

ESTADO DE FERIA PERMANENTE

LA EXPERIENCIA DE LAS EDITORIALES
INDEPENDIENTES ARGENTINAS 2001-2020

Daniel Badenes y Verónica Stedile Luna

COMPILADORES

FILoSuffer
COLECCIÓN CIENCIAS SOCIALES

Club Hem



ESTADO DE FERIA PERMANENTE

La experiencia de las editoriales
independientes argentinas 2001-2020

Daniel Badenes / Verónica Stedile Luna
(compiladores)

ESTADO DE FERIA PERMANENTE

La experiencia de las editoriales
independientes argentinas 2001-2020

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

PRESENTACIÓN

José Luis de Diego

EPÍLOGO

Alejandro Dujovne



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

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

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

ISBN 978-987-3746-43-7

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

CDD 338.470705

Primera edición Diciembre 2019

La Plata - Argentina - Indoamérica

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

Edición y corrección Mariana Sáez

Diseño de tapa Agustina Magallanes

Diseño de interiores Celestina Alessio

Fotografía de tapa Leonel Arance

Club Hem

e-mail: clubhem@gmail.com

Facebook Club Hem

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



ÍNDICE

Presentación , POR JOSÉ LUIS DE DIEGO	13
--	----

LA INDEPENDENCIA COMO POLÍTICA

1. La edición imperfecta

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

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

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

3. Relatos sobre trabajo en pequeñas editoriales

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

4. El lugar de los escritores

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

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

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

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

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

LA EDICIÓN

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

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

8. Hacia una categoría de edición-arte

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

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

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

10. Traducir literatura en la edición independiente

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

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

Capítulo 13

Las editoriales independientes y sus lectores imaginados

PAULA CUESTAS Y RODOLFO IULIANO

Este capítulo centra su atención en las imágenes e imaginarios de lector que se movilizan a través de las editoriales independientes. Los materiales empíricos con los que trabajamos son entrevistas realizadas a editores independientes y libreros que contaban con un stand en la 1° Feria de Editoriales y Revistas Independientes realizada en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la UNLP¹ los días 14 y 15 de mayo de 2015. Para ello se elaboraron, desarrollaron y analizaron doce entrevistas a editores, focalizando en las siguientes dimensiones: antigüedad de la editorial, lugar de procedencia, escala de las tiradas, características del catálogo y los lectores imaginados por las editoriales².

El capítulo se estructura de la siguiente manera: una primera instancia de presentación de los debates sobre la “independencia” en el campo literario, en particular, el campo de la edición, buscando identificar el modo en que se teoriza desde la bibliografía local sobre los lectores de estos circuitos; luego, analizaremos los aspectos emergentes de las mencionadas entrevistas; y finalmente, presentaremos las conclusiones generales que se desprenden de dicho análisis.

La configuración independiente en el campo editorial

Un conjunto de trabajos que han conceptualizado el fenómeno de las editoriales independientes (Vanoli, 2009; Botto, 2006;

1 Organizada por Secretaría de Extensión de esa Facultad, con la colaboración de Malisia, El Sur También Publica (UNQ), el Nodo La Plata de la Asociación de Revistas Culturales Independientes y el Grupo La Grieta.

2 Estas entrevistas, así como un cuestionario de aplicación virtual, fueron elaborados en el marco del Taller de Investigación en Sociología y Literatura del Departamento de Sociología de la FaHCE/UNLP. Agradecemos especialmente a Soledad Balerdi, Ornela Boix y Nicolás Welschinger con quienes compartimos estas actividades. También queremos agradecer el estímulo y el apoyo brindados por Jerónimo Pinedo desde la Secretaría de Extensión de la FaHCE/UNLP para el desarrollo de la presente investigación.

Saferstein, 2012; Szpilbarg y Saferstein, 2010 y 2014), ya abordados en otros capítulos de este libro, dan cuenta de un serie de emprendimientos editoriales cuyo derrotero no puede asimilarse por completo al de aquellas pequeñas y medianas editoriales que fueron absorbidas por los grandes grupos en las últimas décadas del siglo XX e inicios del siglo XXI, sino que emergen como formas autogestivas de organización de la producción editorial a partir de la crisis de 2001. Sus autores, además, coinciden en lo inespecífico de este término para definir a este extenso y diverso grupo de editoriales. No solo desde el mundo académico se asume esta limitación, como bien afirmaba de Diego, en la conferencia de cierre de la mencionada feria,

todos los que están ahí adentro generalmente no los conforma decir “somos una editorial independiente”, pero todos a la larga terminan llamándose a sí mismos editorial independiente. Con lo cual ese término por un lado no conforma pero por otro lado tiene cierto orgullo, porque hay una tradición detrás de ese término [fragmento de la conferencia de José Luis de Diego].

A grandes rasgos, esa tradición remite al tamaño y la nacionalidad de procedencia del capital económico; la adopción de una propuesta cultural y estética específica; las formas de organización laboral; las peculiaridades que hacen a la difusión, distribución y comercialización de aquello que editan; y el vínculo con el Estado y otros actores sociales (Saferstein y Szpilbarg, 2012). Se establece así una suerte de circuito editorial en el que sus actores, a partir de discursos y prácticas, reafirman sentidos de pertenencia, establecen fronteras morales y modelan estándares estéticos, no sin disputas y diferencias en su interior. Pese a lo problemático que resulta definir “lo independiente” en los mundos del arte contemporáneos, como bien señala Boix (2013) para las escenas musicales emergentes, consideramos que es una categoría necesaria para asir el universo en que nos centramos en el presente trabajo,

en tanto recurren a ella los propios actores del campo editorial para enmarcarse en este colectivo³. Asimismo, resulta pertinente indagar en los matices y complejidades del término según es apropiado por las editoriales, ya que entre los elementos que lo definen se encuentra la imagen de lector que construye cada editorial, tal como nos proponemos desarrollar aquí.

De acuerdo con Vanoli (2009), una de las características de las editoriales independientes es que orientan su producción a una comunidad lectora singular más que a un lector indiferenciado, entendida como una “militancia literaria”, como un espacio del que son parte tanto los lectores como los editores y los autores (p. 173). Entre los factores que destaca dentro de esta militancia, se encuentra como característica fundacional de las editoriales independientes el uso de tecnologías digitales que, por los bajos costos y la accesibilidad en el uso, potencian las posibilidades de promoción, de venta y de contacto con los lectores. La conformación de estas redes depende a su vez de la organización y participación en eventos y ferias literarias donde editores, escritores y lectores, que en muchos casos son las mismas personas pero en diferentes roles, se encuentran cara a cara y participan de diferentes performances. En la misma línea, Saferstein y Szpilbarg (2014) se refieren a las redes literarias que se configuran entre editores, lectores y otros actores intermediarios, conformando una suerte de proyecto colectivo en el que los roles asumidos por unos y otros se vuelven difusos. Hay una relación muy cercana entre editor y lector, ya que este último se vuelve clave por la dependencia que tienen estos pequeños emprendimientos respecto de esa “comunidad fiel” (p. 12) que consume sus producciones.

Tomando en cuenta lo expuesto, podemos afirmar entonces que las imágenes de lector de los emprendimientos editoriales, forman parte constitutiva de la estructura y el proceso editorial. Si entendemos a la edición como un trabajo de cooperación entramado en una estructura organizativa (Becker, 2008) podemos asumir que esas imágenes de lector van tomando forma (a la vez

³ Para un mayor desarrollo las características y sentidos nativos conferidos a dicha categoría, ver la primera parte de este libro y en particular el capítulo 1.

que repercuten) en el despliegue de las diferentes acciones editoriales que constituyen este mundo del arte, desde la propuesta de un proyecto, el trabajo con el escritor, la corrección, el maquetado, hasta la difusión en redes sociales y la participación en los eventos donde concurre la “militancia literaria”, de la cual en muchos casos los editores independientes son parte activa. Los propios editores ubican a los lectores en un lugar central de este mundo del arte:

- *¿Tu lugar en la editorial cuál es?*

-Los dos somos editores. Hacemos todo dentro de la editorial, salvo las correcciones frías. Corrección fría le decimos a una última mirada que se hace sobre la maqueta lista para entrar en imprenta, que se supone que le deben encontrar muy pocos errores. Eso se terceriza para que la mire alguien que no seamos nosotros y no nos comamos errores muy terribles. Y las traducciones, porque nosotros no somos traductores. Después diseño de tapa y maqueta lo hago yo, Hernán hace las correcciones más fuertes. La traducción se terceriza. Y después en lo que es libro hacia afuera, Hernán está mucho más encargado de la comercialización, y yo de la producción. De la parte de elegir el papel, ir a comprarlo, hablar con la imprenta, fecha de entrega, distribuidor, y toda esa pelota” [fragmento de entrevista con Víctor Malumión, editor de Godot]

La difusión también está enganchada con pensar al libro no como un objeto cerrado. El libro tiene potencialidades para abrir discusiones. Entonces si hay una charla de género en un lugar, bueno, es posible que nosotros vayamos con el puesto y esté ahí. No está pensado solamente a que se venda... sí, también está buenísimo que se venda y

que circule. Pero circule ¿para qué?: no solamente para que circule y vuelva plata por los libros, sino en los lugares donde se pueden despertar ecos y despertar ideas y generar algún tipo de diálogo. Entonces bueno, si uno va a hacer una actividad que tiene relación con alguno de los temas que está ahí, ahí sí nos interesa estar. Como otra visión si se quiere [fragmento de entrevista con David, editor de La Caldera].

Un último aspecto a señalar es que la emergencia de estos proyectos editoriales tiene lugar en concomitancia con la expansión de las tecnologías de la información y la comunicación (TI-C's) y la conformación de nuevas formas de consumo cultural y vinculaciones lectoras (Semán, 2006; Papalini, 2012, 2015). Esta expansión habilitó nuevas formas de discurso alarmista sobre la caída de la lectura (y por lo tanto de las formas civilizadas de la ciudadanía) que daban por sentado que la emergencia de las pantallas era la contracara del declive del libro y la lectura. Sin embargo, un conjunto de trabajos (Papalini, 2012; García Canciani, 2015) han mostrado que lejos de un declive en la cantidad de lectura, se está operando una mutación en el modelo lector. En este sentido, experiencias de las editoriales independientes estudiadas permiten pensar estas transformaciones, a partir de la reconstrucción de las imágenes lectoras que les sirven de inspiración, y que con su acción editorial, contribuyen a producir y poner en circulación.

Editores y editoriales

En este apartado presentaremos brevemente ciertas características de las editoriales y de los editores con quienes realizamos estas entrevistas. Consideramos que esta somera descripción puede ayudarnos a comprender mejor ciertas dimensiones de análisis que presentaremos en el apartado siguiente. Asumimos que algunas características de estas editoriales se encuentran relacionadas con las imágenes de lector que esgrimen.

De las entrevistas surge que muchos de los editores se definen también como dueños o empleados de librerías por donde circulan las producciones de las editoriales independientes. Por ejemplo, uno de los entrevistados era el librero de un stand donde se vendían libros de su editorial pero también de otras con las que comparten un catálogo y un público similar. En algunos casos, esto supone un auténtico “funcionamiento rotativo y colectivo”, plantean, ya que según el libro o la colección que se edite varía quién hace el contacto y lleva adelante el trabajo con los autores, quién corrige, quién diseña y quién imprime. Esto, por supuesto, depende de la antigüedad y el tamaño de cada editorial. Tampoco es homogénea su identificación como “editores independientes”. De hecho, nos encontramos con discursos que ponían en cuestión dicha categoría, pero afirmaban su pertenencia a ese mundo del arte (tal como menciona de Diego):

-¿Vos dirías que la editorial es una editorial independiente? ¿Por qué?

- Lo de independiente es bravo. Nunca ni la pensamos. Nunca nos describimos de esa manera porque no sé qué es independiente. Yo nunca la entendí. Cuando uno ya se forma y es un trabajo y te levantás con eso y te vas a acostar pensando en eso y charlamos de eso, la palabra independiente, creo que todos los que están acá uno lo piensa: que editar, que no, cómo hacerlo, de dónde sacar plata. No sé qué no es independiente, no sé. Hasta con editoriales más grandes [...] Creo que hoy es el rótulo que se le pone, a la feria se le puso independiente y es para explicar un poco que puede haber [...] Si yo la describiría diría que es una feria de editoriales argentinas con bastante producción y activas [fragmento de entrevista con editores de Iván Rosado].

Al momento de la realización de estas entrevistas, la mayoría de las editoriales que componen esta muestra eran relativamente

recientes: al menos seis no tenían más de cuatro años de antigüedad. En varios casos fue difícil precisar el momento “fundacional” de cada una de ellas ya que en más de una oportunidad lo que finalmente se transformó en una pequeña editorial, comenzó siendo una librería o un proyecto similar en su perfil pero ligado a otras propuestas, como la publicación de una revista, por ejemplo.

La mitad de los entrevistados trabajaba en Capital Federal. Las otras ciudades que se mencionan como lugar de procedencia son La Plata (en dos casos), Rosario y Mar del Plata. Los propios editores se refieren a esta suerte de circuito que se entabla en torno a las grandes urbes de nuestro país. En este sentido, las ferias del libro independiente, festivales, charlas, propician la expansión de este “mundo del arte” aunque centrado y acotado a estos lugares; como en el mundo del trabajo artístico (Rius-Ulledemolins, 2014) en este caso también podemos pensar en una gran correspondencia entre centros urbanos y concentración editorial.

Los catálogos son variados. Nos hallamos frente a editoriales que se dedican a la publicación de trabajos de tinte académico, especialmente en el ámbito de las ciencias sociales y las humanidades. Encontramos, además, ensayos filosóficos, políticos, literarios. También hay una creciente publicación de textos sensibles a distintas problemáticas de género. Finalmente, podemos ver en los stands de editoriales independientes textos literarios, poesías, fanzines y otros formatos.

Imágenes de lector(es)

Descripto someramente este escenario, pasemos a hablar de los lectores esperados y proyectados por estos editores. Estos imaginarios, sin lugar a duda, emergen en relación con las dimensiones anteriormente mencionadas. Durante nuestras entrevistas frente a la pregunta por el tipo de lector que imaginan recibimos respuestas como la siguiente.

Es alguien que por algo te conoce, o lo escuchó nombrar, o vio una tapa, no es alguien que cae de la nada y dice 'ah bueno, lo voy a llevar'. Es

muy raro que alguien que vaya a pasear la feria del libro oficial, que no conozca este material, compre un libro de estos. Más que nada con poesía. En el Encuentro de la Palabra me pasó que iban familias caminando, paraban con un libro: 'ay qué lindo, qué linda tapa', abrían, poesía, 'ah, poesía no', y lo soltaban, 'no, poesía no'... pasa eso, viste, pero bueno, si te conocen o tienen la referencia de otro libro que editaste, por ahí se arriesgan y compran pero sino medio difícil [fragmento de entrevista con Juan Alberto, editor de Años Luz].

Más allá de la especificidad del catálogo de esta editorial, hay una percepción común de que ese lector o lectora es un actor de un determinado circuito, habituado a ciertas prácticas e inclinado por ciertos consumos. Como dice el entrevistado, no cualquiera llega a estos libros y no por un juicio o refinamiento estético sino principalmente por el hecho de frecuentar ciertos circuitos. Esto se constata con mayor énfasis en las editoriales más antiguas las cuales ya tienen una clientela más o menos estable y refieren a sus lectores de una forma bien delimitada, apuntando a su permanencia. Un discurso similar encontramos en quienes trabajan en librerías que comercializan este tipo de publicaciones, en las que hay un contacto directo y presencial con los lectores. Por el contrario, en las editoriales más nuevas y pequeñas, en las que aún resulta difícil pensar en "vivir de la editorial", hay imaginarios algo más eclécticos respecto del tipo de lector que esperan, aunque siempre enmarcado en esta pertenencia a un cierto mundo del arte. En cualquier caso, hay una valoración positiva de esa inscripción "no conocemos muchos lectores o consumidores de nuestros libros que no vengan del mismo rubro. Creo que son del mismo rubro y bueno, me parece que no está mal" [fragmento de entrevista editores de Iván Rosado]. Se refuerza así esta idea de encontrarnos frente a un lector integrado a una determinada red, direccionado por ciertas referencias sobre las editoriales.

A su vez, es interesante retomar el caso de una editorial de CABA, con 10 años de antigüedad al momento de la realización de las entrevistas, que se especializa en un tipo particular de textos: aquellos que versan sobre la industria musical o alguna rama del mundo de la música. Recuperamos la situación de esta editorial ya que resulta ejemplificador de algunos de los puntos que afirmamos en el párrafo precedente y hecha luz otra otras recurrencias. De acuerdo con el discurso de su editor, pese a estar pensando en un tipo específico de textos, no tiene una imagen del todo clara respecto del lector que espera. Sin embargo, sí es evidente que ese lector debe ser alguien que bien puede no ser especialista en el tema pero que necesariamente tiene que tener cierta disposición a un tipo de lectura. Subyace (en este como en casi todos los casos) una valoración positiva del lector, “un tipo de lector que yo llamo lector humano, el tipo que lee no ficción. Es el lector que sabe de cine, de literatura, de artes plásticas, de historia, de filosofía, de sociología...” [fragmento de entrevista con editor de Gourmet Musical]. Podemos encontrar, inclusive, ciertas referencias al lector como un amigo, porque de hecho lo es o por la imagen que de él se proyecta:

...qué sé yo, yo pienso mucho en Mariano [Blatt], o sea cuando leo un libro eh, pienso un poco en él, qué le parecerá, pienso en lo que me gusta a mí y después pienso un poco en él y si me gusta algo en seguida lo consulto; o no me gusta algo, digo, le hago un comentario [...], después hay algunas amistades, digamos, depende del género para algunas cosas, mi mujer, amigos, este, depende del género, pienso en ellos como lectores y los consulto. [fragmento de entrevista con Damián Ríos, editor de Blatt y Ríos]

No solo el lector goza de esta valoración: el propio editor se percibe a sí mismo como “un buen lector, alguien que le sobra el entusiasmo para mostrar eso que lee a otra gente” [fragmento

de entrevista con Damián Ríos, editor de Blatt y Ríos], alguien que se inclina por los mismos gustos y consumos estéticos. Podemos sostener que el imaginario de lector del editor independiente tiene sustento en una autoimagen del editor como un sujeto habituado a leer: “los editores nos consideramos buenos lectores, entonces la tarea nuestra es estar atentos a lo que está sucediendo, digamos, en la escena literaria local [...] el editor es el primer lector me parece” [fragmento de entrevista con Agustín Arzac, de EME editorial y Malisia Libros].

Por otro lado, y sobretodo en aquellas editoriales más nuevas, encontramos discursos que resaltan la necesidad de empezar a producir a ese lector esperado, “puntualmente nosotros apuntamos más que nada a generar nuevos lectores” [fragmento de entrevista con Manuel Passaro, editor de La Bola]. Un lector que puede ya ser parte de este circuito, pero que es nuevo para la editorial y del que, en tanto actor inserto en este entramado, se espera una cierta vinculación con el texto: “por ahí no es un lector que consume simplemente un texto, sino que ese texto de alguna forma le transforma la vida y le sirve para seguir transformando el espacio que los rodea, ¿no?” [fragmento de entrevista con David Barresi, editor de La Caldera]. En ese sentido, podemos ver cómo se actualizan, a través de los imaginarios de los editores, ciertas fronteras morales y estándares estéticos propios del circuito “independiente”.

Otra de las dimensiones que emergen es el estrecho vínculo entre universidad y mundo editorial independiente, especialmente en aquellas editoriales que se especializan en la publicación de textos académicos aunque no sólo ellas: se apunta en general a un “lector inquieto que le gusta divagar entre la filosofía y la poesía” [fragmento de entrevista con editores La Cebra], entre lo académico y lo literario. El imaginario es entonces el de un lector con cierto recorrido educativo y con determinadas inclinaciones académicas, “no es algo que busquemos pero se da, nuestros lectores vienen muchas veces de las facultades” [fragmento de entrevista con Agustín Arzac, de Malisia]. En este punto, vale la pena advertir que pese a la limitación que puede

suponer trabajar con una base de datos generada a partir de un evento que tuvo lugar en una institución universitaria, consideramos que esta aproximación puede ser una primera pista para indagaciones futuras.

Hay otros factores que también podemos considerar al pensar en los lectores que están esperando encontrar estos editores y en los alcances de sus publicaciones. El tamaño de la tirada en relación con los costos por la impresión no parece ser un detalle menor. Por un lado, tiene sentido imprimir más libros para abaratar los costos por unidad; por el otro, una mayor cantidad de publicaciones implica (generalmente) mayores gastos de distribución, algo que se vuelve significativo especialmente para aquellas editoriales más pequeñas. Encontramos también otro tipo de decisiones que si bien parecen de orden “técnico”, también pueden estar hablándonos de ciertas iniciativas definidas en función de los lectores esperados.

Una cosa era lo que apuntábamos, y otra fue lo que realmente pasó. Cuando sacamos la revista apuntamos a veinte años, diciendo “sí, van a venir todos, se van a re copar” y todos se querían mamar y seguir de fiesta [...] Y empezamos a ver que nos compraban todos chabones de 35 para arriba viste. Y eso nos llamó la atención, y eso nos dio pauta por ejemplo con la tipografía. Nosotros con la tipografía imprimíamos tipografía 8 para meter más texto y dar más volumen, y el tipo claro lo ojeaba y miraba y decía “¿esta paja la tengo que leer en tipografía 8? ¡no leo, necesito cuatro anteojos para leer esto!”. Y eso fue algo que respetamos mucho en los libros. Entonces, volviendo a tu pregunta, nosotros sabemos que apuntamos a, como muy joven va a tener 25 años [fragmento de entrevista con Víctor Malumián, editor de Godot].

ESTADO DE FERIA PERMANENTE SE TERMINO DE IMPRIMIR EN
DICIEMBRE DE 2019, EN LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES.

LOS LIBROS DE CLUB HEM SON DISTRIBUIDOS POR

MAUSA
malisadistribuidora@gmail.com



En las primeras dos décadas del siglo XXI proliferaron en la Argentina centenares de pequeñas editoriales, usualmente llamadas "independientes". Este libro propone una mirada panorámica y polifónica sobre ese sector, que se detiene en aspectos económicos y organizativos, en momentos y perspectivas del trabajo editorial que definen el catálogo, y en los ámbitos de circulación y formación de comunidades de lectura.

Autoras y autores

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

ISBN 978-987-3746-43-7

