

Las editoriales cartoneras y los procesos de empoderamiento en la industria creativa mexicana

Por *Jania KUDAIBERGEN**

I. Las editoriales cartoneras y su expansión en América Latina

DURANTE EL AÑO 2003, en plena crisis económica, dados los altos precios del papel y las políticas de las grandes empresas editoriales, surge en Argentina un proyecto llamado Eloísa Cartonera: la idea es publicar a autores desconocidos, locales, imprimir con la propia impresora, usar cartón reciclado para elaborar las tapas de los libros, vender las obras a precios asequibles y trabajar en colectivo. El nombre se debe a los cartoneros de Buenos Aires, personas que recogen el cartón de la basura para venderlo. Los fundadores de Eloísa les compran el cartón a un precio más alto que el de las plantas de reciclaje y los invitan a encuadernar y editar los libros. Las tapas se pintan también entre los integrantes del colectivo, amigos, artistas y quienes pasen por su taller, con ello se logra hacer de cada libro cartonero una pieza única. Así es como nace un modo más socialmente inclusivo de hacer libros y transformar la basura en arte. Washington Cucurto, ilustre cofundador de Eloísa, establece claramente que su objetivo es “apropiarse del libro como arma contra las injusticias del capitalismo salvaje. Conseguir que los libros den trabajo a cinco muchachos cartoneros, convertidos en montadores de libros. Trabajar sin subvenciones ni ayudas”.¹

Los libros cartoneros por lo regular no tienen número estándar internacional del libro o ISBN, por sus siglas en inglés: no están registrados, se hacen artesanal y artísticamente en encuentros a veces formales, muchas veces informales, en un taller o en la casa de los propios editores y se distribuyen de la manera que sea posible, en alguna feria del libro independiente, en presentaciones, por

* Doctoranda en la Facultad de Filología Romance de la Ruhr-Universität Bochum, Alemania; e-mail: <simhooli@yahoo.com>.

¹ Citado por Lidia Bravo, “De la basura a los libros singulares”, *El Mundo* (Madrid), núm. 5 357, 9-VIII-2004).

contactos o en las redes sociales.² Por consiguiente, lo que marca la diferencia entre las editoriales cartoneras y las tradicionales es sobre todo su modo de funcionar: desde la producción, la difusión, el trabajo en colectivo, hasta la impartición de talleres, pero en todas esas actividades podemos observar una aproximación que no sigue la lógica del mercado neoliberal, sino más bien pautas ideológicas.

El fenómeno de las cartoneras se expandió de manera impresionante y rápida por América Latina: en Perú apareció Sarita Cartonera, Animita Cartonera en Chile, en Bolivia Yerba Mala Cartonera, Dulcinea Catadora en Brasil, Yiyi Jambo en Paraguay, hasta llegar a México en el 2008 con La Cartonera, establecida en la ciudad de Cuernavaca. Aunque cada una opera con sus propios criterios, ideologías y formas de elaborar y difundir los libros, el autoimpuesto apellido *Cartonera* es lo que une a estas editoriales, lo que implica valores compartidos y cierto sentimiento de pertenencia a la “familia cartonera” panamericana/global.

Mientras en Argentina la idea de una editorial cartonera surgió de la precaria situación económica que se vivía, en México fue fruto “más bien de talleres culturales, colectivos editoriales de número y recursos variables para encontrar nuevos canales de distribución, fuera de los académicos y/o los institucionales”.³ La idea de hacer un libro de manera sencilla, que hiciera posible la integración de técnicas artístico/artesanales de encuadernación y que al mismo tiempo reciclara el cartón tuvo mucho éxito en México, éxito que puede medirse por la tremenda multiplicación de editoriales cartoneras desde el 2008. Actualmente en distintas partes de la República se cuenta con numerosas cartoneras tales como Kodama Cartonera (Tijuana), Cohuiná Cartonera (Chiapas) o La Rueda Cartonera (Guadalajara). Esa repercusión en México se debe al menos a dos factores: la “cultura de artesanía” ha generado una abundante producción de objetos entre los cuales se encuentran libros y libretas artesanales, además de creaciones de la cartonería popular como los alebrijes, las piñatas etc.; el segundo factor lo constituye el hecho de que en el ámbito literario México cuenta con una práctica propiamente tradicional de “hazlo tú mismo”. Los movimientos contraculturales en los

² En este trabajo usaré el término *cartonera/o* como adjetivo y como sustantivo, en el segundo caso para referirme a las editoriales de ese tipo, según el uso establecido en el habla común del medio.

³ Aurelio Meza, “Editoriales cartoneras: hacia una posible genealogía”, *Radiador Magazine* (México), núm. 36 (abril de 2014), pp. 62-83.

años sesenta del siglo xx, la aparición de editoriales independientes e incontables revistas y fanzines (revista de bajo presupuesto reproducida por fotocopias), hicieron popular autoeditar en forma independiente con los recursos y materiales que estuvieran a mano; lo novedoso fue que la edición ya no se limitaba a profesionales, sino que personas ajenas a ese ámbito podían apropiarse de ella.⁴ Tales desarrollos allanaron el camino para la efervescencia y diversidad de las editoriales subversivas y alternativas que existen en la actualidad.

Por ello resulta casi natural que la idea de las editoriales cartoneras, con su doble función de libro-objeto, se integre de manera tan fácil en estas corrientes artístico-literarias ya que la propuesta sigue siendo la misma: producir y difundir literatura/arte en un espacio alternativo o paralelo y fuera del discurso dictado por el mercado neoliberal encabezado por las instituciones de gobierno y las grandes empresas.

II. La economía, las industrias creativas y el mercado editorial actuales en México

LAS editoriales cartoneras y alternativas mexicanas se desarrollan en un “ambiente de precarización laboral y de desestructuración empresarial vertical”,⁵ lo que señala una paulatina fragmentación del mercado neoliberal y una falla al aplicar un modelo norteamericano a la economía mexicana. Desde la implementación del Tratado de Libre Comercio (TLC) y su entrada a la Alianza para la Seguridad y la Prosperidad de América del Norte (ASPAN), México ha presenciado cambios fundamentales en el sector económico, político y cultural.

La apertura económica, favorable al sector privado, nacional y extranjero, ha dado paso a una ocupación integral en todos los ámbitos de la vida en México, en los que domina un “‘imperialismo colectivo’ encabezado por Estados Unidos”.⁶ Hegemonía que abarca no solamente los sectores económicos y políticos, sino también la cultura, que siempre está “entrelazada a (y no derivada de) los pro-

⁴ Como en el caso del Movimiento Punk, en el que el fanzine representa un elemento intrínseco de la subcultura.

⁵ Raúl Marco del Pont Lalli y Cecilia Vilchis Schöndube, “Editores independientes jóvenes”, en Néstor García Canclini y Ernesto Piedras Fera, comps., *Jóvenes creativos: estrategias y redes culturales*, México, UAM/IP, 2013, p. 59.

⁶ Gilberto López y Rivas, “La recolonización de los territorios en la globalización neoliberal”, *En el Volcán* (Cuernavaca, Morelos), núm. 22 (junio de 2013), p. 2.

cesos de la economía-política”.⁷ Al reconocer ese estrecho lazo entre capitalismo y cultura nos alejamos de un reduccionismo económico para el cual la última tiene una función meramente instrumental en favor de los procesos de acumulación capitalista.⁸ Dicha colonización vertical de la cultura está presente en todos los medios de comunicación, desde películas y música hasta el mercado editorial, el cual ha tenido reconfiguraciones tremendas en las últimas décadas.

Históricamente destinado al reducido público constituido por la élite, el editorial llegó a transformarse en un mercado homogeneizado diseñado para las masas, proceso que se intensificó con el desarrollo de la tecnología informativa, la facilitada interconexión mundial y la masificación de la cultura. En el ámbito cultural, el debilitamiento del aparato estatal mexicano permitió que poco a poco se instalara el sistema neoliberal y abriera los caminos a la inversión extranjera y las empresas transnacionales.

En el mercado editorial latinoamericano actualmente predominan las grandes empresas transnacionales que dictan el discurso y conforman el centro de poder en esta área. Grupos como Planeta tienen su sede en España y sucursales en nuestra región, donde compran editoriales y así se expanden. En Argentina, por ejemplo, las transnacionales conforman más de la mitad del mercado, mientras México alberga la máxima cantidad de editoriales transnacionales en la región.⁹ En esta globalización unidireccional podemos observar relaciones desiguales en el hecho de que haya más importación, reedición y distribución de ediciones españolas a América Latina que viceversa.

Situación actual de la edición independiente en México

El mundo de la edición en México está viviendo la denominada “crisis del sector”, en la que prevalece la sobreproducción, la sobreinformación, la falta de compradores, el decreciente poder de las grandes empresas y la emergencia de múltiples proyectos alternativos, digitales y en papel. Los grandes grupos tienen el

⁷ Santiago Castro-Gómez y Ramón Grosfoguel, *El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*, Bogotá, Siglo del hombre, 2007, p. 16.

⁸ *Ibid.*, p. 18.

⁹ Véase José Ignacio Padilla, “Unabhängige Verlage in der spanischsprachigen Welt”, en Marco Thomas Bosshard, ed., *Buchmarkt, Buchindustrie und Buchmessen in Deutschland, Spanien und Lateinamerika*, Berlín, Litverlag, 2015, pp. 101-119.

“monopolio de la producción, la reproducción y la manipulación legítimas de los bienes simbólicos y del poder correlativo de imposición legítima”.¹⁰ Son ellos los que se encargan de la edición, distribución, venta y promoción de los libros, lo que ha transformado las relaciones entre autor, editor, obra y lector.

Desde hace tres décadas en el ámbito mexicano existen editoriales medianas y pequeñas como Sexto Piso, Morbo o Resistencia. Uno de los obstáculos con los que se enfrentan esas empresas independientes es la distribución y la lucha por la preservación de su identidad cultural. Cuando no son compradas por conglomerados y obligadas a conformarse a las pautas del mercado editorial, buscan distribuir sus libros por canales alternativos. Algunos están en bibliotecas, la mayoría se vende en librerías, ferias del libro o en el marco de ventas extraordinarias.

En México hay cada vez menos librerías por habitante, por lo que las editoriales independientes muchas veces se ven obligadas a luchar por su supervivencia.¹¹ Debido a ello, algunas se han agrupado para formar empresas como Editores Independientes o Alianza Internacional de Editores Mexicanos Independientes (AIEMI). Sin embargo, por la arraigada tradición de promoción estatal de la cultura, becas, subvenciones y fondos como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) o el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (Fonca), las editoriales independientes de México son de hecho las más dependientes del Estado en comparación con el resto de América Latina.¹² Por tal razón, el término *independiente* se vuelve cada vez más polémico en el ámbito editorial mexicano. Lo que inicialmente se entendía bajo ese término, fue una independencia económica de conglomerados empresariales y grupos de inversión.¹³ Sin embargo, hoy muchos editores de proyectos pequeños o medianos prefieren distinguir entre las editoriales “independientes” y las “alternativas”.¹⁴ Ante esa situación, en la

¹⁰ Pierre Bourdieu, “El mercado de los bienes simbólicos”, en *id.*, *El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010, pp. 85-152.

¹¹ Véase Marcelo Uribe, “Perspective of a smaller Latin-American publisher”, en DE: <<http://www.editoresindependientes.com/informacion/perspective-of-a-smaller-latin-american-publisher.pdf>>. Consultada el 22-1-2015.

¹² Padilla, “Unabhängige Verlage in der spanischsprachigen Welt” [n. 9], p. 107.

¹³ *Ibid.*, p. 102.

¹⁴ Por esta razón usaré el término *alternativa/o* en este trabajo para referirme a las editoriales y editores que no tienen un renombre como las supuestas “independientes” que, en parte, son hasta subsellos de grandes editoriales, como en el caso de Alfaguara o

actualidad las únicas dos opciones para una editorial independiente en el mercado son “transformar el espacio” o “luchar por hacerse un nicho en éste”.¹⁵

No obstante, una editorial que no sigue los cánones comerciales encuentra muchos obstáculos para consolidarse: esquemas limitados de distribución, pocos lectores habituales y escaso apoyo del Estado (y el último, cuando se realiza trae consigo condiciones desfavorables para los independientes, por lo que muchas veces se rechaza el financiamiento estatal). Por ende, un fenómeno muy común entre las editoriales alternativas es su colapso al cabo de un periodo bastante corto, ya sea por falta de recursos y apoyo o por divergencia de intereses entre los integrantes. Esta existencia efímera también tiene que ver con el hecho de que los editores estén “haciendo lo que les gusta”, un cambio drástico al modelo de trabajo que heredamos de las generaciones anteriores. La libertad creativa es uno de los aspectos fundamentales en la edición alternativa, y en el mercado el precio que se paga por eso es carecer de integración en una infraestructura económica estable.

A pesar de estas complicadas circunstancias, muchos editores alternativos prefieren trabajar en la precariedad ya que la emprendeduría por su cuenta es un espacio que les permite realizar sus propias ideas, subsistir y al mismo tiempo desarrollarse personalmente.¹⁶ Un estudio reciente, enfocado en jóvenes que trabajan en forma independiente en la industria creativa en México, demuestra que el autoempleo y la emprendeduría propia se volvieron fenómeno característico de una generación que se encuentra con pocas opciones laborales satisfactorias a largo plazo debido a la incapacidad del modelo neoliberal y la falta de empleo. Las editoriales cartoneras forman parte de esas formas precarias de producir y distribuir bienes culturales, por lo que actúan al borde del mercado o en un mercado paralelo, casi invisible para la gran industria.

Punto de Lectura, que pertenecen a Santillana, la cual a su vez pertenece al Grupo Penguin Random House, un conglomerado multimedial. Pero también usaré esos términos para distinguir entre las independientes que de cierta manera ya lograron establecerse, como Sexto Piso, y las alternativas que no son siquiera visibles para el mercado, editoriales no registradas, artesanales, con tirajes bajos; aunque los dos últimos tipos comparten una ideología similar: fines no principalmente comerciales, sino la difusión y recuperación de literatura poco conocida.

¹⁵ Padilla, “Unabhängige Verlage in der spanischsprachigen Welt” [n. 9], p. 102.

¹⁶ Véase Del Pont Lalli y Vilchis Schöndube, “Editores independientes jóvenes” [n. 5], pp. 57-87.

III. Las editoriales cartoneras, su modelo de trabajo y sus herramientas de empoderamiento

A continuación presentaré la concepción y el modelo de trabajo de las cartoneras, lo que les ha permitido apoderarse del discurso capitalista, actuar desde la supuesta periferia e independizarse, hasta cierto grado, del centro.¹⁷ Son los aspectos fundamentales que distinguen a las cartoneras de las editoriales que manejan políticas mercantilistas, diseñadas para servir al sistema neoliberal: los conceptos y motivos de los editores, la elaboración y distribución de los libros, el sentido de compromiso social y la editorial cartonera que funciona como plataforma multifuncional y multimediática.

Parte esencial de las fuentes usadas para la elaboración de las categorías anteriores son las entrevistas que durante el trabajo de campo en 2014 realicé con integrantes de varias editoriales cartoneras en México, así como las observaciones participativas en lecturas de poesía y encuentros informales de literatura y formales como la Feria Internacional del Libro en el Zócalo, el Encuentro de Editores Independientes (Edita) o las Noches Cartoneras en Guadalajara.¹⁸ Otras fuentes significativas provienen de manifiestos de las propias cartoneras (un rasgo muy característico), y de sus respectivas páginas en Internet. Asimismo habría que mencionar la colección *Akademia cartonera: un ABC de las editoriales cartoneras en América Latina* de la Universidad de Wisconsin, que contiene artículos escritos *sobre y por* las cartoneras, lo que la introduce al discurso académico.¹⁹

Los editores cartoneros:
ideología, impulsos y el amor al libro

Algunos editores de cartoneras carecen de experiencia en la edición, muchos ya han trabajado en el medio y tienen otros proyectos al

¹⁷ El término *empoderamiento* surge de discursos académicos y políticos en cuestiones de género y étnicos; su uso se refiere a un fortalecimiento social, económico o político de individuos y comunidades, implicando desarrollos positivos para su situación y la concientización de sus propios poderes o capacidades.

¹⁸ En este trabajo cuando me refiero a “las editoriales cartoneras” y a sus editores no busco generalizar ya que cada cartonera es única e individual y tiene sus propios principios y objetivos. Cuando me refiero a ellos con un término general es siempre con la conciencia de que no necesariamente se extiende a todos, sino más bien a la mayoría de aquéllos con los que he trabajado.

¹⁹ Ksenija Bilbija y Paloma Celis Carbajal, comps., *Akademia cartonera: un ABC de las editoriales cartoneras en América Latina*, Madison, Parallel/University of Wisconsin-Madison Libraries, 2010.

mismo tiempo, como por ejemplo revistas (en los casos de La Cartonera o La Rueda Cartonera). A veces vienen de ámbitos distintos, como las artes visuales y plásticas o son propiamente escritores que buscan cómo publicar sus obras.

Dado que se ven obligados a aprender todos los procesos en la cadena de producción y distribución de un libro, obtienen diversas habilidades: pueden ser simultáneamente autores, artistas, editores y distribuidores. Esta característica de multifuncionalidad de los editores alternativos es un aspecto típico de actores creativos que se arriesgan a una emprendeduría propia.²⁰ Adquieren el conocimiento necesario a través de la práctica, de un “arrojarse a lo desconocido” sin tener experiencia previa.

Casi todos los editores cartoneros tienen más de un trabajo al que aúnan su pasión por el proyecto alternativo. La mayoría enfrenta pérdidas con la venta de sus libros y se ve obligada a invertir capital propio para sostener el proyecto. Cabe mencionar que en su mayoría las cartoneras funcionan como proyectos autosustentables; las ganancias casi siempre se reinvierten en la editorial para recuperar los gastos de materiales, pagar viajes a alguna feria, dar a luz una nueva edición etc. Muchos editores trabajan sin fines de lucro y reiteran que es por puro amor al libro, a la lectura.

Una preocupación fundamental de muchas cartoneras y que impulsó la fundación de Eloísa en Argentina, es el acceso democrático al libro, exigencia que a finales del siglo xx apareció en la edición independiente en América Latina bajo el término *bibliodiversidad*: diversidad cultural en cuanto a producciones editoriales y acceso libre a las obras a precios asequibles. El punto de partida es la inconformidad con el proceso de mercantilización editorial que se torna “incompatible con la creación y la difusión de bienes culturales”.²¹

La aspiración a democratizar el libro difiere fuertemente de la lógica neoliberal: la venta de un libro no está en el primer plano, como es el caso de las grandes empresas; y aunque muchas editoriales cartoneras en México en un principio siguen esta pauta, la ideología no siempre coincide con la práctica. Pocas cartoneras venden sus libros a precios accesibles, ya que se pone mucho cuidado en que haya una valoración y una equivalencia proporcionales al

²⁰ Véase García Canclini y Piedras Fera, comps., *Jóvenes creativos: estrategias y redes culturales* [n. 5].

²¹ Editores Independientes, “Declaración de los editores independientes del mundo latino”, 2005, en DE: <<http://www.editoresindependientes.com>>.

esfuerzo intelectual, artístico y artesanal invertido. Por lo mismo, las cartoneras de México operan en un nicho distinto y con un público más selectivo que su predecesora argentina. Se integran al contexto socioeconómico, demográfico y cultural idiosincrásico mexicano, por lo que inevitablemente se sumergen en un discurso establecido de antemano.

Mariana Rodríguez, cofundadora de Cohuiná Cartonera de Chiapas, explica que la intención de su editorial es “que la literatura sea una fiesta y que esté al alcance de todos”.²² Los libros de Cohuiná son bastante elaborados, están hechos con sumo cuidado y los precios varían. Para Cohuiná el objetivo primario fue “difundir autores no reconocidos chiapanecos, que de alguna manera estaban metidos en el *Underground* [...] que no entran en [...] el canon literario chiapaneco”.²³ Se busca difundir “literatura que transgreda, que proponga”.²⁴

En el ejemplo anterior vemos que si bien el acceso democrático del lector al libro no necesariamente conforma el enfoque de la cartonera, la accesibilidad puede, sin embargo, implicar también la del autor a una editorial: las cartoneras en su mayoría echan a andar sus proyectos para publicar a autores (muchas veces los propios editores) que todavía no tienen publicaciones, a escritores que conocen o a gente de la misma localidad que difícilmente lograrían ver publicadas sus obras por una editorial grande.

En muchas cartoneras alienta un espíritu subversivo que va en contra de las pautas de las obras comerciales concebidas para las masas. La Rueda Cartonera, en Guadalajara, se compromete a publicar a “los impublicables, los marginados, los que se oponen al sistema y reniegan de las formas cuadradas y lo comercial”, como explica en su página de Internet. Un buen ejemplo es María Villatoro, poeta publicada por Ediciones Ají, en Puebla, editorial que también elabora sus libros con cartón. Ella se considera una poeta “callejera”, del *Underground*, que recita sus poemas en cantinas, en la calle o en el metro; para ella las cartoneras son precisamente una propuesta de transgresión que se opone al sistema por el simple hecho de que los libros se fabriquen con las manos y no con máquinas. Al publicar a estos autores marginales, los editores cartoneros pretenden romper con el esquema editorial.

²² Entrevista personal con la autora Mariana Rodríguez, 22-viii-2014.

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid.*

No obstante, las cartoneras mexicanas no solamente se enfocan en escritores desconocidos, sino también en autores de vanguardia que tienen cierta fama, como el mexicano Mario Santiago Papasquiaro del movimiento poético infrarrealista o el poeta peruano Enrique Verástegui del Movimiento Hora Zero. Inclusive se han publicado autores de renombre como Mario Bellatín o Juan Villoro (por La Cartonera). Lo que parece una contradicción no necesariamente lo es: se busca publicar a todo tipo de autores precisamente para “desacralizar” al libro y descentralizar su forma tradicional. La edición cartonera es una herramienta que rompe con el concepto del libro como bien de *alta cultura*, reservado para la élite; al usar el cartón (basura convertida en objeto de valor) se pretende “bajar” la cultura con el fin de hacerla más tangible y acercarla a la “gente común”. Y como antes se ha expuesto, queda la duda si este fin realmente pueda lograrse dado que el mercado editorial mexicano enfrenta muchos obstáculos: demográficos, de alfabetización, de acceso al libro por la población de pocos recursos, de distribución y del muy reducido público objetivo.

Copyleft, Creative Commons y libre circulación de bienes culturales

En las últimas décadas se ha abordado el concepto de los derechos patrimoniales sobre los bienes culturales y su libre circulación. El avance de la tecnología y el uso extensivo de la Internet para acceder a obras culturales en todo el mundo han generado muchas polémicas en torno de los derechos de autor. Por mucho tiempo, el *copyright* garantizaba la protección de los derechos de autor en detrimento de los derechos patrimoniales que se veían restringidos. Como contrapeso surgió el *copyleft*, licencia que permite la libre distribución de copias de una obra, siempre y cuando se reconozcan los derechos de autor. Algo similar pasa con Creative Commons, una organización que ofrece herramientas jurídicas tales como licencias de derechos de autor que otorgan permiso al público para compartir obras creativas bajo las condiciones que el autor establezca.

Entre las editoriales cartoneras de México hay varias que usan el logotipo de Creative Commons o *copyleft* con la explicación en la página de créditos de que “[tal] obra está bajo una licencia Reconocimiento-No comercial México de Creative Commons” (Cohuiná Cartonera), o bien que se “permite la reproducción inte-

gral o parcial únicamente con la autorización del autor y editores de esta obra” (La Cartonera). Además, casi todas tienen presencia en Internet, ya sea a través de una página o de un blog en que suben una versión en el formato PDF de las obras publicadas en papel para que la gente pueda descargarlas sin costo alguno. En México, como en muchas otras partes de Latinoamérica, se sufren las consecuencias del TLC, y una gran parte de la población no tiene acceso a obras culturales de costo alto como libros, discos o películas originales, parece incluso lógico que las descargas en Internet se vuelvan el modo más común de acceder al patrimonio cultural de la humanidad. Pese a que el mercado neoliberal se opone cada vez con más ímpetu, por medio de leyes y castigos contra aquello que llama “piratería”, no ha podido parar la tendencia a las descargas libres que sigue creciendo.

En los círculos de la edición alternativa y cartonera se habla mucho del “derecho a la cultura, al arte, a la edición”. Comparten la visión de un acceso equitativo a lo que finalmente es la educación, lo que confluye con las tendencias globales hacia la circulación libre de bienes culturales de las últimas décadas. En sus “diez tesis en favor de las descargas libres de bienes culturales en Internet”, el filósofo mexicano Enrique Gallegos aboga por la divulgación y preservación del patrimonio cultural para que personas de escasos recursos accedan a bienes culturales y agrega que tales bienes no son mercancías, por lo tanto sus criterios de estimación “no obedecen a las reglas del mercado, sino a las de lo imponderable e ilimitado”.²⁵

Sin embargo, hay quienes critican la noción de la bibliodiversidad y el patrimonio común porque consideran problemáticos los criterios para reconocer la imposición y autolegitimación de una minoría, y ponen en duda si

antes de proteger la cultura no sería más urgente [...] cambiar las condiciones materiales de las poblaciones? [...] para que éstas así pudieran no sólo consumir los productos de multiculturalidad sino también producirlos y distribuirlos?²⁶

Es justo reconocer en este punto que las cartoneras pueden crear un puente entre las obras culturales y el poder de producirlas,

²⁵ Véase Enrique Gallegos, “Diez tesis en favor de la descarga libre de bienes culturales”, *La Jornada* (México), 24-07-2012.

²⁶ Padilla, “Unabhängige Verlage in der spanischsprachigen Welt” [n. 9], p. 109.

manipularlas y hacerlas circular, tanto entre ellos mismos como editores, como entre la “gente común” que no trabaja en edición.

Producción

El proceso de producción de libros cartoneros es en gran parte artesanal y artístico. El proyecto surge primero como idea entre una o varias personas; algunas tienen talleres para imprimir y encuadernar mientras otras lo hacen en sus casas. La conexión entre el material, el cartón y el proceso de elaboración del libro es esencial para las editoriales cartoneras. La editorial establece una relación con el cartón como símbolo del consumismo capitalista, como un desecho al que se le agrega un nuevo valor al reciclar algo que es basura y convertirlo en literatura, en arte. El cartón se recoge casi siempre en supermercados, tiendas de conveniencia, la calle o propiamente en los basureros: “Y sí creo que [la editorial cartonera] es una respuesta a todo eso ¿no? A estas tecnologías, a estos días en que cualquier cosa no importa, voy al Sanborns, voy al Oxxo y ya ¿no?”, dice la editora Mariana Rodríguez. “Siempre decimos en presentaciones: ‘oye date cuenta que esto es basura, esta caja de leche, mira tu basura, y ahora yo te lo estoy devolviendo como libro’”.²⁷ En las palabras de Mariana Rodríguez se nota un descontento muy grande con el sistema y hasta cierta ira por lo destructivo que es:

el capitalismo furioso siempre va a querer ganar, y la gente que es banda, pueblo, en realidad es muy noble; y yo creo que esa nobleza se transfiere al cartón. El cartón es un material muy noble que te da habilidad, te da muchas opciones de jugar.²⁸

Usar el cartón sacado literalmente de la basura, reutilizarlo y refuncionalizarlo es en sí misma una postura frente al capitalismo. Es hacer conciencia entre la gente sobre lo que estamos produciendo, lo que consumimos y lo que termina en los basureros; y eso implica un cambio de mentalidad tanto entre consumidoras como entre editores y artistas. La revaloración del cartón está en el centro de las editoriales cartoneras; el material trasciende su función meramente instrumental como tapa de libro. De un lado crea conciencia ecológica y del otro es una estrategia de resistencia al capitalismo, ejercida en sus propias entrañas; es entrar al juego

²⁷ Entrevista personal con la autora y editora Mariana Rodríguez, 22-VIII-2014.

²⁸ *Ibid.*

capitalista con los materiales que forman parte de él, y hacerlo con un “espíritu bien rebelde”.²⁹

Las tapas de los libros se pintan entre los editores, amigos, artistas, en un ambiente familiar o en un taller. Es un proceso que permite tanto a artistas plásticos, como a gente ajena a la literatura o al arte involucrarse en la producción artesanal de un libro; así ellas aprenden y adquieren herramientas con las que pueden crear una obra propia. Nayeli y Dany de La Cartonera, en Cuernavaca, por ejemplo, ponen el taller abierto al público cada sábado en una casa de cultura donde se pintan las tapas mientras platican y comparten café y comida. Han constituido un grupo que asiste más o menos regularmente, algunos de sus integrantes son artistas que firman sus tapas acabadas, y cuya obra goza de cierta popularidad entre los compradores que coleccionan esos libros.

La elaboración se vuelve entonces artesanal y, muy frecuentemente, inclusiva; en contraste con los libros fabricados por máquinas en la industria editorial tradicional, estos libros adquieren “vida”. Por ello su lectura constituye una aproximación muy distinta al libro, a su contenido y su material; es una cercanía, un sentir que fueron “personas reales” quienes manufacturaron aquella obra. Así, no sólo la gente detrás del libro, sino también sus lectores pueden llegar a sentirse partícipes del “arte de leer” y del “arte de mirar”, como lo denomina La Cartonera.

Los tirajes de los libros de editoriales cartoneras son bastante abiertos, pueden ser cincuenta, cien o ciento cincuenta ejemplares, lo que mucho depende de la popularidad y demanda del libro. Los criterios para fijar el precio dependen de cada cartonera. Las que ya tienen experiencia y se establecieron de cierta manera en el ámbito, como La Cartonera o La Rueda Cartonera, ponen precios entre sesenta, ochenta y hasta doscientos pesos, dependiendo de la obra y de la elaboración artística de las tapas. Otras, como la recién nacida El Viento Cartonero en Ecatepec, Estado de México, venden sus libros a precios más accesibles, unos cincuenta pesos, lo que sucede con muchas cartoneras que apenas están empezando. Varios integrantes de cartoneras experimentadas explican que la subida del precio, como se ha mencionado antes, viene con la conciencia del valor de la obra como manufactura, como libro-objeto artístico al que debe reconocérsele todo el trabajo que tiene detrás.

²⁹ *Ibid.*

La distribución y los circuitos alternativos

Para las editoriales alternativas el tema de la distribución siempre ha sido un gran problema. La sobreproducción editorial, la falta de compradores, el público reducido y la mala distribución obligan a las editoriales pequeñas a buscar canales alternativos. Como trabajan independientemente y en su mayoría no tienen ISBN, no se pueden vender en librerías grandes como Gandhi o El Sótano. Como consecuencia, cada cartonera tiene que encontrar sus propias vías para distribuir sus libros, y éstas son casi siempre irregulares.

En las presentaciones de libros cartoneros es donde más se venden. Normalmente se realizan en librerías independientes, cafés o centros culturales. Muchos autores/editores se presentan también en lecturas de poesía, un género muy popular entre las cartoneras. En la Ciudad de México se creó el Espacio Cartonero que pretende brindar un apoyo de distribución a cartoneras, sobre todo a aquellas que se encuentran fuera de la capital. El Espacio se localiza en un café donde pueden adquirirse libros de La Cartonera, Coahuila Cartonera, Tegos Cartonera (Puebla) o La Regia Cartonera (Monterrey), así como libros de editoriales alternativas.

Algunas cartoneras también participan en ferias de libros independientes o no tanto: en la Feria Internacional de Libro en el Zócalo 2014 estuvo presente el Espacio Cartonero, mientras que en la Feria Internacional del Libro (FIL) de Guadalajara 2012 llegaron las chilenas de Animita Cartonera para presentar su editorial, junto a La Rueda Cartonera y La Cartonera. Nayeli, integrante de la última, afirma que participar en una feria institucionalizada no va en contra de los ideales de su cartonera —lejos de eso, ella lo ve como una oportunidad para difundir y vender sus libros. En este aspecto hay que resaltar el hecho de que varias editoriales cartoneras y alternativas aprovechen esas oportunidades, decidan entrar en estructuras estatales e institucionales para que sus proyectos puedan darse a conocer entre un público más amplio y así aumentar sus ventas. El actuar dentro del sistema no significa que esas editoriales traicionen sus principios, sino más bien hay que verlas como estrategias realistas y eficientes que aplican para difundir más su trabajo. Algunas cartoneras, sin embargo, tienen el concepto romántico de una editorial guerrillera o anticapitalista, por lo que rechazan cualquier vinculación con instituciones gubernamentales.

Por otro lado existen las ferias independientes, como La Otra FIL y Las Noches Cartoneras, dos eventos creados como alternativas a

la FIL de Guadalajara con el fin de brindar una plataforma a escritores y editoriales poco conocidas. El programa no sólo consiste en exposiciones de libros, sino ante todo en sus presentaciones y la integración de performance, música y artes visuales. Una vez más, el contacto directo con los editores y autores permite al público hacerse una imagen más clara de quiénes operan detrás de las editoriales, poder conversar con ellos en un ambiente informal, ver que son personas “reales”, y de esta manera quitar el “halo sagrado” al libro.

Por último cabe mencionar que uno de los canales más importantes para las cartoneras son las redes sociales editoriales —tanto en la vida “real” como en Internet. Muchos libros se venden por propaganda “de boca en boca, de mano en mano”, como dice Fernando Zaragoza de La Rueda Cartonera. Una vez que se conoce el trabajo de una cartonera, se crea un círculo de personas que lo reconocen y que contactan directamente a los editores para comprar los libros. Muchas cartoneras usan Facebook para dar a conocer sus últimas publicaciones, ya que es el medio más rápido y efectivo para llegar al público y circular las obras. Como ya se mencionó, también abundan las publicaciones gratuitas en formato digital en Internet, accesibles para toda persona.

El compromiso de los editores con la comunidad:
las cartoneras como plataformas multifuncionales y sociales

Un rasgo primordial que diferencia a las cartoneras de otras empresas editoriales es el arraigado sentido de compromiso social que sienten hacia su entorno y su comunidad. Dicho compromiso empieza con el cartón, que sirve para crear una conciencia socioecológica, y pasa al trabajo con las personas. Casi todos mis informantes sienten una voluntad e incluso una necesidad de brindar talleres de encuadernación, de creación literaria o simplemente de reunirse para pintar las tapas de los libros. Alonso Gordillo, de Coahuila Cartonera, afirma que los talleres pueden proporcionar otra aproximación al libro; en los talleres de encuadernación que daba en escuelas, advirtió que los niños, al involucrarse con los libros-objeto, empezaron a mostrar mayor interés en éstos, ya que la manipulación directa ayuda a establecer una relación más personal con el libro, y puede implicar una resignificación para el individuo.

Una de las metas de las cartoneras es, precisamente, abrir nuevas maneras de concebir el libro —como un espacio de reu-

nión y diálogo. Del apático papel de consumidor, el lector puede convertirse en productor. Los talleres representan, desde mi punto de vista, una de las herramientas más poderosas para brindar o incluso *devolver* al individuo el sentido de iniciativa, autogestión, independencia y la conciencia de creación propia. Una persona que aprende a crear su propio libro se involucra en el proceso de elaboración y, por ende, se siente menos desconectada de un libro.

Los trabajos hechos en comunidades indígenas en México son, a mi juicio, un excelente ejemplo del empoderamiento de individuos. La Cartonera dio un taller en una comunidad de habla náhuatl en Morelos, mientras Iguanazul Cartonera se dedicaba principalmente al rescate del náhuatl en Veracruz entre jóvenes hablantes de dicha lengua. En este punto quiero resaltar el fuerte potencial del “trabajo cartonero” para las culturas mexicanas que no son, o sólo escasamente, representadas en la literatura comercial; puede ser una herramienta de visibilización y fomento de las lenguas indígenas, mientras de igual manera “se amplían sus funciones comunicativas [y] se generan nuevos tipos de textos que enriquecen el acervo textual de la cultura escrita”.³⁰

Y es cierto que muchos editores cartoneros son personas que se preocupan por su entorno, la sociedad y el medioambiente. Varios de ellos son parte de movimientos como el “Movimiento por la Paz” o simpatizantes del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas. Se solidarizan con corrientes que proponen una alternativa al capitalismo. El español Marc Delcan de Pensaré Cartoneras, editorial española, ha vivido varios años en San Cristóbal de Las Casas y ha colaborado con los zapatistas; publica “pensamiento político reciclable”³¹ y asiste a ferias y actos alternativos, como el Festival Mundial de las Resistencias y las Rebeldías contra el Capitalismo, organizado por los zapatistas. Durante los acontecimientos de los cuarenta y tres estudiantes desaparecidos de Ayotzinapa, Marc Delcan publicó un libro testimonial recopilado en torno de esta atrocidad nacional. En mi convivencia con Delcan percibí su preocupación por las injusticias causadas por el capitalismo y un mal gobierno, condiciones que él busca afrontar y transformar a través de los libros cartoneros y su acción política.

³⁰ Eleuterio Olarte Tiburcio y Juana Zacarías Candelario, “Libros cartoneros: una alternativa para la integración a la cultura escrita”, *Revista de Educación y Cultura AZ* (México), núm. 88 (2014), pp. 32-37.

³¹ Pensaré Cartoneras, en DE: <<https://pensarecartoneras.wordpress.com>>.

Como tantas otras editoriales alternativas, las cartoneras enfatizan el deber de “solidarizarte, hacer conexiones, redes, si tienes la capacidad económica [...] ayudarse entre todos”, en palabras de Merari Fierro, organizadora del Encuentro de Editores Independientes (Edita México). Estas actitudes y formas no convencionales conllevan un cambio radical en la concepción clásica de la labor editorial, y la transforman en “organización informal” que permite “un nivel de colaboración que antes era, si no imposible, por lo menos poco común”.³² Destaca entonces el carácter holístico, socialmente inclusivo y plural, así como el enfoque en el trabajo colectivo, encaminado hacia lo que Fidel Velasco de Nauyaca Cartonera ha descrito como el “libro orgánico”. En este sentido se podría hablar de una editorial orgánica: las cartoneras como plataformas multifuncionales que sirven no solamente para editar libros, sino también como punto de encuentro entre diferentes medios, distintos círculos (o redes) de arte, literatura y otras expresiones creativas, a partir de las cuales se organizan eventos holísticos, pluriartísticos y plurimediales.

IV. Las editoriales cartoneras y los procesos de empoderamiento en la industria creativa mexicana

EN este artículo he querido demostrar que el trabajo de las editoriales cartoneras mexicanas les ha permitido empoderarse en la producción y circulación de libros en su calidad de bienes culturales, y de esta manera también del discurso capitalista. Este empoderamiento se da a través de una ideología y un modelo de trabajo distintos a los de las empresas editoriales tradicionales. Sus conceptos sobre el deber y la función de una editorial o un libro, su actitud hacia la apertura de los bienes culturales a todo público, la producción de las obras, su búsqueda y uso de circuitos alternativos de distribución, su involucramiento directo con la comunidad y su cualidad como espacio o plataforma multifuncional que les permite formar redes con distintos potenciales creativos, todos esos elementos son herramientas con las que las editoriales pueden llevar a cabo un proyecto de autogestión que les permite tener bastante libertad en la creación y el manejo de aquél.

Así —desde el punto de vista capitalista— las cartoneras operan al borde del mercado, ya que pasan casi desapercibidas para

³² Meza, “Editoriales cartoneras” [n. 3].

las grandes empresas e instituciones del gobierno que conforman el centro del poder. Sin embargo, yo propongo concebir el trabajo de las editoriales alternativas que hemos visto como un carril o un espacio paralelo en el que crean sus propias vías de producción, difusión y circulación de bienes culturales. Desde su posición en un sistema económico neoliberal, las cartoneras se saben manejar, evitando ciertos modelos establecidos y haciendo uso de aquellos que les sirven para continuar su trabajo.

Es evidente que el surgimiento de las editoriales cartoneras representa una *desjerarquización*³³ en la cadena de la producción editorial a través de la participación directa en la elaboración y distribución del libro, tanto como su contacto inmediato con el lector —relaciones casi imposibles de pensar en la cadena clásica de producción literaria.³⁴ Yo concibo las editoriales cartoneras como una posibilidad de contrarrestar las políticas capitalistas a través de una economía social o solidaria y otro modelo de trabajo.

Parto de la posición de que las industrias creativas en México son súbditas de dinámicas coloniales de poder ejercidas por el gobierno y las grandes empresas que controlan los medios masivos y las opiniones y gustos de gran parte del pueblo mexicano. El modelo neoliberal implementado desde el gobierno de Miguel de la Madrid (1982-1988) a la fecha ha demostrado una

incapacidad de generar empleos suficientes que le sigan el paso al crecimiento demográfico y aprovechen el bono demográfico. A lo anterior se suma que el Estado recortaba en forma permanente el abasto de papel, principal sostén de muchas de las actividades creativas. Por todo ello, la opción ha sido el autoempleo y la búsqueda de posibilidades en diversos ámbitos.³⁵

Esta “nueva generación de emprendedores culturales” tiene diversas herramientas a mano para empoderarse de la producción y difusión cultural. Principalmente a través de la creación de “redes sociales y culturales para autogenerar empleos e insertarse en nichos de creatividad y sociabilidad”.³⁶ La situación de precariedad, incerti-

³³ Término usado por Ksenija Bilbija, “¡Cartoneros de todos los países, uníos!: un recorrido no tan fantasmal de las editoriales cartoneras latinoamericanas en el tercer milenio”, en Bilbija y Celis Carbajal, comps., *Akademia cartonera* [n. 19], pp. 5-30.

³⁴ Véase Meza, “Editoriales cartoneras” [n. 3].

³⁵ Del Pont Lalli y Vilchis Schöndube, “Editores independientes jóvenes” [n. 5], p. 75.

³⁶ Néstor García Canclini, “Introducción: creatividad y jóvenes: prácticas emergentes”, en García Canclini y Piedras Fera, comps., *Jóvenes creativos* [n. 5], p. 6.

dumbre e inestabilidad económica es inherente a la emprendeduría creativa actual en México, sobre todo en las industrias culturales, que es “el hogar de frecuentes cambios de trabajo, en donde se arman y desarman sociedades, amistades, proyectos”, y donde “las ideas y las habilidades circulan”.³⁷ Los actores culturales tienen que contar con mucha flexibilidad y estar predispuestos a cambiar de rumbo y de colaboradores, lo que sucede con frecuencia entre los integrantes de una pequeña editorial de autogestión como lo es una cartonera.

La formación de tal “clase creativa” en el ámbito cultural y una emergente economía alternativa a la neoliberal implica un creciente descontento y desconfianza en el sistema económico y el gobierno. Los actores creativos forjan vías paralelas de concebir, producir y circular los bienes culturales, desmantelando así y descentralizando el poder del actual sistema. La segunda implicación es el potencial de un proceso de reestructuración de la sociedad a través de esas “otras” formas de hacer cultura.

En el caso de las editoriales cartoneras quedan todavía varias problemáticas que deben estudiarse críticamente, tales como la forma dispersa en que trabajan (pese a las posibilidades reales y virtuales de conectarse entre sí), su repercusión a pequeña escala o sólo en localidades específicas, un público bastante reducido, su existencia precaria y a veces efímera o el real acceso a la lectura por parte de la población. No obstante la actividad de estas editoriales demuestra la posibilidad de verdaderas alternativas y propuestas muy claras para un cambio fundamental en el sector cultural. Considero que es esencial reconocer el poder de los trabajos creativos autogestivos por un individuo o en pequeños grupos, puesto que no solamente tienen el gran potencial para “ser algo más grande” en el futuro, sino que ya están contribuyendo a la mencionada reestructuración, son parte esencial de ésta, y al generar el más minúsculo cambio de mentalidad en las personas habrán logrado plantar una semilla.

³⁷ Del Pont Lalli y Vilchis Schöndube, “Editores independientes jóvenes” [n. 5], p. 72.

Jania Kudaibergen

RESUMEN

En 2003 surge la editorial Eloísa Cartonera que empieza a hacer libros con tapas de cartón reciclado. La idea se expandió por América Latina hasta llegar a México en 2008. El presente artículo resignifica el trabajo de las editoriales cartoneras como herramienta de empoderamiento en el propio centro hegemónico capitalista. En México las editoriales de autogestión se sitúan en un proceso de empoderamiento más amplio, donde actores culturales están encontrando maneras de *hacer cultura* sobre vías alternativas.

Palabras clave: circuitos editoriales en México, empoderamiento, editoriales alternativas latinoamericanas, industria creativa.

ABSTRACT

In 2003 Argentina saw the emergence of the Eloísa Cartonera publishing house, which began to self-publish books with covers made of recycled cardboard. The idea of cartonera editorials expanded rapidly across Latin America, until it reached Mexico in 2008. This paper resignifies the work of cartonera publishers as a tool of empowerment in the hegemonic capitalist center. In Mexico independent publishers are part of a broader process of empowerment, in which cultural agents are finding alternative ways of making culture.

Key words: publishing circuits in Mexico, empowerment, alternative Latin American publishers, creative industry.