

IV Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición

La independencia y la vida

Aproximación a la edición independiente en Montevideo

Felipe Correa Buroni¹

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Universidad de la República

feco77@gmail.com

Uruguay

Propongo una mirada localizada en el campo montevidiano actual de la edición independiente, especialmente a la interna del campo cultural en diálogo con los multiplicadores culturales, relevando qué consideran ellos mismos edición independiente y cómo los valores buscados han ido mutando a lo largo de su crecimiento. Intencionalmente trabajaré con el concepto amplio de independencia, desde la independencia organizacional hasta la independencia de los mecanismos de mercado.

Este trabajo es principalmente una exploración de la trayectoria de dos editoriales emergentes, y secundariamente una búsqueda por mostrar los valores culturales que se le adosan al concepto y en términos de qué se configura esta independencia. Se van a relatar las características materiales de Pez en el Hielo (2016) y Fardo (2018).

Procuró dar la oportunidad de abrir un diálogo acerca de las cualidades que no se desprenden de la *independencia* pero que se buscan en conjunto con ella, como compañeras de viaje, y las contradicciones que sostienen estas aventuras. En fin, la ponencia quiere ofrecer indicios acerca de lo que es la edición independiente emergente en Montevideo, y generar inquietudes.

Palabras clave: edición independiente; edición artesanal; trayectorias editoriales; diseño editorial; imprenta.

¹ Felipe Correa es editor y diseñador gráfico, especializado en diseño editorial. Su formación ha sido principalmente autodidacta, pero ha participado en diferentes espacios académicos, desde la economía a la psicología, con interés en las dinámicas de grupos y el humanismo como corriente a defender en el presente. También es técnico en Corrección de Estilo y cursó la Licenciatura en Letras (Udelar), con especialización en literatura uruguaya y literatura fantástica.

Actualmente trabaja en Grupo Planeta (Uruguay), donde coordina proyectos editoriales y grupos de trabajo; antes desempeñó estas mismas funciones en Fin de Siglo. En Facultad de Humanidades se dedica a la docencia, donde trabaja con procesadores de texto y ortotipografía.

Introducción

En esta ponencia voy a recorrer la trayectoria de dos jóvenes editoriales Montevideanas. Pez en el Hielo y Fardo son apenas dos de una plétora de editoriales independientes. Elegí estas dos porque la investigación se hizo especialmente para esta ocasión, pero además porque me interesa la trayectoria que han desarrollado, que tiene que ver directamente con distintas facetas de la independencia, sus desafíos y mutaciones.

Ni Pez en el Hielo ni Fardo nacieron como instituciones (pequeña o grande, a fin de cuentas una editorial es una institución), no partieron con una idea de negocio, ni de ser agentes culturales. Fueron fundadas por escritores jóvenes, y surgieron como estrategia para poder publicar. En parte porque los textos literarios muy breves, de autores noveles, difícilmente encontrarán lugar en editoriales establecidas, pero también por la posibilidad de controlar el proceso creativo al que se sometieran los textos, y por la aventura de hacer libros en sí.

Es decir que las dos editoriales empezaron, podríamos decir, como *hobby* de sus responsables, como extensión de sus procesos de escritura. En esa misma línea, comenzaron de manera artesanal en el sentido estricto, encargándose de la producción desde la edición del texto hasta la encuadernación, con tiradas pequeñas y tiempos muy dilatados. Pero hoy en día producen, como dijo Joaquín di Lorenzi, actual encargado de Fardo, medio en chiste y bastante en serio, «libros de verdad». Para fin de 2022 Pez en el Hielo va a tener quince libros publicados en formato con lomo (algunos, reediciones que antes habían salido en formato artesanal) y Fardo va a tener diez (también incluyendo alguno que había salido en formato fanzine). Ambas editoriales han publicado narrativa breve y poesía, Pez incursiona en el ensayo.

Un proceso análogo se dio con la distribución, que hasta este año tanto Pez como Fardo hacían por su cuenta y ahora está tercerizada en Distribuidora Escaramuza. A partir de este cambio, también hoy se pueden hallar algunos de sus títulos en las grandes superficies.

Es por estos paralelismos que se vuelve interesante examinarlas al tiempo; pero también porque las entiendo como editoriales emergentes en un sentido muy literal: antes se hallaban a través de contacto directo con los editores, en librerías específicas y en sancochazos (ferias independientes, ya hablaré de eso); estos libros por su circulación y su materialidad eran un producto cultural *under*, y ahora han emergido,

tanto por su mayor visibilidad comercial, como por lo material y por la incorporación de ciertos autores a su catálogo.

También, ambas son parte de Colectivo Sancocho (2016), un colectivo autogestionado de arte literario, arte impreso y música, que nuclea una cantidad variable de colectivos más o menos activos. Principalmente se dedica a armar movidas para mostrar lo que se produce en cada uno de sus componentes, y suele tener de sede el bar Tundra en Montevideo.

Pez en el Hielo, artesanal

Pez fue fundada por los escritores Gonzalo Baz (36) y Daniela Olivar (32) en 2016. Surgió cuando un amigo los convocó para participar de la organización de una Feria del Libro Independiente y Autogestionado en el Ateneo Heber Nieto. Ambos tenían una relación con los libros y escribían, pero no contaban con formación específica editorial. Gonzalo tenía experiencia en librerías y en ferias y Daniela, que estudió Bellas Artes, trabajó en la Cámara del Libro. Ya venían con la idea de hacer algo propio y al formar parte de la feria se dijeron que querían participar con un proyecto; aprovecharon la oportunidad para hacer un libro de textos propios y de amigos (el primero de una colección, #), y para publicar un poemario de Vicente Luy (autor que les encantaba, pero no conseguían por ningún lado).

A esa altura no tenían capital como para enfrentar los costos industriales de impresión, por lo que echaron mano de la creatividad y los recursos que había a mano. Gonzalo cuenta «eran objetos muy rústicos; igual atractivos, porque estaban cuidados y tenían un montón de cosas que llamaban la atención, como el cosido adentro con hilo rojo». Estos primeros libros fueron impresos en impresora doméstica, cosidos y prensados a mano y encuadernados con tapas hechas en serigrafía en un taller de un amigo. Tenían el nombre de Pez en el Hielo, pero aún no el logo.

La feria, la FLIA, fue una instancia súper productiva y colaborativa, en que otros editores independientes les dieron algunas ideas de cómo se podrían mejorar esas ediciones.

En esas primeras instancias era todo bastante informal y no tenía forma de proyecto. El siguiente libro que publicaron, de la Mexicana Zaria Abreu Flores, se dio también por afinidad, Gonzalo la había conocido cuando había venido a Uruguay. Lo

mismo pasó con los dos siguientes libros de la colección #; los cuatro escritores que participaron «eran más que nada amigos y gente que admirábamos de la vuelta, no es que salimos a buscar autores».

Los primeros doce títulos (2016-2018) fueron en esta tesitura, títulos propios, o de amigos, o de otros participantes de los colectivos cercanos a Sancocho, o coediciones. Siempre hablando de tirajes pequeños; por lo general se hacían cincuenta o cien tapas en serigrafía y luego se iban cosiendo y encuadernando los libros a medida que se necesitaban. Llegando a tener que decirle a más de una librería que solicitaba reposición «pará que ya te armo uno y te lo llevo».

En este período es notorio que no se hacían presentaciones de los nuevos títulos; ante la consulta Daniela y Gonzalo se dieron cuenta de lo habían evitado porque las veían como algo acartonado y aburridísimo.

Pez en el Hielo, entra a imprenta

En 2019 hubo un cambio importante. El pasaje a imprenta, y con el pasaje a imprenta el pasaje de tiradas de 50 ejemplares a tiradas de 300. Pero no solo se vio afectada la disponibilidad de stock. Daniela y Gonzalo era conscientes de que la identidad de Pez hasta el momento estaba fuertemente anclada en lo artesanal, por lo que se pensó mucho en el objeto al pasar a la producción industrial, y se armó una identidad material y gráfica fuerte.

Los libros de Pez cambiaron de tamaño. Pasaron de una hoja A4 doblada, que era el impuesto por los medios de producción, a 11 x 17 cm. Este formato en sí ya es muy idiosincrático entre el resto de los libros que hay en plaza. Amerita mencionar aquí que trae sus propios problemas, ya que no suelen encajar bien en las mesas de exposición de las librerías, y terminan siendo dispuestos de canto, solo se ve el lomo. Pero es, junto con la decisión de imprimir la cartulina de tapa del lado de la fibra, un elemento distintivo que genera reacciones positivas del público.

Por otra parte, ir de la serigrafía a la imprenta les permitió también reproducir fotografías para las tapas, hacer movidas muy jugadas con el color, y algo bastante más mundano pero no menos importante: incorporar fácilmente textos de contratapa y de solapa (antes no tenían solapa).

A su vez, Bárbara Nilson, la diseñadora que les había hecho el logo de Pez en el Hielo, elaboró un diseño para los libros el sello, un tratamiento especial de difuminado para las fotografías de los autores, y leves variantes para las colecciones de poesía, narrativa y ensayo. Y el logo de la editorial que hasta ese momento aparecía solo en el interior y en contratapa, pasó a estar en la tapa y el lomo.

El pasaje a imprenta fue absolutamente crucial, ya que la producción artesanal insumía muchísimo tiempo de producción. Especialmente considerando que la editorial no era ni es el medio de ingresos para Daniela y Gonzalo. También les permitiría, a futuro, trabajar con una distribuidora (que para trabajar con un cliente maneja mínimos de stock, 300-400 ejemplares).

El tiempo de producción había estado compitiendo con los tiempos de evaluación, edición, composición y distribución (la corrección era ya tercerizada). Y si bien con estas variables empezaron a surgir otros tiempos a manejar, como los de un diseño más complejo de tapa, o los tiempos de entrada y salida de imprenta, fue una ganancia logística neta.

Fue una decisión muy oportuna, ya que, con el crecimiento del catálogo, y el reconocimiento creciente del sello, también empezaba a crecer el peso de las tareas de distribución, reposición y cobro. Si bien las realizaban ellos mismos, con un número limitado de librerías independientes donde sabían que el libro era bien recibido y posiblemente recomendado, al aumentar la cantidad de títulos se empezó a volver inmanejable. Como dice Daniela, «antes ibas y te quedabas conversando con ellos una hora, ibas todos los meses o cada dos meses... El tema es que llega un momento en que estás yendo a quince librerías por mes, y eso era mucho.» Y acota Gonzalo «dejábamos libros donde sabíamos que al librero le interesaba de verdad el material». En fin,

terminamos cediendo y diciendo bueno, vamos a una distribuidora, porque es imposible coincidir con las consignaciones que tienen las librerías, los pagos; nunca te pagan cuando necesitás la plata [...] Ahí pasamos a la distribuidora, fue un cambio muy grande, pasamos a tener una mayor presencia en librerías

Y con el pasaje a trabajar con distribuidora también se pasó a hacer tiradas de imprenta de 500 ejemplares en offset, o de 300 (por lo general reimpressiones, por lo general en digital).

La distribuidora no solo fue un medio para lidiar con un problema logístico. También sucedía que con la pandemia no se estaban realizando ferias, especialmente las de Colectivo Sancocho. Las ferias eran una instancia muy importante para que la gente conociera a los autores, casi todos desconocidos, y para hacer caja, ya que como sabemos en las ferias hay picos de venta, además las ventas directas dejan un margen mucho mayor en manos de la editorial. Entonces se había vuelto necesario, para seguir el ritmo de edición lo mejor posible, mejorar las ventas en librerías. Esto también fue un factor que los empujó a trabajar con una distribuidora. En parte a su pesar, ya que la distribuidora es un nuevo elemento en el costo de cada venta, y además entienden que, al haber otro actor entre editor y librero, ahí se está perdiendo independencia.

Vinculado con las ventas de las ferias, ahora, con la apertura progresiva ante el afloje de la pandemia, Pez ha hecho alguna presentación con buenos resultados y planifica otras. Siempre en una línea de generar eventos culturales, un picnic en el Prado, un toque de una banda, al menos un brindis... a contrapelo de aquellas presentaciones aburridas que les habían hecho evitarlas antes.

Al día de hoy la línea de Pez, que se ha ido formando un poco como líneas de continuidad de lo artesanal (en cuanto a extensión, los artesanales tenían unas 75 páginas en promedio, el nuevo formato 92) es, en palabras de Gonzalo

tenemos un catálogo capaz que no innovador, pero nuevo [...] lo nuevo, lo desconocido tiene un valor en sí mismo. Si no vamos a seguir en la misma calesita, y los autores terminan siendo como un epígono. Capaz que hay que dejar que dialoguen los nuevos

Para 2022, Pez en el Hielo tendrá unos 26 títulos publicados. Su plan es sacar en promedio un título nuevo cada dos meses. Su ambición mayor quizás sea «la idea de crear un público, una quijotada».

Evaluación de originales — Contratos – Ensayo – Prensa — Proceso de edición (costos)

Fardo, fanzine

Fardo fue fundada por los escritores Eugenia Ladra (29) y Joaquín di Lorenzi (25), pronto se sumaron a Mateo Rovira (31). Los tres se conocieron en el taller literario de Daniel Mella, fue la fuente original de los textos que anhelaban publicar. Al contactarlo para esta exploración, me enteré de que por distintos motivos Eugenia y Joaquín salieron del proyecto.

Pero me estoy adelantando. Empezaron con dos títulos, uno de Eugenia y uno de Joaquín como piloto; «quedamos contentos con el resultado, bastante prolijitos, y ahí seguimos sacando ese tipo de libros, en un formato similar al fanzine, impresos en impresora de casa». Se trata de libros-fanzine con una presencia muy limpia, de color pleno en tapa con una ilustración; valga decir que la ilustración tiene importante presencia en los libros de Fardo.

Estaban conformes con este formato, y además les permitía publicar sin tener que enfrentar los costos de una imprenta. Pero, Joaquín, que si bien no tenía trasfondo profesional en el mundo del libro, creció en un hogar rodeado de libros, con padres docentes de literatura y filosofía, ya tenía la intención de los libros «sean hermosos y que sean perfectos». Y esto encauzó una línea de experimentación, siempre buscando un aspecto de libro objeto, por ejemplo incorporando páginas de cortesía de papel encerado. Siguiendo con los pequeños tirajes hicieron en 2019 una colección de tres títulos de Cuadrados de Poesía, poemarios con un formato casi cuadrado. Y en 2019-2020 publicaron, además de libros de narrativa, varios de narrativa breve y poesía, que después configuraron la colección Bicéfala, que en lugar de contratapa tienen otra tapa, y el contenido de ambos está espalda con espalda.

En todo ese período, 2018-2020, la línea editorial «venía clarísima; se ha desdibujado un poco. Era de autores bien jóvenes, voces disidentes», o, como dice en la web de Fardo, «enfocada en autorxs latinoamericanxs, visibilizando voces nuevas y urgentes». En su mayoría eran publicaciones de amigos, o de conocidos a través de los talleres literarios a los que los integrantes de Fardo habían ido.

Por las condiciones de producción, y además para asegurar la autosustentabilidad, hacían tiradas de cincuenta ejemplares. Si se cubrían los gastos y los agotaban, reimprimían, y llegaron a hacer hasta trescientos ejemplares de algunos

títulos. Por estas bajas tiradas, en esta etapa no consideraron oportuno hacer presentaciones.

Esta experimentación, en lo material y en cuanto a los contenidos marginales y urgentes, era facilitada por las tiradas pequeñas, de cincuenta ejemplares, y el formato fanzine, producidos por los mismos integrantes de Fardo.

Fardo entra a imprenta

El gran cambio se dio cuando Joaquín quedó solo a cargo de Fardo. En parte porque pasó a quedar con la responsabilidad de todo el proceso editorial, incluyendo la distribución, los cobros y la elaboración. Esto, combinado con su anhelo original de hacer libros más cuidados aun en lo material, «la información la podés subir a internet, o se imprime y listo. Si va a hacer un libro en 2021 tiene que ser un libro que el objeto en sí lo valga». Lo llevó a trabajar con imprentas, y a su vez la mayor disponibilidad de stock le permitió trabajar con una distribuidora.

La experiencia con los librereros hasta el momento del cambio había sido muy variable,

hay algunas con las que me llevo súper bien, y otras que vos decís, ta, son librerías independientes, deberían apreciar a alguien independiente, y eso no siempre sucede. Entiendo también que eran más fanzine, pero estaban bien presentados, no era una cosa terrible, pero no los aceptaban...

Entonces la experiencia no fue solo un alivio a una tarea que había recaído cien por ciento sobre él, y la ya mencionada facilidad para cobrar, sino que también, a entender de Joaquín

creo que cuando llega un libro por la distribuidora lo miran con otros ojos en la librería, capaz que es de los problemas más grandes. Es decir, que vaya la distribuidora, y no yo con la bicicleta diciendo «mirá, saqué un librito nuevo», le da otro peso me parece.

También con el pasaje a imprenta Fardo hizo un movimiento estético que tiene en cuenta más a su público, «gente más joven... no sabría definirlo bien, pero creo que es un público no tan literario, no tanto de escritores y de gente inmersa en la literatura», más *hip*, dijimos en un momento; este cambio estético tuvo que ver con pasar de unas

tapas en A5 de color imponente (pleno de un color, con una pequeña ilustración lineal en negro), a tapas de un formato estándar (12,5 x 19 cm), con un fondo pleno también, pero con ilustraciones vectoriales sencillas con en colores planos de alto contraste que abarcan toda la superficie.

Joaquín agrega «también tiene gente relacionada al diseño, y por ahí también tiene que estar más cuidado, porque el público que lo mira es un público con un ojo más fino para eso, y te critica el papel, etcétera». Si bien en el pasaje a imprenta confiesa que no pensó mucho el nuevo formato, está satisfecho con el resultado, le gustaría que fueran más pequeños pero a su vez le gusta la presencia que gana la ilustración con el tamaño.

Si bien es previo a la entrada fuerte a imprenta y distribuidora (en 2020 hubo ya un libro de lomo), haber publicado un libro de Daniel Mella en 2020 ya anunciaba cierta desviación con respecto a la premisa de las «voces nuevas y urgentes», ya que Mella, con varios premios de la Cámara del Libro y un Premio Nacional de Literatura, forma parte del nuevo canon literario uruguayo. Los otros autores eran desconocidos, o parte de la periferia, muchos jóvenes, todos podríamos decir, nuevos.

Con la entrada a imprenta también se incorporó a Inés Bortagaray, guionista reconocida y escritora; una minicolección de tres títulos de poesía de Julio Inverso (fallecido en 1999), autor de culto; y a Irene Delponte, que si bien no tiene trayectoria previa en narrativa, su labor como pastelera y fundadora de la pastelería Santé la posiciona en un sitio mucho más mediático que los anteriores autores de Fardo.

Estas incorporaciones no fueron parte de un plan específico de consolidación de catálogo (Joaquín confiesa que lo de Inverso puede haber sido «una locura» por el aprecio que le tiene; Delponte fue parte de los talleres de Mella, etc.). Pero, planificadas o no, podemos pensar que constituyen un paso firme con el que acompañar el incremento en la producción y la apuesta al trabajo de mayor riesgo (con mayores tiradas y desembolsos) que implica la imprenta y la distribución tercerizada. A su vez, el costo y riesgo de publicar libros más extensos (se pasó de un promedio de 36 páginas a un promedio de 116 páginas en los nuevos libros).

Esto mismo es valorado por Fardo en otro ámbito. Joaquín señala, precisamente, que no está partiendo de la nada, sino que todas estas apuestas que hace son posibles

gracias a la plataforma que se construyó a lo largo de los tres años precedentes, con mucho menor gasto y riesgo

Ahora empiezo a sacar y tengo 1800 seguidores, no es nada en términos de redes, pero es una masa de gente que ya se interesa. En otros casos la gente no se entera, no porque los libros sean malos, sencillamente hay un tema de falta de exposición.

Y ese es un tema recurrente en el mundo del libro, y en cualquier otro espacio de comercialización, que si uno tiene un producto pero la gente que lo quiere no sabe que existe o no puede acceder, se va rumbo al fracaso. Así como Fardo tiene 1800 seguidores, en un sentido más amplio de la palabra, Delponte, Mella, Bortagaray e Inverso tienen a los suyos.

En parte por esas nuevas incorporaciones al catálogo, especialmente por las diferencias generacionales (76, 75, 63), ahora Fardo se enfrenta a que su línea editorial va cambiando y ahora

tiene que ver con lo que es vivir en un momento determinado, que tiene que ver con el autor; una especie de primera persona, parecido a la escritura del yo. Inverso lo tiene sobre los noventa, su tiempo. En ese sentido se relaciona. [...] lo cotidiano analizado; lo cotidiano poético, interesante.

Y a partir de las nuevas necesidades de mover los ejemplares, de construir y fortalecer la figura de los autores, Fardo está comenzando a hacer presentaciones en esta nueva etapa. Antes no las hacían en parte porque con los bajos tirajes entendían que no ameritaba, pero además por los mismos resquemores que Pez, la idea de la presentación como un evento acartonado, y entiende que «nuestro público capaz que no es de ir a presentaciones de libros, a la presentación tradicional», es un nuevo desafío.

Para 2022, Fardo tendrá unos 22 títulos publicados. Su plan es llegar a publicar diez títulos anuales, tomando como referencia a Criatura Editora.

Hablando acerca de la profesionalización y el cuidado del libro, Joaquín dice:

Tengo varias posiciones políticas, en cuanto al mercado editorial y en cuanto a pelearle espacio a las multinacionales; en parte por

eso pienso que el libro tiene que ser lo más profesional que se pueda. Hay gente que dice «no lo vamos a pelear, tenemos nuestro nicho...», para mí hay que darla esa pelea, aunque vayas a perder. Perder vas a perder, pero hay que luchar, para superarse, igual.

Evaluación de originales — Contratos — Prensa — Proceso de edición — ebooks

Cierre

Originalmente esta experiencia buscaba problematizar los conceptos de independencia que podrían sostener Fardo y Pez en el Hielo, pero me encontré con una preciosa sorpresa, que en el sistema de vasos comunicantes de la escena independiente montevideana, es un tema que se ha recorrido y pensado, así que tomo las palabras de Gonzalo, de Pez en el Hielo:

Hemos discutido mucho esto en Sancocho, acerca de la terminología. Se ha hablado de *interdependencia*, etcétera. Pero no se llegó a ningún consenso. Nosotros no decimos que seamos una editorial independiente; capaz que al principio sí. Pero entre más lo pensamos, menos claro era. Independientes de qué, para empezar. [...] Tal vez la que podríamos reivindicar sea la del catálogo, de publicar lo que se nos da la gana, corriendo los riesgos de no recuperar la inversión (con autores completamente desconocidos). Pero siempre vas a depender de algo, la imprenta, el precio del dólar para el papel, la librería. Es un término que nunca termina de definirse, es relacional. El tema de que no se venda es un riesgo, nos toca, pero no nos hace decidir si lo publicamos o no.

Evidentemente esto me ofrece una nueva línea para explorar, quizás específicamente a la interna de Sancocho como colectivo de colectivos, o hacia otras editoriales independientes ya establecidas hace quince años, y con dependencias más fuertes, como puede ser que los ingresos de sus integrantes dependan de la editorial por completo.

Hay varios otros temas que preferí no tocar; hablamos de procesos editoriales, de control de imprenta, de contratos, de ebooks y evaluación de originales. Si hay preguntas acerca de alguno de estos temas, con gusto las contestaré.

Pero quise centrarme en el proceso de transformación de ambas editoriales. Entiendo que junto a sus similitudes, Fardo y Pez tienen posturas distintas con respecto

al libro, o al menos con respecto al lugar que ocupa en su proyecto cultural, y me interesaría escuchar visiones al respecto.