta la queja hacia las condiciones impuestas por el mercado y la industria editorial, las alusiones a la permanente crisis económica en una sociedad periférica y subordinada en el espacio literario internacional, este rango de motivaciones aparecen como condiciones necesarias pero no suficientes para entender la gesta de estos editores. Por el contrario, sus prácticas están más fundamentadas en la rica historia cultural del país, en las iniciativas nacidas al calor de la sociedad civil, en el impulso de progreso y auto-ilustración propio de las generaciones de inmigrantes, donde el sueño de ascenso social vehiculado por la cultura escrita permanece como marca fundamental. Esta configuración, yuxtapuesta con las actuales condiciones tecnológicas que hacen la publicación de libros cada vez más barata y accesible, y con el prestigio acaso residual que mantiene la cultura literaria en amplios sectores de la población no solo argentina sino planetaria, consiguen la transubstanciación mágica donde un grupo de escritores, amparados bajo una sensibilidad generacional, deciden invertir su tiempo e ingresos

6 En *¿Editoriales pequeñas o pequeñas editoriales?*, trabajo publicado por Celina Manzoni en la *Revista Iberoamericana* (nº 197, 2001), se recogen y analizan las opiniones de diferentes “editores independientes” en un encuentro organizado en la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA. Cuando se les pregunta sobre las motivaciones para iniciarse en las prácticas editoriales y abrir la propia editorial independiente, es notable que mientras aquellos editores que en su mayoría iniciaron sus actividades en décadas anteriores a la dictadura militar asumen que empiezan desde lugares marginales de la industria editorial y se proponen “abrir su propio emprendimiento”, aquellos que nacen durante la década del noventa provienen de otras ramas de la actividad, están vinculados con el mercado universitario y se rigen por una épica de la aventura personal.

personales en una actividad que no es necesariamente percibida como una “inversión” racionalmente calculada, pero que sin embargo despliega una fuerte configuración identitaria.

Al referirse al problema de las generaciones artísticas e intelectuales, Karl Mannheim (citado en Urresti, 2002) proponía un modelo triple: de un lado estaría la *situación de generación*, que constituye un fondo de experiencias históricas y acontecimientos vivenciales que revisten un carácter más general, luego la *relación de generación*, donde se postula una comunidad de destino en la que distintos miembros se centran en objetivos afines, y en tercer lugar la *unidad de generación*, donde los sujetos se hallan relacionados en una manifestación grupal y autoconciente. El caso de las pequeñas editoriales que seleccionamos para este estudio, podríamos arriesgar que lo que se comparte es, en efecto, una *relación de generación*. Las condiciones estructurales que venimos mencionando, sumadas a las características individuales y las trayectorias de los actores y formaciones involucradas, delinean una ética compartida donde la mentada “independencia” genera una épica de la resistencia cultural en tiempos de desprofesionalización no solo del escritor sino también de los mismos editores que al mismo tiempo son escritores en casi todos los emprendimientos mencionados. Desprofesionalización y desindustrialización mediante, lo que emerge es una nueva forma de activismo cultural que, sin dejar de confiar en un reconocimiento futuro como paradigma de éxito, se vale de diferentes estrategias para la generación de relaciones sociales y redes colaborativas al interior de la cultura literaria. Insertas en una lógica neo-tribal de sociabilidad, donde las identidades se constituyen en base a las micro-afinidades electivas y a la apropiación de diferentes territorios, el uso de la creatividad aparece como un insumo privilegiado para estas editoriales que, antes que como intermediarias entre obras y autores, se constituyen como principios organizadores de comunidades de lectura no cerradas, entreveradas y articuladas en el espacio virtual.

### **La creatividad como insumo privilegiado**

La materialidad de los libros publicados sería una primera instancia donde leer la creatividad invertida y puesta en juego por las editoriales. Desde los libros-objeto de Clase Turista, forrados en repasador o decorados con hojas de plástico, hasta los libros-cartón de Eloísa



Cartonera, montados en la fragilidad de fotocopias y con tapas hechas de materiales recogidos de la basura, y sin olvidar los cuidadísimos diseños y la calidad de encuadernación de editoriales como Entropía, Bajo la Luna o Mansalva, superiores incluso a los productos publicados por las grandes empresas, lo que se detecta es que la escasez de recursos económicos se conjura con una serie de estrategias que, a fin de cuentas, consiguen producir objetos de alta calidad, acordes a la propuesta buscada. Para ello, las editoriales movilizan una serie de estrategias. La impresión y encuadernación casera, el auto diseño o la solicitud de ayuda a redes de amistades y conocidos, la asunción de las diferentes etapas del proceso de edición (corrección, diagramación, etc.), sumada al costo accesible de las impresiones *offset* por tiradas que pocas veces superan los 1.000 ejemplares, se cuentan entre una variedad de anécdotas y situaciones donde el capital social de las diferentes formaciones asume un rol vital. La creatividad no se usa sólo para llegar a estándares de calidad en los productos, sino también para producir una identidad diferencial en cada uno de estos proyectos, sea desde los catálogos, sea desde las contratapas y paratextos, o incluso desde el tamaño de los libros. Ana Mazzoni y Damián Selci (2006) tienen razón en entender estos procesos como testigos de un momento histórico en el que la edición, muchas veces, subordina a la escritura desde adentro, por lo cual, para leer un material literario, se hace cada vez más necesario tener en cuenta la materialidad que lo constituye. Su idea de “cualquierización”, aunque centrada en el análisis de la poesía de los 90, coloca al diseño como factor dinámico en la ampliación conceptual de lo que contemporáneamente puede ser entendido como escritor y como libro. Sin embargo, este movimiento debe ser contemplado desde una perspectiva más amplia, donde los textos no solo están “soportados” por materialidades dedicadas a no durar demasiado como las ediciones rústicas o las plaquetas abrochadas, sino que la ampliación y democratización de la escritura y la publicación sucede en primer término en la web. La web, a fin de cuentas, es la más precaria y evanescente superficie de publicación, y es la que realmente contribuyó no sólo a la concreción de la máxima de “primero publicar, después escribir”, adagio de la vanguardia vernácula, sino a la ampliación material de la cantidad de escritores y de publicaciones pasibles de ser convertidas al papel. Por ello, sin bien el diseño y su auge son factores importantes, consideramos que todas las tensiones encarnadas por cada una de las estrategias esencialmente creativas que ponen en juego los editores para producir la

circulación de sus productos, tienen más que ver con un deseo de producción de objetos que funcionen como nodos de sus comunidades de lectores potenciales, sea a un nivel de la manufactura de los libros, de la concreción virtual de las publicaciones o de la gestación de canales de venta, siendo el diseño sólo un elemento entre otros.

En consecuencia, otro de los ámbitos donde estos emprendimientos ponen en escena la creatividad como insumo fundamental es en la web. Si se compara las páginas web, los blogs, o el trabajo de prensa y difusión realizado por la mayoría de estas editoriales en el terreno virtual, se percibirá fácilmente la distancia que las separa no solo de las grandes editoriales, sino de otras editoriales “independientes” que funcionan principalmente como proyectos comerciales o proyectos mixtos, pero regidas por una lógica puramente empresaria. Por una cuestión generacional, el uso de la web de estas editoriales es constante y casi fundacional. La web sirve no solo como superficie de promoción, como “un lugar donde hay que estar”, por la negativa, sino que se utiliza para publicitar activamente novedades, como canal de venta que permite sortear las comisiones que representa el comercio en librerías (que, sumadas a la distribución, dejan un margen de alrededor del 40% del precio de tapa para los editores), como interfaz de contacto con los lectores, como territorio de búsqueda de novedades a ser publicadas en formato papel, y como espacio complementario de publicación. Además de la estrategia de buscar lo faltante en términos de contenidos, que tiene a El Andariego como uno de sus exponentes más exitosos y acabados, el uso de internet facilita los procesos de selección de autores y de edición de materiales disponibles para nuevas publicaciones. En diversas ocasiones, autores que hasta el momento solo habían publicado en blogs se contactaron con estas editoriales y mostraron su trabajo en base a los mismos, e incluso existe el caso de proyectos de publicación que nacieron de la búsqueda virtual, como sucedió con algunos títulos de Clase Turista. La web, en suma, es un elemento central en el activismo cultural de estas formaciones, que se sienten cómodas con sus herramientas e incluso hasta logran insertarse en circuitos internacionales gracias a la misma. Algunas editoriales no se limitan a mantener páginas donde ofrecen sus productos y muestran las apariciones en la prensa de sus libros, sino que también mantienen *blogs* donde se plantean debates y discusiones, se ejerce la crítica literaria o se promocionan eventos y reuniones. En este caso, la instancia virtual es uno de los ejes centrales no sólo del contacto de estos diferentes proyectos entre sí, sino también uno de los ámbitos centrales

que constituyen su identidad en tanto formaciones intelectuales. Internet no es utilizada con fines empresariales, puramente utilitarios, sino que es un espacio cargado de subjetividad, al mismo tiempo que un sitio de encuentro privilegiado donde la cultura literaria redefine su perfil y sus alcances.

En tercer lugar, la creatividad y la maximización de los recursos disponibles se expresa en la organización y participación de las editoriales en eventos, lecturas, ferias y demás instancias donde las comunidades de lectura estructuradas en torno a este circuito de pequeñas editoriales se actualizan en la interacción cara a cara. La gran variedad de eventos e instancias de socialización es fiel testigo de este tipo de prácticas que, según los editores, sirven además como un canal de venta privilegiado donde, al igual que en la venta *online*, se saltea la intermediación de librerías y distribuidores. Muchos nos han confesado que la instancia de la presentación del libro tiene una relevancia comercial extraordinaria, ya que comenzar vendiendo en modo directo más de cincuenta ejemplares de un título recién lanzado representa una recuperación de un porcentaje significativo de lo que se invirtió en la publicación. Sin embargo, y como ocurre a menudo con las determinaciones económicas, el deseo de vender sin intermediarios a través de un canal propio no basta para explicar la compulsión a juntarse, a estar juntos porque sí, a compartir larguísimas veladas y a participar en encendidas discusiones que conforman este tipo de reuniones. Los ciclos de lecturas, por ejemplo, entre los que se destacan aquellos organizados por la Editorial Funesiana y por la Editorial Carne Argentina, trascienden este interés, enriqueciendo las prácticas literarias en un cruce más que productivo con el *stand up*, la declamación, las artes escénicas y en muchos casos el cruce con otras disciplinas como la música y las artes plásticas. El ciclo *Los mudos*, conducido y planeado por Lucas “Funes” Oliveira, uno de los fundadores de la Funesiana, se propuso desde sus inicios dar voz a autores poco conocidos o difundidos, funcionando a su vez como punto de encuentro casi obligado para el ambiente literario porteño durante más de tres años y hasta el presente. 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. Algo similar, por citar solo un ejemplo más,

ocurre en el ciclo organizado por Carne Argentina, una editorial de catálogo más que atractivo que, nacida de otro núcleo de sociabilidad acaso más subterránea como los talleres de escritura, incurrió en diversos formatos de libros con diseño de vanguardia y presentaciones cuidadosamente organizadas, vinculadas a la performance, que representaron un hecho político cultural en sí mismas. Con un espíritu acaso más canónico, Alejandra Zina, una de sus organizadoras, comentaba que la organización de cada uno de los encuentros implicaba no solo la creatividad presente en cada una de las puestas donde los escritores muchas veces reconocidos y de generaciones mayores actuaban sus textos, sino arduas horas de preparativos y planificación detallista. No sorprende entonces que, teniendo en cuenta la potencia y la energía condensada por estos eventos, cuya cantidad de asistentes puede superar con tranquilidad las 100 personas, algunas editoriales como la misma Carne Argentina hayan mutado hacia dispositivos de organización de encuentros y otro tipo de prácticas literarias, quedando la edición en papel relegada tras reestructuraciones o separaciones entre los integrantes originarios. El mencionado “desborde de la escritura por la sociabilidad” se expresa también, como señalamos, en las ferias alternativas. Las pequeñas editoriales se insertan creativamente, sea en espacios realmente autogestionados como la itinerante FLIA (Feria del libro independiente y autónoma), que cuenta con una organización horizontal y recoge una interesante muestra de la producción artística contracultural, o en iniciativas gubernamentales como la hoy suspendida Periférica, que ofrecía el Centro Cultural Borges de la Ciudad de Buenos Aires como espacio de confluencia entre editoriales, diseñadores y artistas provenientes de diversas disciplinas.

Queda en claro entonces que esta vocación de participar, intervenir y mostrar los productos editoriales en una multiplicidad de espacios y situaciones cuenta con la creatividad, el ímpetu cultural y el amor por la cultura literaria como un insumo indispensable. Finalmente, además de la creatividad empleada en producir a los objetos y las superficies donde las editoriales se desenvuelven, hace falta mencionar la cuestión del financiamiento. En este punto, y al igual que muchas editoriales homólogas que se dedican a publicar otro tipo de materiales (sea ensayo, historia, filosofía, literatura infantil o libros de interés general) y que las editoriales que pueden tener narrativa argentina en sus catálogos pero funcionan exclusivamente como pequeñas empresas, se trata de emprendimientos que con frecuencia funcionan en base a la inversión personal de sus impulsores y

dueños. Este capital inicial, que existe en todos los casos, intenta complementarse con otros afluentes monetarios obtenibles en virtud de una serie heterogénea de recursos. Mientras algunas editoriales mantienen una suerte de purismo autogestivo en el cual no aceptan aportes ni de sus autores ni del estado, lo que existe en realidad es una variedad de estrategias, nunca del todo enunciadas, que permiten soslayar el dato de que pocos de estos proyectos funcionan económicamente gracias a sus ventas, y mucho menos pueden permitirse pagar salarios y cargas legales y fiscales. De este modo, si ser rentable económicamente exige un plan de inversiones a largo plazo que pocos de estos proyectos son capaces de sostener, muchas editoriales subsisten gracias a un mix de inversiones personales, frenética búsqueda de subsidios y fondos estatales (sea a los autores o al proyecto editorial), sueños con mecenazgos o patronazgos privados e incluso pedido de colaboración monetaria a los autores. Este último *issue*, el de la colaboración de los autores, condensa por su parte muchas de los malentendidos y disputas que rodean al término “editorial independiente”, y todas las asincronías, ambivalencias y contradicciones que conforman las creencias que sostienen muchas de las acciones de este circuito de prácticas. La sensibilidad de estas editoriales, informada por las tradiciones de la caballerosidad heredada del mecenazgo a artistas y el espíritu emprendedor y aventurero que recoge la figura tradicional del editor, no se permite equipararse a aquellas editoriales que funcionan como expendedoras de servicios de edición y generan lucro en base al deseo de publicación de sus autores, sin establecer ningún “filtro de calidad”. El desprecio hacia estas editoriales vendedoras de servicios de edición, independientes de la tradición literaria y lo políticamente correcto en el mundo cultural, libres del subsidio estatal y las constricciones económicas impuestas por las fortunas personales de los mismos editores, es un índice para pensar sobre los límites de las autodenominadas “editoriales independientes”, mostrando, a través de la negativa, importantes aristas del sistema de creencias que sostiene la militancia literaria. Sucede que, en diferentes oportunidades, la reticencia de los autores a costear sus ediciones y de los editores a recibir el dinero de los autores está más vinculado a esta pérdida de prestigio y a tradiciones que perviven de modo residual que a la real situación económica de ambos. Si una editorial puede considerarse “independiente” pese a recibir subsidios del estado, o a depender de mecenas privados, y no puede hacerlo si recibe dinero de los autores que consiente publicar, esto es, si la calidad de “independiente” se basa en la

<sup>7</sup> Tal es la hipótesis sostenida en el cuestionable libro de Gilles Colleu, *La edición independiente como herramienta protagonista de la bibliodiversidad*, La Marca Editora, Buenos Aires, 2008.

libertad de criterio para publicar, las empresas transnacionales tienen muchas veces mayor grado de autodeterminación que las pequeñas empresas nacionales o las pequeñas editoriales militantes, ya que se permiten mantener ciertas colecciones “a pérdida”. Si, por el contrario, la independencia debe contemplar asimismo el origen de los fondos empleados, resulta poco clara la diferencia entre una editorial sostenida por los fondos financieros de un grupo del entretenimiento o de un filántropo que se dedica a los negocios financieros. Por último, si la independencia depende del fomento a la bibliodiversidad,<sup>7</sup> existen pocos proyectos más proclives a ese fin que los que publican cualquier material medianamente digno sustentado por los autores. Vemos así que a cuestión del financiamiento no solo contiene una variedad de estrategias y de posturas éticas y estéticas que demuestra la heterogeneidad de proyectos editoriales que pueden convivir bajo una misma estructura del sentir. Al mismo tiempo, y al igual que la mayoría de las prácticas descritas, permite leer las tensiones existentes entre las creencias de las formaciones intelectuales, las importantes transformaciones tanto en el régimen de producción y circulación de lo escrito como en el modo de acumulación que signa a la industria editorial en nuestro país, y los resultantes cambios en la cultura literaria que son efecto de estos procesos sociales.

### **Desafíos y perspectivas**

Por todo lo expuesto, las pequeñas editoriales que hacen uso de la creatividad como un insumo vital para la conformación de comunidades de lectura que tienen un fuerte núcleo copresencial e interactivo, se muestran como un elemento central para comprender el modo de acontecer de las prácticas literarias en nuestra contemporaneidad, cuando la circulación, la difusión y la capacidad de generar intersticios sociales son muchas veces hitos que superan la importancia de las obras. Ahora bien, trazado este panorama, cabría preguntarse por las variables que estructurarán el derrotero de estos emprendimientos, así como las posibilidades abiertas, en el futuro cercano, por las nuevas tecnologías de publicación y por las políticas estatales que siempre se muestran desincronizadas con respecto a los sectores más dinámicos de la producción cultural.

En este sentido, nos hallaríamos frente a una geografía emocional emergente, donde la yuxtaposición de formaciones, socialidades y

superficies de inscripción en las que circula la narrativa argentina contemporánea estaría en buena medida condensada en los repertorios de acción y estrategias de estas pequeñas editoriales. Su existencia refracta importantes transformaciones en las concepciones de lo público y lo privado heredadas de siglos anteriores. La actual reformulación de las dimensiones espacial y temporal y la posibilidad de la construcción colectiva de una intimidad pública por medio de la publicación gratuita en superficies de inscripción de acceso libre en internet, donde “lo literario” es refuncionalizado en base a importantes transformaciones en los modos de producción, circulación y consumo al interior de la cultura escrita, hacen más urgente aún un análisis sobre los modos de sobreimpresión y amalgamamiento de las diferentes temporalidades que conviven en el presente histórico. Por ello, y teniendo en cuenta que los mencionados proyectos son un núcleo de resistencia cultural frente al avance omnipresente de la industria del entretenimiento, lo que se abre es un espectro de problemas y desafíos para este tipo de micropolíticas culturales. Si bien es cierto que su emergencia es testigo de la mutación del campo de la narrativa en el campo de la poesía, siempre restringido a la casi nula valoración de sus obras en el mercado y a la circulación subterránea entre productores, también lo es que el nuevo entorno social y tecnológico habilita nuevos requerimientos para estos editores. Entre los mismos, y retomando algunas de las ideas de Joaquín Rodríguez (2007), podemos mencionar: adaptabilidad a los cambios informáticos, captación del valor aportado por los lectores, convergencia con la publicidad y otros registros de producción de narraciones (cine, video, animación), y jerarquización y dinamización de la oferta. Contra la idea de que “cualquiera puede editar” y por ello se perderá la especificidad del valor agregado por los editores, la diversificación de la oferta, en el mediano plazo, terminará privilegiando a aquellos productores de contenidos que generen mayores lazos de confianza con su comunidad de lectores potenciales. Así, el rol del editor se verá fortalecido.

De este modo, no es demasiado temerario afirmar que el énfasis en la gestión de la circulación que caracteriza a estos emprendimientos seguirá siendo una característica preponderante. Existen marcados indicios de que el nuevo sistema de impresión bajo demanda (POD), recientemente instaurado en la Argentina, puede representar un salto importante en términos de gestión comercial de las editoriales, permitiendo ajustar las tiradas a la cantidad de lectores potenciales ya que el costo unitario de impresión bajo este sistema es más conve-

niente que el offset siempre y cuando las tiradas no superen los 500 ejemplares. Sin embargo, este cambio no logra correr el foco del problema fundamental: la posibilidad, de un lado, de articular las iniciativas de las editoriales con políticas estatales no solo de fomento a la lectura, sino de creación de canales de encuentro acaso más masivos entre las propuestas editoriales y sus públicos potenciales; y, de otro, de actualizarse tecnológicamente en base a propuestas novedosas en tiempos de internet 2.0. y de la expansión de nuevos canales de venta que, como el *Googlebooks*, habilitan la ampliación del rango potencial de lectores. Si, hasta el momento, los intentos corporativos como EDINAR (editoriales independientes de argentina) arrojan un saldo desfavorable para las expectativas y necesidades de estos en muchos casos demasiado pequeños editores literarios que no siempre se autoperciben como pequeñas empresas, y si el “circuito virtuoso de las librerías independientes” se muestra muchas veces reticente no solo a exponer, sino a recibir o a pagar los dividendos correspondientes a las magras ventas, uno de los principales desafíos de estas editoriales parecería consistir en renovar su repertorio de acción trascendiendo el mentado autonomismo cultural: esto es, o consolidarse como pequeñas empresas medianamente rentables, conduciendo sus estrategias creativas hacia la conformación de comunidades de lectura más fieles y capaces de instaurar verdaderos nichos de mercado (tal es el lugar hacia el que parecen orientarse proyectos como Entropía o Mansalva), donde el financiamiento editorial deje de estar subordinado al permanente aporte de capital por parte de los dueños-escritores, o bien transformarse en usinas de sociabilidad literaria que no necesiten del libro como superficie aglutinante (caso Carne Argentina), o bien confiarse a un circuito reducido que renuncie a la vocación de visibilidad pública y mediática que signa a la tradición de la narrativa argentina, homologándose con las pequeñas editoriales de poesía que reinventaron nuevos canales de lectura y circulación desde la década del noventa. Mientras que el ciclo creativo y las estrategias de estas editoriales se muestran altamente permeables al humor político presente en los sectores más dinámicos de las clases medias urbanas, su derrotero, y sus modos de articulación con la cosa pública y el presupuesto nacional destinado a la promoción de la lectura y la acción cultural, aparecen como senderos más que prometedores a la hora de observar su evolución.



## 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: Los años '90 y el nuevo escenario post-devaluación*, Buenos Aires, 2004, 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).

Base de datos de la CAMARA ARGENTINA DEL LIBRO, disponible en [www.editores.org.ar](http://www.editores.org.ar)

## Bibliografía

- ALTAMIRANO, Carlos, y SARLO, Beatriz, *Conceptos de sociología literaria*, Buenos Aires, CEAL, 1993.
- BECERRA, Martín, HERNÁNDEZ, Pablo y POSTOLSKI, Glenn “La concentración de las Industrias Culturales”, en *Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en la Argentina*, Ediciones Ciccus y Secretaría de Cultura de la Nación, mayo de 2003.
- BOTTO, Malena, “1990 – 2000. La concentración y la polarización de la industria editorial argentina”, en DE DIEGO, José Luis (Compilador), *Editores y políticas editoriales en la Argentina 1880 – 2000*, FCE, Buenos Aires, 2006.
- BOURDIEU, Pierre, *Las Reglas del Arte. Génesis y estructura del campo literario*. Anagrama, Barcelona, 1995.
- BOURDIEU, Pierre. “Una revolución conservadora en la edición”, en *Intelectuales, Política y Poder*, EUDEBA, Buenos Aires, 1999.
- CASANOVA, Pascale, *La República Mundial de las Letras*, Anagrama, Barcelona, 2001
- CHARTIER, Roger, *Las Revoluciones de la cultura escrita*, Gedisa, Barcelona, 1997.
- CHARTIER, Roger, *Inscribir y Borrar. Cultura Escrita y Literatura Siglos XI – XVIII*, Katz Editores, Buenos Aires, 2006.
- COLLEU, Gilles, *La edición independiente como herramienta protagónica de la biodiversidad*, La Marca Editora, Buenos Aires, 2008.
- DE SAGASTIZÁBAL, Leandro, *La Edición de Libros en la Argentina. Una Empresa de Cultura*, EUDEBA, Buenos Aires, 1995.
- ESCARPIT, Robert (comp.), *Hacia una sociología del hecho literario*, Edicusa, Madrid, 1994.
- HERNAIZ, Sebastián, *Revistas literarias y literatura en los años noventa*, ponencia presentada en el CELEHIS, Mimeo.
- KOZAK ROVERO, Gisela. “¿Dónde va la literatura? La escritura, la lectura y la crítica entre la Galaxia Gutenberg y la Galaxia Electrónica”, en *Revista Iberoamericana*, Vol. XVII, N° 197, Octubre - diciembre de 2001.
- LADDAGA, Reinaldo, *Estética de la emergencia*, Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires, 2006.
- LADDAGA, Reinaldo, *Espectáculos de realidad. Ensayo sobre la narrativa latinoamericana de las últimas dos décadas*, Beatriz Viterbo Editora, Buenos Aires, 2007.
- LATOUR, Bruno, “Visualización y cognición: pensando con los ojos y con las manos” en *La balsa de la Medusa*, Nro 45/46, Visor, Madrid, 1998.
- LUDMER, Josefina, “Territorios del Presente: en la Isla Urbana”, en revista *Confines del Pensamiento*, N° 15, FCE, Buenos Aires, 2004.
- LUDMER, Josefina, *Literaturas post autónomas 2.0*, material disponible en la web, 2008.
- MANZONI, Celina, “¿Editoriales Pequeñas o Pequeñas editoriales?”, en *Revista Iberoamericana*, vol. LXVII, núm.197, Pittsburgh, octubre-diciembre 2001.
- MAZZONI, Ana y SELCI, Damián, “Poesía actual y cualquierización”, en *Tres décadas de poesía argentina 1976 – 2006*, Libros del Rojas, Buenos Aires, 2006.
- RAMA, Claudio, *Economía de las industrias culturales en la globalización digital*, EUDEBA, Buenos Aires, 2003.
- RODRIGUEZ, Joaquín, *Edición 2.0. Los futuros del libro*, Melusina, Madrid, 2007.
- ROLNIK, Suely, *Una memoria del cuerpo contamina el museo*, mimeo, traducción de Damian Kraus revisada por Ana Longoni.
- URRESTI, Marcelo, “Generaciones”, en Altamirano, Carlos (comp.), *Diccionario Crítico de Términos de Sociología de la Cultura*, FCE, Buenos Aires, 2002.
- WEBER, Max, *Ensayos sobre sociología de la Religión (Vol. 1)*, Taurus, Barcelona, 1997.
- WILLIAMS, Raymond, *Marxismo y literatura*, Barcelona, Península, 1997.
- WILLIAMS, Raymond, *La larga revolución*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2003.
- YUDICE, George, “La reconfiguración de políticas culturales y mercados culturales en los noventa y siglo XXI en América Latina”, en *Revista Iberoamericana*, Vol. XVII, N° 197, Octubre - diciembre de 2001.
- YUDICE, George, *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*, Gedisa, Barcelona, 2002.
- ZAID, Gabriel, *Los demasiados libros*, Anagrama, Barcelona, 2001.