



UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO
ESCUELA DE ANTROPOLOGÍA

EDITORIALES CARTONERAS EN CHILE:

Producción artesanal de libros, dinámicas subculturales-contraculturales y capital social desarrollados en sus talleres cartoneros y escenarios de venta.

Alumno: Trujillo Alfaro, César

Profesor Guía: Padilla
Ballesteros, Elías

Tesis para optar al grado de Licenciado en Antropología

Tesis para optar al título de Antropólogo Social

SANTIAGO – 2017

Agradecimientos

A mi familia por su incondicional apoyo y confianza en mí en los momentos difíciles y en los de felicidad. En especial a mi madre, por darme la vida y la oportunidad de estudiar y convertirme en la persona que soy hoy.

A mis amigos por sus amistad y apoyo, y a mis compañeros de carrera por sus consejos en cada momento de aprendizaje compartido en el aula de clases.

A Elías Padilla, mi profesor guía, por sus enseñanzas, apoyo e interés en mi tema de investigación.

A mi compañera de vida y mujer, Catalina, quien ha sido fundamental en cada etapa que he vivido, apoyándome y entregándome su amor incondicional.

Finalmente, y no menos importante, a mi hermano Diego y cuñada Tania, por su apoyo y permitirme conocer y entrar en el mundo cartonero. También a Pepito, Karen, Elizabeth, Olga, Tatiana, Max y Rodrigo por permitirme realizar este trabajo.

Resumen

Esta investigación tiene como propósito conocer el fenómeno de las Editoriales Cartoneras en Chile, mediante su producción artesanal de libros y dinámicas sociales generadas en sus espacios productivos y escenarios de venta. La cual se realizó gracias al enfoque cualitativo y el método etnográfico con diferentes técnicas para recolectar la información, aplicado a siete Editoriales Cartoneras (una de Concepción y seis de Santiago). A su vez, se enmarcó en los conceptos teóricos de *Industrias Culturales*, *Producción Artesanal*, *Subcultura-Contracultura* y *Capital Social*. Todo esto tuvo como resultado, un conocimiento general del fenómeno en torno a su producción de libros (a baja escala, o “escala humana”) con diseños de portada llamativos, asociaciones con instituciones públicas o del Estado para entrar al círculo editorial y distribuir los libros. Y, finalmente, dinámicas de trabajo colaborativo y de difusión de discursos en torno al reciclaje y la producción industrial de libros.

Palabras clave: Editoriales Cartoneras, Industrias Culturales, Producción artesanal, Capital social.

ÍNDICE

CAPITULO 1: PLANTEAMIENTOS BÁSICOS

1.1.	Introducción	7
1.2.	Antecedentes	11
1.3.	Problema de investigación	25
1.4.	Pregunta de investigación	27
1.5.	Objetivo General	28
1.6.	Objetivos Específicos	28
1.7.	Justificación y relevancia de la investigación	29

CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1.	Industrias Culturales y Creativas	31
2.2.	Producción Artesanal	39
2.3.	Subcultura y Contracultura	42
2.4.	Capital Social	45

CAPITULO 3: MARCO METODOLÓGICO

3.1.	Tipo y diseño de investigación	48
3.2.	Métodos y técnicas para recabar información	51
3.3.	Delimitación del campo de estudio	55

3.4. Actores	55
3.5. Escenario	55
3.6. Universo y muestra	55

CAPITULO 4: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1. Introducción al análisis	57
4.2. Caracterización de las Editoriales Cartoneras	58
4.2.1. Introducción a las editoriales estudiadas	58
4.2.2. Origen y creación de la editorial	72
4.2.3. Principales motivaciones y objetivos	78
4.3. Producción, difusión y venta de libros cartoneros	83
4.3.1. Acceso a materias primas y herramientas	83
4.3.2. Etapas de la producción de un libro	89
4.3.3. Estilos y diseños de las portadas	95
4.3.4. Distribución y difusión de libros	99
4.3.5. Compra de libros cartoneros	104
4.4. Relaciones entre editoriales y vínculos institucionales	109
4.4.1. Relaciones entre editoriales cartoneras y de otro tipo	109
4.4.2. Realización de talleres y otras actividades sociales	115
4.4.3. Vínculos y relaciones con organismo e instituciones	120
4.5. Discursos y críticas de las editoriales	125

4.5.1. Principales discursos y mensajes difundidos	125
4.5.2. Producción industrial de libros	131
CAPITULO 5: CONCLUSIONES	
5.1. Resultados de la investigación	135
5.2. Conclusiones generales	139
5.3. Aportes y sugerencias	146
BIBIOGRAFÍA	148
ANEXOS	152
Anexo N°1: Pauta de entrevista	152
Anexo N°2: Fotografías e imágenes	155

CAPITULO 1: PLANTEAMIENTOS BÁSICOS

1.1. Introducción

La presente tesis ha abarcado un fenómeno social y cultural relativamente nuevo en Chile, que tuvo su origen por el año 2005 con el nacimiento de la Editorial *Animita Cartonera* y que ha tomado mayor fuerza durante la década presente, multiplicándose la cantidad de editoriales actualmente, llegando alrededor de 25 a nivel nacional.

Este es el caso de las *Editoriales Cartoneras*, que aparecieron por primera vez en la República de Argentina, específicamente en el 2003, dos años después de la crisis del 2001. En ese entonces, aquel país enfrentó una recesión que tuvo sus cimientos a finales del siglo pasado (empujada por la crisis financiera mundial del año 1997) y que hasta el día de hoy tiene sus repercusiones en el país trasandino.

A raíz del grave problema socioeconómico generado allí con la crisis, se erigió una respuesta que permitiese ayudar a personas que pasaran momentos difíciles, y que permitiera seguir educando y creando cultura para sus habitantes, a través de la lectura y con sustento en el libro. En ese sentido, nace *Eloísa Cartonera*, una editorial que sustentaba sus creaciones artísticas y literarias, en su principal y casi único material de trabajo, el *cartón*.

Lo impensado por parte de los fundadores de la primera Editorial Cartonera de Latinoamérica y del mundo, era que este movimiento se replicara en el resto de la región (incluso con manifestaciones internacionales, en los continentes de África y Europa), convirtiéndose en un fenómeno social y cultural, como lo proponía Ksenija Bilbija (2009), que promovía la lectura y la generación de cultura, permitiendo su acceso fácil y económico para las personas.

En sus publicaciones se generan debates y críticas abarcando diversos aspectos de la vida social, principalmente sobre lo cultural, lo social y lo político,

también con importantes publicaciones sobre el tema ecológico, y su relación con el cartón y el reciclaje, y sobre todo con la lectura, posicionando al libro como el más importante vehículo de creación y difusión cultural, en este caso.

Cabe mencionar que las editoriales cartoneras tienen expresiones a nivel regional y cada una con sus exigencias y expectativas diferentes, impregnadas de la realidad que viven en su país. Como es en nuestro caso, donde primero que todo, tenemos un importante obstáculo para el acceso a los libros, que no se constituye como el único, pero si uno de los más importantes, el cual es el *impuesto al libro* que alcanza un 19%. Sumado a otras variables de tipos económicas y sociales como de hábito o costumbre, donde, por ejemplo, en nuestro país, se han realizado estudios respecto al gusto por la lectura o consumo de libros¹.

Bajo esta lógica, aparecen las Editoriales Cartoneras como un fenómeno que busca generar una forma alternativa y artesanal de producir libros mediante un material desecho utilizado a nivel mundial como el cartón, una materia prima en abundancia. Como también generar oportunidades para aquellas personas que puedan ser excluidas o no tomadas en cuenta dentro del círculo de la Industria Editorial, como escritores emergentes, artistas plásticos, ilustradores. También, la asociación con otros actores que participan dentro de estas editoriales artesanales, en alguna de sus etapas de producción como fotógrafos o músicos.

En este estudio, se pone énfasis, primeramente, en conocer -a grandes rasgos- el fenómeno de las Editoriales Cartoneras chilenas (principalmente situadas en la Región Metropolitana), en relación con el sistema de creación cultural a través

¹ Por ejemplo, el CNCA realiza encuestas respecto al consumo cultural (cultura en diferentes expresiones), donde en el año 2011 se realizó la “Segunda Encuesta Nacional de Participación y consumo cultural, en el capítulo 2, se encuentra el apartado de libros y bibliotecas. Disponible en: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Segunda-Encuesta-Nacional-de-Participaci%C3%B3n-y-Consumo-Cultural.pdf> Ante esto, el Doctor en lenguas y literaturas romances y filósofo Bernardo Subercaseaux (2014) menciona que: “*En todos los estudios o encuestas de la última década los indicadores muestran una sociedad chilena predominantemente no lectora (de libros) y desmotivada por esta práctica. Las razones por las cuales no se lee son, según estas encuestas, falta de tiempo y desinterés. Revelan también una muy baja valoración social del libro.*” (Subercaseaux, 2014: 266)

de la producción editorial. En otras palabras, situar a las Editoriales Cartoneras como contraparte a la producción industrial (o Industrial Cultural) de libros en Chile.

En segundo lugar, conocer aquellos elementos que componen la lógica de este tipo de editorial, referido -principalmente- a la producción artesanal de libros que desarrollan, lo cual, nos servirá para conocer a fondo lo que son las Editoriales Cartoneras y lo que emana de ellas como fenómeno social y cultural. Y finalmente, relacionar la producción artesanal de libros cartoneros con las dinámicas subculturales, contraculturales y el capital social que se generan en sus principales espacios para producir y vender los libros. En este sentido, todas aquellas acciones desarrolladas por parte de las editoriales para la comunidad, la importancia de lo cultural, y cómo se genera la relación entre ellas mismas y con otro tipo de editoriales, como también con organismos o instituciones del Estado.

En la primera parte de esta investigación, se exponen los antecedentes del problema y problemática de la investigación, atravesando en primera instancia el origen de las Editoriales tanto a nivel Latinoamericano como en Chile relacionando el objeto de estudio con la Producción industrial a nivel Editorial en nuestro país como punto de referencia, luego exponiendo la pregunta inicial y los objetivos que servirán como hilo conductor de esta tesis. En este sentido, se investiga: *La producción artesanal de libros cartoneros, dinámicas subculturales-contraculturales y capital social desarrollados en sus talleres cartoneros y escenarios de venta.*

En una segunda parte, se expone todo lo que tiene relación con el apartado metodológico, que nos servirá para entender cómo se llevó a cabo la recogida de datos para este estudio. Los cuales son entendidos bajo la lógica de la metodología cualitativa, con un fuerte apoyo en el método etnográfico y las diferentes técnicas que nos brinda éste, para recolectar la información; tal como las entrevistas etnográficas, observaciones directas y observación participante. Para finalmente, expresar el escenario, el universo y el tipo de muestra con sus respectivas justificaciones.

En la tercera parte se ha definido un marco teórico con las referencias, conceptos y discusiones bibliográficas, para construir un corpus sobre el cual se sustentará esta tesis y permitirá entender los conceptos que están alrededor de este fenómeno y nos permitan conocer la realidad en la que insertan hoy, y cómo funcionan desde el aspecto social y cultural. En este sentido, Los conceptos teóricos definidos para esta investigación son:

- *Industrias Culturales y Creativas*: definida para entender el estado en que se encuentra la producción de “bienes culturales” específicamente del área editorial.
- *Producción artesanal*: definida para entender, a grandes rasgos, por qué se les debe entender a las Editoriales Cartoneras como “artesanas del cartón” y productoras artesanales de libros.
- *Subcultura y contracultura*: definida para entender los marcos en que se inserta este fenómeno, principalmente como una forma alternativa (y contraria) a la producción hegemónica de libros.
- *Capital Social*: definida para entender las distintas dinámicas sociales y culturales que este tipo de editorial generan en distintas instancias, referidas a la producción de libros y sus lugares de venta. En este sentido, se remite a el establecimiento de redes o lazos sociales, cooperativos, colaborativos, entre otros.

Finalmente, en la cuarta y quinta parte de esta investigación, se esboza todo el trabajo de análisis (descriptivo e interpretativo) de los datos, para terminar con las conclusiones y resultados finales de esta tesis.

1.2. Antecedentes

El nacimiento de las Editoriales Cartoneras se produce en un difícil momento que se comenzaba a gestar en la República de Argentina, debido a la crisis del año 2001, la cual se suscitaba desde finales del siglo pasado y que generó graves consecuencias en el país, en diferentes dimensiones, las que incluso hasta hoy son visibles y también confrontadas mediante diversas estrategias, por parte de los gobiernos *post inicio de la crisis*.

De acuerdo a los postulados de Roberto Cortés (2003) los antecedentes de la recesión se generan en primer lugar, por dos *shocks* –generados por la crisis del sudeste asiático y sobre todo las de Rusia y Brasil- una fue la baja de los precios de las exportaciones y el otro, el alza de la tasa de interés que afectó directamente a la deuda argentina. En segundo lugar, se gestaron factores domésticos que incidieron en la inversión y desaceleraron el crecimiento. “*La deuda pública que estaba alrededor de los 60 mil millones de pesos al inicio de la década subió a unos 90 mil millones en 1994 y a unos 120 mil millones a fines de 1999.*” (R. Cortés, 2003: 763). Así mismo el déficit del PIB (Producto Interno Bruto) aumentaba de un 0,8% en 1998 a 4,3% en 1999.

En adelante, en el país se intentaron diferentes medidas para superar el problema fiscal que enfrentaba el país, con medidas como la *convertibilidad* que produjo el conocido “*corralito*” donde el gobierno impidió el retiro de dinero en efectivo de los bancos, con lo que no se les podía convertir en dólares. Luego de eso, el gobierno logró salir de la propuesta de la *convertibilidad* buscando apoyo internacional, el cual fue negado, y peor aún, Argentina pasó a ser utilizado como ejemplo de “*penalización contra los comportamientos irresponsables*”. Con esto el dólar alcanzaba casi los cuatro pesos argentinos y se estuvo al borde de la hiperinflación. Y pese a que el cambio se había estabilizado, la deuda creció y los gobiernos venideros se encargarían de generar diferentes estrategias para saldar la deuda. (*Ibid. p. 764-767*)

Dos años después del comienzo de la crisis aparece en Argentina un movimiento social, político, artístico y cultural que en sus bases buscaba promover la lectura y la (re)utilización de productos reciclables y a la mano de cualquier habitante del país. Bajo esta lógica se da el surgimiento de la primera Editorial Cartonera de América Latina y del mundo, llamada “Eloísa Cartonera” fundada por el escritor Washington Cucurto y dos artistas plásticos, Javier Barilaro y Fernanda Laguna, los cuales, buscaban generar una respuesta ante la crisis, estableciendo una asociación con los trabajadores de la recolección de cartón, creando empleos y promoviendo el acceso fácil a la literatura para personas que atravesaban difíciles momentos.

Parafraseando a Cynthia García (2014) las editoriales cartoneras son un movimiento social-político -como se autodefinieron en ese entonces- que quería realizar un trabajo editorial, pero de una forma diferente generando empleos y libros baratos. (C. García, 2014) Así mismo, para Ksenija Bilbija (2009) Eloísa Cartonera nació como un “*proyecto social, cultural y comunitario sin fines de lucro*”² en el que se genera una alianza colaborativa entre escritores, editores y artistas para confeccionar libros hechos de cartón reciclado y páginas fotocopiadas, con trabajos de escritores de renombre y otros vanguardistas. (K. Bilbija, 2009)

Con el transcurso de los años y con una paulatina recuperación de la economía Argentina, se produciría una inesperada respuesta al origen de las editoriales cartoneras, y es que este movimiento se replicaría por toda Latinoamérica y el mundo durante los 15 años siguientes hasta la actualidad, convirtiéndose en un fenómeno “*social, artístico y comunitario*” a nivel regional y mundial, adaptado a las realidades de cada país y cada una con sus diferentes estrategias de producción y difusión, donde comenzaron a surgir Editoriales Cartoneras que diferían de las editoriales transnacionales, tradicionales o establecidas oficialmente. Todo gracias al reciclaje de un producto como el cartón que dio paso al “*reciclaje cultural y social*” (Ibid. p. 11).

² Frase extraída de la tapa o portada de uno de los primeros libros publicados por esta editorial, “El Pianista” de Ricardo Piglia. Mencionado en el libro de Bilbija y Celis (2009).

Es así como las Editoriales Cartoneras se posicionan como productor o manufacturador, en el marco de la Industria Cultural ligada al área Editorial, a su vez generando la participación y relación con otros actores estén dentro o no, del rubro. En este sentido, las Editoriales Cartoneras comienzan a establecer una relación inmediata con escritores (en su mayoría, amigos o conocidos), los cuales *“son intelectuales de renombre que ceden sus derechos de autor a las editoriales cartoneras sin ninguna remuneración y con el simple reconocimiento en las portadas de sus publicaciones.”* (K. Bilbija, 2009: 5). O bien, *“(…) escritores de la vanguardia literaria, jóvenes e iconoclastas, desconocidos para la gran mayoría de lectores y demasiado riesgosos para las inversiones de las globalizadas editoriales transnacionales (...)”* (Ídem.) Con líneas temáticas ligadas a publicaciones “olvidadas” (o sea que ya no se pueden encontrar en el mercado) y problemáticas emergentes como de género o transgénero, poesía erótica, cuentos para niños o narrativa infantil, educación y derechos humanos, cultura, historia e identidad, publicaciones en lengua indígena -como guaraní en Paraguay-, entre otros. (Ídem.)

Sumado a lo anterior, uno de los actores más relevantes e importantes dentro de este rubro es el de los recolectores de cartón o “cartoneros”, quienes proveen de material de trabajo a las editoriales, pagando un poco más por ellos que otros compradores mayoristas de las empresas.

Mucha importancia tiene la relación con los recolectores, ya que finalmente de ellos nace el nombre de estas editoriales. Como veíamos anteriormente, esta relación se suscitó durante la crisis en Argentina y se propagó por Latinoamérica, generando un vínculo que perduraría hasta la actualidad. Pero no sería una relación meramente comercial, sino que también las Editoriales Cartoneras capacitan e invitan a participar en la producción y elaboración de los libros, pagándoles de alguna forma el haber utilizado su nombre.³

³ <http://www.elmostrador.cl/cultura/2016/04/06/editoriales-cartoneras-el-nuevo-modelo-de-la-industria-cultural/>

Ahora bien, se mencionó anteriormente que las editoriales cartoneras se posicionan dentro del rubro productivo de libros, como una alternativa artesanal o independiente a las editoriales establecidas y también a las transnacionales. En este sentido, las editoriales “*globales*” bajo la lógica del mercado, apuntan a la producción en masa de libros que son de “*venta segura*”, mientras que reducen el riesgo de pérdida evitando vender “*lo nuevo*”, lo diferente. “*El problema es que si bien, desde una perspectiva cultural debe estimularse la producción de obras nuevas, desde una perspectiva comercial, una obra nueva supone un riesgo económico mayor.*” (J. Vargas, 2009: 117) Siguiendo a este autor las editoriales globales han producido una *industrialización del gusto*, donde el consumo de libros se genera de acuerdo a las apuestas culturales globales, y en algunos casos se apunta a apuestas culturales nuevas sustentadas en que a futuro se volverá un *best seller*. (*Ídem.*)

Las editoriales independientes nacieron a raíz de este cambio de foco en la producción cultural de libros, estableciendo propuestas nuevas y diferentes, acorde a las decisiones editoriales y no de departamentos financieros como en las editoriales globales. Bajo esta lógica, las Editoriales Cartoneras deben ser consideradas como editoriales independientes, pero con un fuerte componente contracultural. (*Ídem.*)

Adentrándonos ya en la realidad de nuestro país, y parafraseando a Bilbija (2009), la primera Editorial Cartonera de Chile fue fundada en Santiago en el año 2005, bajo el nombre de “*Animita Cartonera*”⁴ –cuyo nombre hacía referencia a pequeñas grutas en forma de casa, que se construyen en lugares de muertes por accidentes, las cuales funcionan como alojamiento para sus espíritus-. Esta editorial - a diferencia de Editoriales Cartoneras de países como Argentina y Perú- generó una relación con los recolectores de cartón a un grado menor y casi mínimo, no obstante, hacen un trabajo social y comunitario, de igual forma, con jóvenes en riesgo social y dueñas de casa, buscando revalorizar el trabajo comunitario, apoyado de distintas

⁴ De acuerdo a conversaciones con algunos miembros de editoriales cartoneras, actualmente Animita Cartonera se encuentra activa, pero trabajando de manera separada del resto, con poco contacto vía redes sociales.

técnicas para elaborar libros -incluyendo libros + CD, y cuentos para niños-. (Bilbija, 2009)

Pese a lo anterior, la realidad de las editoriales cartoneras en nuestro país no es un tema muy estudiado aún, tampoco así sus diferentes problemáticas como fenómeno social y cultural, debido a que es un tema relativamente nuevo, pero que este último tiempo ha logrado tener un pequeño auge y hacerse conocido en el espacio de la cultura y literatura, manteniendo relaciones con otros actores que les han permitido posicionarse como un actor relevante y nuevo, que busca fomentar el “consumo de libros”. En este sentido, se puede ver que existe un vínculo principalmente con el ámbito institucional, con los Cafés Literarios y principalmente con la Biblioteca de Santiago⁵.

Antes de continuar, no podemos olvidarnos del principal actor de este estudio, el cual es el libro. Actualmente en Chile y hace varios años, se ha generado un debate en torno al impuesto que tiene el libro desde el año 1976 durante la dictadura militar, momento en el que se decretó aquel porcentaje de IVA. Hasta antes de ese año, nuestro país estaba exento de ese impuesto, asemejándose a países de Latinoamérica y del mundo que en la actualidad tienen un IVA de 0% o bien, muy bajo.⁶ Este es el caso de países como Argentina, México, Perú, Brasil, España, entre otros.

En este contexto, se fijó un IVA de 19% (uno de los más altos de todo el mundo) lo que equivale a que un quinto del valor de un libro, son impuestos. Sin duda alguna es un elemento que aumenta el precio del libro y que impide el acceso fácil al principal vehículo de conocimiento y educación, finalmente a la cultura.⁷ Sin embargo, ¿Qué sucede con los otros cuatro quintos del valor del libro?, ¿Cuáles son los demás factores que influyen en su valor final? Sin duda alguna, esos factores pueden abarcar diferentes variables, sobre todo las económicas, comerciales o de

⁵ <http://radio.uchile.cl/2015/09/29/editoriales-cartoneras-se-reunen-en-iii-encuentro-internacional> en el cual se anuncia el itinerario del “III Encuentro Internacional de Editoriales Cartoneras” en el mes de octubre del año 2015.

⁶ <http://www.librossiniva.cl/manifiesto/>

⁷ *Ídem.*

mercado, ligadas al sistema productivo en el que se enmarcan las manufacturaciones de libros, la cual se ha convertido en una *industria*, es decir, en ella influyen los costos de impresión, encuadernación, materia prima para elaborar el libro, transformación de la materia prima, la cantidad de tirada o tiraje⁸, y todo el trabajo que realizan diferentes actores que participan en él (editores, ilustradores, escritores, etc.). Finalmente, aunque el IVA al libro llegue a 0% o sea de bajo porcentaje, ¿cuánto realmente bajará el valor final de un libro? Y ¿Cuánto realmente puede ser usado por los sujetos como un dispositivo de aprendizaje y difusión de distintos saberes y conocimientos? Sin duda son factores importantes de analizar, los cuales pueden ser revisados en una investigación futura.

En palabras del Doctor en Lenguas y literaturas Romances, y Filósofo Bernardo Subercaseaux (2014) la industria chilena del libro tuvo su época de oro entre los años 35' y 50' donde España y Europa -en general- no pasaban por un buen momento, tampoco Argentina y México poseían políticas de “*protección del libro*”. Editoriales como Ercilla y Nascimento llegaron a tener un gran auge, fundando sucursales en otros países de la Región Latinoamericana.

El paisaje editorial actual es muy diferente: un mercado pequeño y algo deprimido en que la exportación de libros es casi nula, en que el mercado hispano hablante de libros está copado por industrias nacionales que fueron oportunamente favorecidas por políticas públicas de fomento del libro, estoy pensando en España, Argentina, México, y, más recientemente, Colombia. Políticas que en nuestro país nunca hubo; incluso durante las décadas de la Concertación el horno no estuvo para esos bollos, a juzgar por lo ocurrido con la Política Nacional del Libro y la Lectura (aprobada por el Consejo de Cultura

⁸ El *tiraje* o *la tirada* corresponden a la cantidad de ejemplares impresos de un libro. En este sentido y parafraseando a Bilbija (2009), los efectos de la globalización y la entrada del libro al mercado y a la industria cultural, ha provocado que el tamaño de las tiradas influya de manera notable en el valor del libro, ya que, a partir de la lógica del mercado, se busca publicar la mayor cantidad de libros, pero en tiradas menores. Y también, se hace la analogía entre los tirajes de las revistas *playboy* en Colombia (100.000 tiradas) y las novelas que no superan las 3.000. En este sentido, la publicación que asegure mayor ingreso o ventas, como un *best seller*, es lo que más se imprime, y todo aquello que supone un riesgo de perder ingresos, simplemente no es tomado en cuenta. O bien, se toma en cuenta aquello que puede ser proyectado como un *best seller*, en un tiempo determinado.

hace varios años, pero hasta ahora no implementada). (R. Subercaseaux, 2014: 263)

Actualmente, la industria chilena del libro funciona bajo el sistema de filiales transnacionales -que son las que obviamente dominan toda la cadena productiva- con grupos como Bertelsman (de Alemania) quienes adquirieron varias editoriales europeas y argentinas, presentes en Chile a través del grupo Random House Mondadori; grupo Hachette Livre (francesa con propiedad de Salvat) grupo Océano (que trae a Salamandra y a Gedisa), grupo Planeta (a través de Planeta Chile), y en el ámbito educacional el grupo Prisa a través de Santillana. Todas estas funcionan con una aparente autonomía local, pero presionadas y controladas financieramente por los grupos que las representan. (*Ibid.* p. 264)

Como se ha mencionado anteriormente en este capítulo, los grupos editoriales transnacionales presionan a sus “*filiales*” a publicar sólo en el ámbito nacional y que sean de un “éxito asegurado” o que no corran el riesgo de publicar algo no rentable, o algo que sea diferente a lo que desean promover estas industrias. Para lo otro, para “los riesgosos” existen editoriales independientes que están asociadas bajo el mismo nombre y que publican entre 20 y 90 títulos al año. Editoriales como LOM, Cuarto Propio, RIL, Pehuén, Uqbar, Ceibo y Tajamar, que se arriesgan a publicar textos diferentes a los impuestos por el modelo transnacional, contribuyendo así a la bibliodiversidad. (Editoriales nacionales -de las pocas que van quedando- como Catalonia y Zig Zag, junto a la universitaria UDP, aportan también a la bibliodiversidad con catálogos y lanzamientos novedosos, pero sin ser parte de las editoriales independientes). Sumados a los anteriores, y que cierran el paisaje editorial actual en nuestro país, son las llamadas “microeditoriales” quienes publican entre 1 y 15 títulos anuales, autogestionadas (muchas veces por colectivos jóvenes) que funcionan con una combinación manual-artesanal y de nuevas tecnologías, se ubican desde lo alternativo privilegiando las expresiones estéticas y sociales por sobre la concepción comercial que domina el libro. Algunas de éstas son: Nutrición para el alma, Simplemente Editores, La Polla literaria, Rabiosamente independientes, Sangría, Chancacazo, Cuneta y Pantalón Corto. (*Ibid.* p. 264-265)

Bajo la lógica del autor anteriormente referenciado, las Editoriales Cartoneras podrían estar consideradas dentro del espectro de “microeditoriales” debido a la cantidad de publicaciones que realizan, los temas “alternativos” que publican y, sobre todo, el aspecto estético y social que está detrás de ellas. No obstante, pese a que en su lógica aparecen como “pequeñas editoriales” no existe una autodefinición por parte de ellas como tales, sino que aparecen como un grupo (tal cual como una editorial independiente) como Editoriales Cartoneras, que en su lógica buscan la bibliodiversidad, el reciclaje y la reutilización de recursos desechados por la industria -casi exclusivamente el cartón- que plasman un diseño estético y un contenido social en cada una de sus publicaciones.

Actualmente, en nuestro país hay alrededor de 25⁹ Editoriales Cartoneras repartidas por diferentes regiones de Chile. La gran mayoría se encuentra en Santiago, dentro de las cuales están: Animita Cartonera, Olga Cartonera, Joyita Editorial, Isidora Cartonera, La Grullita Cartonera, Loquita Cartonera, Hipérbole Ediciones, Efímera Cartonera, Editorial Cayó La Teja, entre otras. Mientras que fuera de la capital se encuentran editoriales como: Helecho Cartonera (Puerto Montt), Infracción Ediciones (Concepción), Opalina Cartonera (Valparaíso), Colectivo Anartistas (Chillán), entre otras.

Continuando con el caso chileno y para los requerimientos de esta investigación, de todos los aspectos que se consideran dentro del concepto de Industria Cultural o Creativa, se toma en cuenta el ámbito editorial, el cual adquiere mayor importancia y un gran estímulo durante la década de los 90' momento en que las políticas públicas (sobre todo la ley 19.227¹⁰ de Fomento al Libro y la Lectura) generan un aumento de las ventas y la industria gráfica, como también el crecimiento

⁹ Este número puede no ser exacto, debido a que hay algunas editoriales que han dejado de funcionar, otras que están por empezar. Todo este párrafo fue constituido en base a conversaciones informales con las siete editoriales consideradas en este estudio, principalmente con Olga Cartonera, quien tiene un documento con los nombres y contactos de cada una (además de su ubicación).

¹⁰ Ley 19.227, que crea fondo nacional de fomento del libro y la lectura y modifica los cuerpos legales que menciona. Señalando el reconocimiento por parte del Estado de Chile, al libro y la creación literaria como instrumentos para el incremento y difusión de la cultura, donde el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, velará por el cumplimiento de esta ley y el reconocimiento de escritores chilenos y participación de todos los agentes culturales y de medios sociales.

de la industria editorial nacional y entrada de casas extranjeras. En base a esto, la Industria Cultural del área Editorial se ha posicionado dentro de las industrias creativas como la más importante y la que genera mayor crecimiento y empleabilidad (también estabilidad), donde en las últimas décadas, otros actores como los fotógrafos y artistas visuales han visto en el libro, una oportunidad de promoción de sus trabajos e ingresos directos. Finalmente, el Estado es otro beneficiado directo con el libro, asociado al ámbito educacional y de bibliotecas públicas. (CNCA, 2014)

Dentro del *Mapeo de Industrias Creativas en Chile, del Consejo Nacional de la Cultura* del año 2014 -última versión de este tipo de documento-, podemos encontrar que dentro de la industria editorial aparecen diversos actores que entran en directa relación con los procesos de formación de profesionales que participan dentro de ellas, como también el proceso productivo el cual tiene una gran diferencia respecto a países reconocidos como grandes productores de libros (Argentina, Brasil y México). Finalmente se puede encontrar etapas como la comercialización y la difusión, en la cual aparecen diversos actores encargados de hacer llegar al público los libros a diferente escala. Asimismo, el consumo que puede ser directo, indirecto o con intermediarios.

A continuación -y a modo general- se expresan los principales aspectos que se consideran y mencionan en este “*Mapeo de Industrias Creativas de Chile*” desde el apartado editorial:

a) Formación

Los procesos de formación de actores o agentes que puedan tener participación dentro de la industria creativa de tipo editorial se generan en casas de estudio que imparten carreras desde la literatura y lingüística hasta especialización en diseño editorial e ilustración, generando oportunidades laborales a personas formadas tanto en el ámbito universitario, como también en el técnico-profesional. En este sentido, vemos que diversas universidades (tanto estatales como privadas) imparten carreras que permiten ingresar a este universo, como las anteriormente mencionadas y como también la bibliotecología. A su vez, centros de formación

técnica ligados a todo el proceso de manufacturación e ilustración, como también la novedosa técnica del libro digital, que se ha posicionado fuertemente dentro del mercado del libro en los últimos años. (CNCA, 2014: 176)

b) Creación y producción

Debido al tamaño de la industria editorial (a diferencia de Brasil, Argentina y México) el proceso productivo conlleva una menor cantidad de agentes o actores, donde se da el caso de que un mismo autor del libro puede ser a su vez el editor y hasta su distribuidor. Aun así, el proceso de creación y producción se ejecuta de forma tradicional en una asociación entre el autor y la editorial, donde el autor se lleva el 10% del precio final del libro por *derechos de autor*¹¹.

Los agentes que participan dentro de esta etapa son:

- a) *Grandes editoriales transnacionales*, las cuales se encargan de producir obras de autores extranjeros y nacionales ya consolidados, mediante la importación de libros desde su casa matriz y distribuirlos por el país.
- b) *Editoriales locales de tamaño medio*: durante el último tiempo se han posicionado dentro del mercado y que entran en directa competencia con las grandes empresas.
- c) *Micro-editoriales independientes*: este tipo de editoriales han tenido un atractivo crecimiento durante el último tiempo debido al mercado que apuntan y servir como soporte a la difusión de nuevos o emergentes escritores jóvenes.
- d) *Autoediciones* son una de las formas novedosas en las cuales el mismo escritor posee recursos para publicar sus obras, evitando la asociación con algún sello editorial o comercial editorial.

¹¹ Como se mencionó en párrafos anteriores, las Editoriales Cartoneras adquieren el *copyright* gracias a que el autor cede sus derechos sobre su texto, no obteniendo ninguna ganancia respecto al producto final, salvo un previo acuerdo entre él o la editorial, o si finalmente, él mismo es parte de la editorial. Este proceso es más fácil gracias a que los autores casi siempre son amigos, amigos de amigos o conocidos, lo que facilita las negociaciones entre ellos para ceder los derechos. En algunas editoriales, el *copyright* pasa a tener el nombre de *copyleft* (izquierdos de autor) lo que refleja la liberación de los derechos por parte del autor o autores. También, se generan otras formas de pago como: "pago con libros", o simplemente, difusión.

e) *Academia* es otro agente relevante dentro de esta etapa, que más que nada consiste en una relación disciplinaria entre autores y la academia misma (universidades) donde ellos hacen de editores y lanzan documentos y libros que son consumidos por la misma universidad o para el público general. Por otro lado, están las imprentas, quienes, al tener bajos tirajes de libros, favorecieron el ingreso de la impresión de un archivo digital al papel (impresión digital). Finalmente, agentes asociados a la producción de libros digitales, los cuales digitalizan los libros y documentos para ponerlos en venta por internet, mediante diversas plataformas. (*Ibid.* p. 177)

c) Comercialización y difusión

Esta etapa se ejecuta después de la producción del libro sobre su diseño e impresión, en la cual se negocia la distribución del libro tanto con librerías nacionales, como extranjeras (o comercio exterior con distribuidores). Bajo esta lógica, las editoriales transnacionales distribuyen libros publicados en sus propias empresas, pero también otros títulos pertenecientes a otras editoriales. Por el contrario, las editoriales chilenas para importar o llevar a zonas alejas del país, deben asociarse con otras editoriales y realizan un trabajo conjunto.

Dentro de esta etapa existen diversos agentes o actores encargados de distribuir y comercializar los libros:

1.- *Cadenas distribuidoras*: son pocas las que existen a nivel nacional y operan bajo la modalidad de concesión. En este sentido, no se extienden por todo el territorio, sino que esporádicamente en unos lados y otros, mediante la compra directa de librerías pequeñas.

2.- *Librerías*: Las hay de distintos tamaños y complejidades, donde en las grandes ciudades se instalan librerías especializadas con gran variedad y libros nuevos, mientras que en ciudades pequeñas se encuentran librerías limitadas a libros usados y literatura general. También se da el caso de que las mismas

universidades han creado librerías para difundir los trabajos que se realizan en las casas de estudio.

3.- *Ferias del libro*: Las ferias son uno de los agentes que en el último tiempo ha cobrado mayor importancia y se hace cada vez más recurrente, siendo la FILSA (Feria Internacional del Libro de Santiago). Están se pueden encontrar a lo largo del país con una distribución y comercialización local, para impulsar el consumo de libros en zonas de bajo consumo. En este mismo sentido apuntas las ferias universitarias con producción académica nacional.

4.- *Instituciones públicas y privadas*: Agentes que contratan ediciones específicas con fines institucionales y empresariales.

5.- *Agentes asociados al comercio del libro digital*: es una forma de homologar la función que cumpliría una librería, pero en el espacio virtual. En las plataformas de internet se encuentran agentes que se encargan de vender los libros digitalizados.

En este sector existen diversos canales de difusión, *medios de comunicación* (en torno al área cultural y literaria), *librerías* (que, dependiendo de su tamaño, generan diversas estrategias para la comercialización y la difusión de sus productos). Editoriales (en algunos casos éstas mismas crean catálogos y páginas para comercializar), *bibliotecas* (son uno de los espacios más propicios para la difusión de libros y fomentar la lectura). (*Ibid.* p. 181)

d) Consumo

Dentro de las industrias creativas del sector editorial, se distinguen diferentes tipos de consumidores. En primer lugar, están los de consumo final directo, donde solo parte de la producción editorial está dirigida al público final o directo. Donde la forma principal de adquirir el producto se produce principalmente en librerías, comercio establecido e internet.

En segundo lugar, están los consumidores finales indirectos, quienes compran masivamente productos, pero para su posterior distribución dependiendo del ámbito en el que se encuentran. Un ejemplo de esto es el MINEDUC (Ministerio de Educación), siendo el más grande consumidor de este tipo, para distribuir en las escuelas del país.

Un tercer consumidor es el intermediario, los cuales corresponden a empresas o instituciones públicas y privadas (siendo parte o no del ámbito creativo) que compran y distribuyen libros para difundir las actividades y productos que ellos entregarán. (*Ibid.* p. 183)

En general, el consumo del libro en Chile es bajo, asociado principalmente a variables de tipo socioeconómicas, donde el estrato más alto en la pirámide social es el que más recurso destina al consumo, por ende, son los que más leen y con mayor frecuencia, teniendo más libros en sus hogares. (*Ibid.* p. 184)

La Industria Cultural o Creativa de editoriales en Chile aparece como un espacio amplio para la difusión de todo tipo de libros que puedan ser consumidos a diversa escala dentro del país. Existen en cada etapa del proceso productivo del libro (hablando en términos de su producción, distribución y consumo) diferentes actores que participan en ella de manera directa o indirecta. Asimismo, se evidencia que el proceso del consumo del libro se encuentra limitado por condiciones sociales y económicas que imposibilitan el acceso libre o más fácil a ellos, siendo las *bibliotecas* o los *cafés literarios* los espacios propicios para acceder a ellos sin la necesidad de comprarlos, o finalmente, por las diferentes plataformas digitales de internet.

Las Editoriales Cartoneras aparecen entonces, como un nuevo actor dentro de la escena de la Industria Cultural o Creativa en el aspecto editorial, sin embargo, no está considerado dentro de ella o reconocida oficialmente como una forma alternativa de editorial -al menos hasta el último documento elaborado por el CNCA-. En este sentido podemos posicionar a estos actores como expresiones nuevas que están generando diferentes estrategias para ganarse un nombre dentro del círculo de la

Industria Creativa o Cultural, y generando y difundiendo diferentes discursos respecto a su constitución como fenómeno social y cultural y abarcando diferentes temáticas de distinta índole.

Como vimos anteriormente, las editoriales cartoneras en sus orígenes adquirieron una lógica discursiva de carácter contracultural o contrahegemónica, es decir, ser una alternativa a la producción en masa de la industria editorial del libro, y dar lugar o espacio, a las nuevas expresiones artísticas apoyadas por un fuerte trabajo social y colectivo en diferentes ámbitos y con diversos actores. Sin embargo, la realidad es distinta en cada país. Jaime Vargas Luna (2009) considera que no existe tal “*movimiento editorial cartonero*” –en términos de una asociación establecida y reconocida- a nivel latinoamericano, sino que es más bien una expresión que adquiere particularidad con cada realidad nacional, sin embargo, comparten elementos en común como es la defensa de la *bibliodiversidad*¹², y el ejercicio o práctica de generar participación y formación ciudadana, como también la transformación del *consumo cultural*. (J. Vargas, 2009)

¹² En palabras del mismo autor, la *bibliodiversidad* corresponde a la materialización de las expresiones de la diversidad cultural a través de la diversidad de libros. p. 117.

1.3. Problema de Investigación

La presente tesis ha propuesto caracterizar y describir un fenómeno relativamente nuevo en el país, que ha sido poco estudiado, y que recién está comenzando a posicionarse como un actor relevante dentro de la producción de libros -en este caso, diferente a la producción tradicional y transnacional, o hegemónica-, de manera artesanal e independiente, donde la antropología con el método etnográfico, es fundamental para conocer las distintas dinámicas sociales que se generan en torno a este fenómeno, ya sea en los talleres de producción de libros, ferias para vender y los encuentros internacionales de las Editoriales Cartoneras, o en la relación con agentes institucionales del Estado.

Es necesario entender que la Industria Creativa, busca potenciar toda la producción cultural y creativa que los grupos sociales realizan en los países, y abarcar cada expresión que de ellas emana. Sin embargo, estamos ante un fenómeno sobre el cual la producción industrial transnacional de libros se posiciona como el actor principal y que impacta directamente la producción nacional –en primera instancia-, y a las editoriales independientes, microeditoriales y editoriales Cartoneras, en segunda.

Ahora bien, este tipo de editoriales no son reconocidas por el CNCA, dentro del mapeo de Industrias Creativas como tal -posiblemente estén consideradas dentro del conglomerado “microeditorial”-, sin embargo, se han asociado anteriormente para hacer un trabajo en conjunto para la comunidad, en este sentido, prestar el espacio y difundir con la Biblioteca de Santiago para realizar ferias y encuentros internacionales, como también de la misma forma en los “Cafés Literarios” -principalmente el de Parque Bustamante en la comuna de Providencia, Santiago-. No obstante, es imposible considerarlas como una industria o “pequeña industria” debido a que su lógica de producción -o más bien, manufacturación- es completamente contraria a la forma industrial, como también, la difusión y la compra/venta de aquellos “productos o bienes culturales” que ellas generan; pero sí, se posicionan como una forma diferente, artesanal e independiente, la cual también puede ser

considera como una forma válida de crear cultura y lectura para la comunidad y para el país.

Todas las Editoriales consideradas en este estudio, son diferentes y con objetivos particulares, sin embargo, adquieren elementos en común con los cuales buscan proponer diferentes aspectos de la realidad chilena como los sistemas de trabajo colaborativo, la participación ciudadana, el *reciclaje (asociado a la producción artesanal)* y la utilización de distintas técnicas para intervenir sobre “el material desecho” como el cartón, para darle así un uso y valor diferente mediante diferentes formas de trabajarlo de manera artesanal, entre otros.

Es posible encontrar diversas formas que adquieren las “Cartoneras”, ligadas principalmente con los tipos de publicaciones que realizan, que van desde las narrativas críticas y *subalternas*, poseía romántica, hasta cuentos para niños. En este sentido, se puede decir que las “Cartoneras” ven en el cartón, una forma de generar ingresos económicos, un hobby, trabajo paralelo al trabajo formal, y también, un soporte material para la expresión de distintas ideas que buscan transformar o dar a conocer aspectos de la realidad, mediante la creación cultural literaria.

Cabe recalcar -más de una vez- que este fenómeno social, cultural y económico no ha sido estudiado a cabalidad por las distintas disciplinas de la rama social, más bien, se pueden encontrar investigaciones respecto al trabajo artístico y su materialización sobre el cartón, pero hay muchas otras realidades detrás que no se están sabiendo y que son necesarias para entender el estado actual de las Editoriales Cartoneras y las distintas problemáticas que afrontan. En este sentido, se hace necesario explorar y describir los distintos elementos que las componen, principalmente desde las dimensiones sociales, culturales y económicas, levantando información para que a futuro se puedan generar distintas investigaciones referentes a algún tema en particular que emane de ellas.

El fenómeno cartonero va más allá de “lo artístico” o la reutilización de un material desecho embellecido, sino que hay todo un trasfondo social y económico que intervienen o sobre el cual buscan influir con discursos que no están siendo

conocidos, ni tomados en cuenta, y que pueden ser muy valiosos para entender el porqué de la existencia de este tipo de editoriales, por lo cual se hace necesario tener un conocimiento general, no sólo describiendo los trabajos de las distintas editoriales, sino que también, poniéndolas en relación unas con otras -para conocer sus semejanzas, puntos en común y diferencias. Todo ello, puede permitir que a futuro se produzcan nuevas investigaciones acerca de las editoriales de este tipo, que tengan como soporte este trabajo y puedan abordar otras problemáticas en particular que vayan siendo arrojadas al finalizar este estudio.

En conclusión, y a partir de todo lo expuesto anteriormente respecto a este fenómeno, se presenta la siguiente pregunta de investigación, la cual se responderá con la realización de esta tesis.

1.4. Pregunta de investigación

¿Cómo se desarrolla la producción artesanal de libros por parte de las Editoriales Cartoneras en Chile, y qué dinámicas subculturales-contraculturales y de capital social se desarrollan en sus talleres cartoneros y escenarios de venta de libros?

1.5. Objetivo General:

Conocer la producción artesanal de libros por parte de las Editoriales Cartoneras en Chile, y las dinámicas subculturales-contraculturales y de capital social que se desarrollan en sus talleres cartoneros y escenarios de venta.

1.6. Objetivo Específicos:

1.6.1. Caracterizar a las Editoriales Cartoneras en torno a su origen, objetivos y motivaciones.

1.6.2. Conocer los procesos de producción artesanal, difusión y venta de libros por parte de las Editoriales Cartoneras.

1.6.3. Caracterizar la relación entre las Editoriales Cartoneras y el vínculo con organismos e instituciones de Chile, en el marco de la Industria Cultural o Creativa.

1.6.4. Conocer los discursos y críticas de las editoriales, en torno a los tipos de publicaciones que han realizado.

1.7. Justificación y relevancia de la investigación

Las Editoriales Cartoneras aparecen como un fenómeno social y cultural relativamente nuevo en nuestro país, el cual lleva algunos años posicionándose dentro del campo de la creación de cultura a nivel literario, generando ediciones de escritores emergentes, escritores “olvidados” y otras publicaciones con diferentes actores como artistas plásticos e ilustradores (incluso fotógrafos) produciendo trabajos con un material “desecho” y que existe en abundancia en cada rincón del globo, como lo es el *cartón*. El concepto de cultura y los diferentes discursos asociadas a ella, adquieren una interesante relevancia, ya que aparece como el aspecto “en común” que tienen las “Cartoneras”, pese a que posean diferentes exigencias y aspiraciones con sus trabajos y todo lo que desean proyectar mediante sus publicaciones.

Esta investigación puede generar ciertos aportes a la disciplina respecto a los temas sociales y culturales y la producción de la misma en torno a lo editorial y al elemento artístico impregnado en él, como también, diferentes aspectos de carácter colectivo o colaborativo -en las distintas fases que atraviesa la producción de un libro cartonero- que permiten posicionar a estas editoriales, como un grupo que busca generar un cambio social y cultural en la sociedad y también generar una forma alternativa de producción de libros, de manera artesanal y ecológica.

Todos ellos son elementos que aparecen en las Editoriales Cartoneras, pero de manera diferenciada y particular, debido a la importancia que tiene el contexto o realidad en el cual se insertan, es por eso que existen muchas diferencias entre unas y otras, dependiendo de las exigencias y aspiraciones que tengan. En este mismo sentido, estamos ante algo sobre lo cual nuestra disciplina puede hablar mucho, partiendo por conocer un actor que actúa relativamente en los márgenes y genera un cambio desde lo *subalterno*, tratando de modificar ciertos aspectos de la realidad, entregando algo diferente, independiente, alternativo o artesanal, sobre lo cual la antropología debiese fijar su foco, ya que el elemento social/cultural es la clave para entender el proceso en el que se insertan las “cartoneras” sobre todo asociado al

carácter comunitario que posee en su lógica y generación de espacios para la discusión, el debate, y la producción de libros cartoneros. En este sentido, la importancia de este tema para la antropología es que este fenómeno social y cultural remita a redirigir el curso que está tomando la Industria Cultural o Creativa, y toda la producción de “bienes culturales”, es por esto, que este tipo de editoriales busca ser independiente y diferente a la lógica transnacional, con lógicas económicas y sociales diferentes.

CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Industrias Culturales y Creativas:

En apartados anteriores se menciona el concepto de Industria Cultural como el marco referencial y/o concepto clave y central para este estudio, el cual nos permite entender el proceso en el cual, todos los elementos culturales o espacios de creación de cultura se han transformado en una industria, la que los lleva a la lógica de *producción y reproducción* a gran escala. No obstante, en las últimas dos décadas, este concepto se ha ido transformando –debido a las nuevas tecnologías digitales y comunicacionales-, como también todas aquellas actividades o procesos de creación de cultura, generando dos nuevos conceptos emanados de las Industrias Culturales, como lo son, las Industrias Creativas e Industrias de Contenidos.

El nacimiento del concepto de Industrias Culturales se debe a los filósofos alemanes de la Escuela de Frankfurt, Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, quienes, en 1947, lo crearon para definir y caracterizar, de manera crítica, el momento o estado en el cual se adentraba o dirigía la “cultura” –en ese entonces, radial, cineasta, televisiva, y de revistas o *magazine*-, a adquirir un rol o lógica diferente a la que las obras culturales o artísticas poseían anteriormente.

Estos autores definen y caracterizan a la Industria Cultural en relación a la *cultura de masas*, y, por tanto, la producción de obras a gran escala, dirigidas a un público amplio y homogéneo (o bien, a la “sociedad de masas”). Produciendo de forma industrial, productos culturales que son comercializados y distribuidos para el consumo de masas en forma de arte ligero. (M. Horkheimer y T. Adorno, 1988). En este sentido, los autores mencionan que:

La participación en tal industria de millones de personas impondría métodos de reproducción que a su vez conducen inevitablemente a que, en innumerables lugares, necesidades iguales sean satisfechas por productos standard. (Ibid. p. 1).

Como vemos, estos autores incluyen tres conceptos que son claves para entender a las industrias culturales. En el caso de los dos primeros, los bienes culturales son *producidos* (adquieren una lógica de mercancía) y *reproducidos* (con una carga ideológica creada por los mismos dueños de las industrias) a gran escala, relacionado con el tercer concepto de *estándar*¹³ o estandarización, la cual entra en relación directa con el tipo de producción de las industrias capitalistas, a gran escala o en serie, o como ellos definirían: “*Por el momento, la técnica de la industria cultural ha llegado sólo a la igualación y a la producción en serie, sacrificando aquello por lo cual, la lógica de la obra se distinguía de la del sistema social.*” (M. Horkheimer y T. Adorno 1998: 1). Dicho lo anterior, es importante recalcar que estos autores generan una diferenciación entre la producción industrial de “arte ligero” y el “arte serio”, en este sentido, el arte ligero es aquél destinado hacia la cultura de masas – exponiéndolo como un arte o cultura verdadera- y marginando al arte serio, o la cultura “seria” o lo que realmente debiese ser considerado como “cultura”. (*Ídem.*)

Siguiendo con esta lógica sobre los bienes culturales y el arte, la socióloga Ybélce Briceño (2010) considera que:

La Industria Cultural se orienta, como otras, en función de la obtención de dividendos y beneficios económicos. Sus productos, los bienes culturales, pasan a ser simples mercancías. Por ello, contrastan enormemente con la función y orientación que tuvo siempre el arte a lo largo de la historia. En las sociedades contemporáneas la lógica mercantil atraviesa la creación artístico-cultural, ya así, constriñe sus potencialidades y su autonomía. (Y. Briceño, 2010: 58)

A su vez, la socióloga Stella Puente (2007) considera que el arte y la cultura estaban completamente desligadas de la economía y, por ende, no poseían un valor como mercancía. Sin embargo, a principio del siglo XX se produce un giro inesperado con el surgimiento de la cultura de masas, donde muchos productos culturales ingresaron

¹³ De acuerdo a la definición de la RAE (Real Academia Española), el concepto de estándar, y sus derivados (estandarizar y estandarización), consisten en un tipo, modelo, norma, patrón o referencia.

a la lógica comercial y se estandarizaron, comenzando así una producción industrial de productos y bienes culturales (S. Puente, 2007)

Con las dos citas anteriores podemos caracterizar que la cultura y el arte antes de que Horkheimer y Adorno caracterizaran el momento en que ingresaron a la lógica mercantil o industrial, no eran consideradas como tales e incluso se les catalogaba como “improductiva”. En este sentido y parafraseando a la misma autora, el arte y la cultura para la corriente económica clásica (David Ricardo y Adam Smith), no producía ningún beneficio ni riqueza para los países, por tanto, son *improductivas*. A su vez, Marx, consideraba que la cultura era improductiva porque para la lógica capitalista no producía beneficio económico, y, por tanto, eran relegadas y marginas por este sistema, siempre y cuando no se integraran al proceso productivo. En este sentido, existen dos formas de producción cultural, una ligada al proceso productivo capitalista (industria cultural) y otras “*autónomas*”. (*Ídem.*)

Ahora bien, el comunicador social Edgardo Toledo (2000), considera que el término o concepto de Industrias Culturales, desde sus inicios consistiría en empresas o industrias encargadas de la comercialización de bienes y servicios culturales, dirigidos tanto hacia el interior de cada país como también hacia el nivel internacional. En este sentido, todo el proceso productivo (en términos de su producción, almacenamiento, distribución y consumo) está dirigido hacia obtener ganancia y rentabilidad económica. (E. Toledo, 2000).

Por su parte, el filósofo, crítico cultural y antropólogo argentino, Néstor García Canclini (2002), define y caracteriza a las Industrias Culturales:

...como el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías. (N. García Canclini, 2002: 1)

A su vez, añade que las industrias culturales poseen una doble faceta, por un lado, como un *recurso económico*, y por otro, como una *fuerza identitaria* y de *cohesión social*, la cual, permitiría no solo aprovecharlas para generar un desarrollo económico, sino que también un elemento que beneficie a la creatividad y la diversidad cultural. (*Ídem.*) En este sentido, esta definición se ajusta a lo mencionado por los autores de la Escuela de Frankfurt, quienes caracterizaban la lógica de producir y reproducir ideología o discursos.

En relación con lo anterior, el director de cine, narrador e investigador de medios de comunicación y cultura Octavio Getino (2004) considera que:

El término “industrias culturales” está asociado, desde medio siglo atrás, a las empresas de producción y comercialización de bienes y servicios culturales, destinados a su difusión y comercialización en amplios sectores de la población. Su función distintiva y principal es la de producir bienes y servicios para satisfacer específicamente demandas culturales. (O. Getino, 2004: 99)

El autor agrega que este concepto está compuesto por dos “insumos” complementarios e inseparables, por un lado, la producción material y tangible de estos bienes, por otro, la producción intangible de bienes simbólicos expresados en ellos. (*Ídem.*)

Volviendo al concepto de Industrias Culturales y su relación con la cultura y el arte propuesto por Horkheimer y Adorno, el comunicador social y filósofo Manuel Silva, considera que en el texto de estos autores:

...la IC refiere el sistema de producción industrial de artefactos estéticos idénticos en su estructura y en su sentido, hechos en y para ser circulados en los medios masivos de comunicación y para ser dirigidos al consumo masivo de un público construido por la propia industria. (M. Silva, 2013: 178)

Esta definición trajo consigo variadas críticas respecto a la asociación de arte y cultura que Horkheimer y Adorno le dieron al concepto, es por esto que el autor considera que:

...como han sugerido algunos comentaristas, el modelo de cultura de Adorno puede quedar “atrapado” en su concepto de arte. La diferenciación entre arte serio y arte ligero trae consigo, a su vez, dos tipos de producción cultural y, por lo tanto, dos tipos de cultura. La cultura, entonces, se concibe desde el arte. De esta manera, al formular la crítica cultural desde la estética la visión resulta limitada, por ejemplo, al confrontarse con una visión antropológica de la cultura. Desde luego que la cultura es más que el arte. (M. Silva, 2013:193)

Desde una visión socio-antropológica, han surgido diferentes visiones y reelaboraciones del término acuñado por estos autores, aplicado a la época actual que se diferencia sustancialmente de la anterior (*Ídem.*) Como se mencionó anteriormente, del concepto de Industrias Culturales, surgieron los conceptos de *Industrias Creativas e Industrias de Contenidos*, tratando de abarcar mucho más que las actividades o industrias esbozadas por los autores de la Escuela de Frankfurt.

Ahora bien, es importante recalcar que los tres conceptos de industrias mencionados anteriormente, en su definición son iguales o similares, no obstante, lo que las diferencia, son las actividades que buscan integrar o proponer dentro de las industrias. En este sentido, las diferencias prácticamente recaen en las actividades que incluyen o excluyen y su relación con los avances tecnológicos y comunicacionales o de información.

El contexto histórico en el que surge el concepto de Industrias Culturales, el cual los autores de la Escuela de Frankfurt trabajaron y caracterizaron, estaban en pleno auge la “*sociedad de masas*” y la producción industrial de medios “tradicionales” como el cine, televisión, radio y magazines. En este mismo sentido, Cosette Castro para la CEPAL¹⁴ considera que:

El concepto de industrias creativas surgió en 1980 en Australia, pero fue desarrollado en el Reino Unido durante el primer gobierno de Tony Blair como una estrategia política para abrir nuevos frentes de trabajo, desarrollar nuevos mercados y permitir la inclusión social. Las industrias creativas son un término

¹⁴ CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

amplio que creció, abarcado por los teóricos de la Economía de la Cultura e incluye mucho más que la producción de contenidos para los medios tradicionales (diarios, revistas, televisión abierta o de pago, cine, radio o publicidad) o para los medios digitales, como Internet, periódicos y revistas on-line, televisión y radio digital, móviles, ipods y palms. (C. Castro, 2008: 15)

Esta autora agrega que el concepto de Industrias de Contenidos está ligado a las nuevas tecnologías de comunicación e información de este siglo, sobre todo a la digitalización de los bienes y productos culturales, pero además el acceso y la inclusión social, donde cada habitante puede acceder a la información de cualquier parte del globo y también, crear información nueva. (*ídem.*)

Actualmente, la UNESCO¹⁵ reemplaza el concepto de Industrias Culturales por el de Industrias Creativas y las define como: *“Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.”*¹⁶, agregando que corresponde a un enfoque que no resalta solamente los productos creativos humanos, sino que toda la cadena productiva asociada a él, y sus funciones para reproducir aquellas creaciones al público.¹⁷ En este sentido, esta definición es la que sirve como referencia institucional para los países de Latinoamérica, partiendo por el hecho de que se utiliza el nombre de Industrias Creativas, como es el caso de nuestro país, dándole énfasis en la creación cultural desde diferentes ámbitos.

Volviendo a los postulados de Stella Puente (2007), la autora considera que:

...no hay una definición única del concepto de industrias culturales ni hay acuerdo todavía duradero, sino múltiples aproximaciones a un hecho socio-económico-cultural en pleno desenvolvimiento. A partir de la reciente –y convengamos: tardía- toma de conciencia por parte de los Estados con

¹⁵ UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

¹⁶ Definición de la UNESCO. Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Disponible y extraída de: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>

¹⁷ *Idem.*

respecto a cuan decisivo es para el desarrollo de la propia cultura resguardar estas industrias, han aparecido definiciones y conceptos nuevos, aunque relativos casi exclusivamente a su operatividad política. Y en este sentido, el mapa que indica qué sectores se incluyen en ellas o quedan excluidos representa casi literalmente qué tipo de realidad artística y cultural identifica a un país determinado. (S. Puente, 2007: 27)

Esto último entra en relación con el *Mapeo de Industrias Creativas* en Chile a cargo del CNCA (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes) en nuestro país, el cual se encarga de enmarcar cuáles son las actividades productivas del área creativa o creación de productos culturales –como se menciona en capítulos anteriores-, los cuales son: *artesanía, artes visuales, fotografía, teatro, danza, artes circenses, editorial, música, audiovisual, arquitectura, diseño y nuevos medios.*

Para los requerimientos de este estudio, sólo nos fijaremos en producción industrializada de libros a través de la industria cultural o creativa. En este sentido, el plano editorial está considerada como “industria” dentro del mapeo anteriormente expuesto, ante eso, el doctor en lenguas y literatura, y filósofo -antes referenciado- Bernardo Subercaseaux (2014) menciona lo siguiente:

Como todas las industrias culturales, la del libro se encuentra en la encrucijada de la difícil y compleja relación entre el mercado y la cultura, en tiempos en que el mercado y las gerencias comerciales no le dan importancia a la función cultural y social que la industria implica. (B. Subercaseaux, 2014: 264)

En este sentido, el modelo de mercado que arrastra a la industria chilena del libro no sólo no se preocupa o no da mucha relevancia al tema cultural y social, sino que se les restringe al ámbito nacional y obligadas a lanzar libros -privilegiándolos sobre otros- que sean “de éxito conocido” o “se sabe que son buenos” -o en palabras del autor, “sandías caladas”. Es el modelo de las filiales de grupos transnacionales que aparentemente operan con autonomía local pero controladas por las casas matrices. Para lo demás, las editoriales independientes y microeditoriales se pueden

permitir el riesgo de publicar temáticas que no realizan las transnacionales, temas como poesía, ensayos, textos étnicos, ficción de autores desconocidos, DDHH y memoria, entre otros. (*Ídem.*)

2.2. Producción artesanal:

La UNESCO genera una definición general de cómo se entiende a la producción artesanal hoy en día dentro del rubro de las industrias creativas (culturales):

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente. (Unesco, 1997)

Bajo esta lógica, los productos artesanales que originan las editoriales cartoneras son primeramente los libros cartoneros, y en segunda instancia, todos aquellos otros productos no-libros que de igual forma son trabajados con cartón. Los editores y dueños de las editoriales pasarían a ser “artesanos del cartón” -bajo la definición anterior- lo cual nos permite entender que todo el trabajo impregnado en el cartón es hecho con sus propias manos, ayudado por otras herramientas o maquinarias no-artesanales, pero que son manipuladas por ellos mismos.

La antropóloga mexicana Victoria Novelo (1997) nos entrega una definición parecida a la de la Unesco, agregando otros elementos a considerar:

Si tratamos de ser precisos, la calidad de artesanía se confiere a un producto plástico por provenir de un proceso de trabajo fundamentalmente manual y calificado en relación a los patrones industriales. Así, el artesano, como conocedor de un oficio que se desarrolla históricamente antes de la industria, puede producir objetos artísticos, pero no necesariamente; puede producir

objetos en serie a los que no añade ningún valor socialmente establecido como estético. (V. Novelo, 1997: 79)

Cabe mencionar que la producción de libros de cartón es un oficio que puede tener larga data y que no necesariamente fue inventado ni patentado por las Editoriales Cartoneras -probablemente se pueda encontrar libros con tapas de cartón en siglos pasados-, pero, el libro de cartón como recurso y como soporte único y exclusivo (además de tener el sello editorial) nace junto a Eloísa en Argentina. Sumado a esto, y retomando la cita anterior, el libro de cartón o libro cartonero, es un oficio artesanal y que no es producido industrialmente hasta el momento, es decir, no sigue la lógica de la reproducción en serie o producción en masa (o a gran escala). En este sentido, las editoriales cartoneras manejan un bagaje de técnicas, estilos, maquinarias, herramientas, y sobre todo el trabajo manual y artístico de los diseños de las tapas, caracterizan a este tipo de trabajo como completamente manual y artesanal, que no se desarrolla en serie o que una máquina en específico desarrolle en su totalidad -como sería en el caso industrial-.

Ahora bien, volviendo a la definición anterior, los productos artesanales son producidos históricamente antes de la producción industrial de ese mismo producto -por ejemplo- y que presentan un oficio “tradicional”, sin embargo, el caso de la producción de libros cartoneros es un producto artesanal y manufacturado completamente contemporáneo, es decir, que data de este siglo desde el nacimiento de este tipo de editoriales -como tal- en la República Argentina con el caso de Eloísa. En este sentido, se puede ver que la producción artesanal de libros cartoneros no se presenta como un “oficio tradicional” o que represente una identidad pasada que se caracterizó por producir ese tipo de productos, sino más bien, es un producto “nuevo” y “alternativo” a la producción industrializada de libros, pese a que anteriormente, autores o cualquier persona pueda haber hecho un libro de cartón para autopublicarse, el “libro cartonero de editoriales cartoneras” es un elemento contemporáneo que nació como una forma de producción exclusiva, ya que éstas no trabajan otro tipo de libros con otro tipo de materiales, o con materiales tradicionales de la industria del libro.

Es por esto que una definición correcta de los productos artesanales, en este caso los libros de cartón de las editoriales cartoneras, corresponde a un “nuevo producto artesanal” o “Producto artesanal contemporáneo” ya que nacieron como una alternativa hacia la producción industrial de libros, y no como una forma “previa” a ella.

2.3. Subcultura y Contracultura:

Como se mencionó en capítulos anteriores, es necesario entender el concepto de *contracultura* y generar una diferenciación con el concepto de *subcultura*, que pueden parecer similares, pero tienen en su lógica, un significado muy diferente; el cual es muy importante para conocer cómo se va a entender este concepto en base a los requerimientos teóricos de esta tesis.

La *subcultura* en palabras de Fernando García (2012) basado en los postulados de Yinger (1960)¹⁸, aparecen como sistemas diferentes no antitéticos del sistema social amplio o mayor, mientras que, por el contrario, las contraculturas serían subculturas cuyos valores sociales (o de norma social) están en oposición al sistema mayor y dominante. Posteriormente, el autor agrega que:

...El concepto de contracultura añade matices decisivos al de subcultura, ya que mientras las variantes subculturales pueden aceptar unos elementos o rechazar otros, su propuesta nunca propone “salirse del sistema”, mientras que en el código genético de la contracultura el rechazo frontal a lo instituido, la búsqueda del colapso normativo y la superación de las corrupciones de la cultura dominante constituyen la base de su proyecto. (F. García, 2012: 304)

El filósofo e historiador Theodore Roszak (1984) considera que el concepto de contracultura y los grupos que la conforman son una *“...Cultura tan radicalmente desafiada o desafecta a los principios y valores fundamentales de nuestra sociedad, que a muchos no les parece siquiera una cultura, sino que va adquiriendo la alarmante apariencia de una invasión bárbara.”* (T. Roszak, 1984: 57) Bajo esta lógica, el autor propone a los movimientos contraculturales (juveniles) como un fenómeno cultural que busca trascender lo político y la ideología alcanzando el plano de la conciencia, transformando hasta el íntimo sentido de lo que somos, lo que son los otros y lo que nos rodea (*Ídem.*)

¹⁸ Yinger, John Milton, “Contraculture and Subculture”, American Sociological Review, N°25, Pp. 625-635. 1960.

Similar a las aproximaciones anteriores a la definición de este concepto, Bernal Herrera (2006) considera que las contraculturas:

En tanto culturas contestatarias, de oposición, las contraculturas saben que su signo, su misma existencia como tales, depende de su inserción en una formación cultural, en un campo de fuerzas en pugna que define batallas a librar. Esto lo entiende también la cultura dominante, cuya acción parece depender, al menos parcialmente, de su propio carácter. (B. Herrera, 2006: 280)

En este sentido, la contracultura entra en contacto con la cultura dominante o hegemónica, e intenta librar una lucha por romper aquellos códigos o patrones culturales instituidos por los que detentan el poder, para así instaurar una cultura diferente y que se posicione como “nueva” frente a lo tradicional.

Por su parte, la socióloga Tania Arce Cortés (2008) –diferenciando su concepción de este concepto, respecto a la de autores anteriormente mencionados-, considera importante conocer la traducción al castellano de la palabra inglesa de *Counterculture*, el concepto es traducido como “contracultura”, sin embargo y citando a González (2000)¹⁹ la traducción literaria del concepto sería una “cultura en oposición” o “cultura a la contra”, debido a que el término “contracultura” se entiende más como una cultura nueva o marginal. (T. Arce Cortés, 2008)

Siguiendo con los postulados de la misma autora, menciona que:

En la actualidad, el término contracultura es utilizado para hacer referencia a aquellas acciones o actividades que tratan de salir de los estándares. Bajo esta lógica, diferentes grupos de jóvenes lo utilizan para hacer hincapié en la diferencia y en la propuesta de nuevas visiones y perspectivas. (T. Arce Cortés, 2008: 264)

¹⁹ Gonzales, S. (2000) “*Alternar siempre enriquece*”, en Martínez, R. C. (2000). *Cultura contracultura: Diez años de contracultura en México: antología de textos publicados en Generación*. México: Plaza & Janés.

Dicho lo anterior, para los requerimientos de este estudio, se entiende como sistema mayor o amplio a la industria cultural o creativa (editorial) establecida u oficial, mientras que, a las editoriales cartoneras como una forma de producción independiente, alternativa y artesanal de libros dentro de este marco referencial mayor, asociado con un discurso crítico “antitético” a lo establecido, o regidos por la producción transnacional de libros.

Es por esto que se entiende a las “Editoriales Cartoneras” (o simplemente “Cartoneras”) como un grupo, colectivo o *fenómeno subcultural con elementos contraculturales* en su lógica de producción de libros, y aspectos sociales y discursivos asociados a ellos, ya que no buscan romper el esquema ideológico y productivo dominante, sino que lo critican desde lo *subalterno*, buscando posicionarse como un colectivo que genera una forma alternativa a la “Industria Cultural o Creativa formal” y la producción hegemónica de libros.

Como vimos anteriormente, lo contracultural se expone como un grupo subcultural (asociado principalmente a movimientos juveniles) que busca revertir los patrones culturales establecidos e instaurar una nueva cultura, diferente a la anterior, con una lógica de sentidos y significado completamente nuevos. En este sentido, no se puede encasillar a las “Cartoneras” dentro de esa lógica, ya que, en primer lugar, corresponden a grupos de diversa edad (tanto los dueños o editores como también otros actores que participan en las distintas dinámicas sociales que se generan). Y, en segundo lugar, no buscan transformar lo establecido (como revolución) sino que estimular la creación de formas “alternativas” (artesanales) de producción de libros, y de trabajos comunitarios y sociales, apoyados por discursos asociados a ellos. Finalmente se puede decir que lo contracultural adquiere una posición política frente a lo instituido, mientras que, si fuera solamente subcultura, aceptaría o rechazaría aquellos elementos sin cuestionarlos y sin proponer algo “diferente”.

2.4. Capital social

En referencia al apartado social de esta investigación y en relación el establecimiento de redes colaborativas y de apoyo mutuo entre las editoriales cartoneras (tanto nacionales como extranjeras) y en su relación o vínculo con organismos institucionales del Estado, se hace necesaria una definición general del concepto de capital social para entender los tipos de relaciones que se puedan establecer en el ámbito de las “cartoneras”, ya sea en términos económicos, como también sociales y culturales.

En base a lo anterior, John Durston (2000) de manera general, considera que el término de capital social remite a las normas, instituciones y organizaciones que buscan promover la confianza, reciprocidad y cooperación. No obstante, remite a un concepto de compleja definición y que puede abarcar una multiplicidad de factores tanto individuales como sociales y colectivos.

Siguiendo con este autor, menciona que los dos escritores que más tempranamente trabajaron este concepto de forma relativamente completa y detallada fueron Bourdieu y Coleman, en este sentido, el autor citando a estos autores, expresa a grandes rasgos lo que cada uno entendería por Capital Social:

Bourdieu (sociólogo, 1985)²⁰: Capital social es “El agregado de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento mutuo”. Coleman (sociólogo, 1990)²¹: Capital social es “Los recursos socio–estructurales que constituyen un activo de capital para el individuo y facilitan ciertas acciones de individuos que están adentro de esa estructura”. Como otras formas de capital, señala Coleman, el capital social es productivo, posibilitando el logro de ciertos fines que no serían alcanzables en su ausencia. (J. Durston, 2000: 8)

²⁰ Bourdieu, Pierre, “The Forms of Capital”, en Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, ed. J. Richardson. N.Y., Greenwood. 1985.

²¹ Coleman, James, “Foundations of Social Theory”, Belknap Press, Cambridge, Mass. 1990.

Bajo esta premisa, se hace posible mencionar que, en el caso de las Editoriales Cartoneras, el capital social estaría presente en las redes de relaciones que establezcan entre ellos y que sean reconocidas por sus participantes de manera individual y mutua, y la importancia de la existencia de ese sistema de redes “más o menos institucionalizado” permite que los integrantes puedan lograr ciertas acciones que sin la presencia de esos “recursos sociales” no podrían tener. Este apartado es clave para entender no sólo la relación establecida entre ellos, sino que también con las instituciones, logrando así tener un acceso que, sin aquellas redes, no podrían tener, por ejemplo, el caso de la creación de la “Cooperativa de Circulación Cartonera” y las redes con organismos institucionales -que como se mencionó en apartados anteriores- prestan el espacio y difunden las actividades en “ferias cartoneras” y “encuentros internacionales”.

Profundizando un poco más en la concepción de este autor sobre el concepto, considera que el capital social se manifiesta en dos ámbitos separados, los cuales son el plano individual y el plano colectivo o comunitario, igualmente válidos y complementarios. (J. Durston, 2000)

En este sentido, el capital social individual se manifiesta en redes egocentradas donde la persona establece redes sociales contenidas en la confianza y reciprocidad, mientras que el capital social colectivo o comunitario se expresa en instituciones más complejas basadas en la cooperación y la gestión (*Ídem.*)

La importancia de dividir el capital social en esos dos aspectos diferentes pero no excluyentes, permite que para esta investigación se pueda entender los diferentes tipos de redes y asociaciones colaborativas que establecen las editoriales cartoneras en su singularidad, en algunos caso puede darse de manera egocentrada, por ejemplo, con la colaboración de unas con otras en diferentes ámbitos del sistema creativo o productivo de los libros, las cuales se basan en la confianza y en la retribución o reciprocidad entre ellas. Mientras que otras, pueden establecer redes más complejas y que funcionan con una gestión diferente, basada en la cooperación de los miembros que la componen como es el caso de la cooperativa. Es por esto,

que podemos encontrar dos tipos de relaciones basadas en el capital social, una individual con el contacto interpersonal con una relación colaborativa entre un “uno” con “otro”, y una colectiva basada en la pertenencia a un grupo con una gestión diferente, con una estructura diferente que se manifieste en reglas y acciones que por sí solo no se podrían conseguir.

Ahora bien, los sociólogos Andrés Aguirre y Mónica Pinto (2006) con una definición un tanto parecida a la del autor anterior, consideran que:

Las propiedades del capital social se generan a partir de la estructura de relaciones sociales que existe en todo grupo o colectivo, y hasta el capital social vinculado a individuos nace por relaciones interpersonales entre los demandantes y las fuentes, lo que lleva a poner al sujeto poseedor en las instituciones y redes sociales por donde cruza. El capital social por consiguiente es parte integrante de las comunidades, las empresas y organizaciones colectivas. (A. Aguirre y M. Pinto, 2006: 6)

En este sentido, los autores profundizan en que, aunque la relación sea individual o colectiva, nace y se materializa mediante las relaciones interpersonales y los objetivos o demandas que posean los individuos, finalizando con que el capital social es parte integrante de las organizaciones de distinto tipo. Con esto, se puede ver que ninguna de las dos formas de capital social es excluyente de la otra, tal como mencionaba el autor mencionado en párrafos anteriores, sino que son diferentes y pueden perseguir objetivos o demandas diferentes.

CAPITULO 3: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de la investigación

La metodología que ha sido utilizada para este estudio es del tipo cualitativa con un diseño exploratorio y descriptivo, la cual se basa en el ámbito subjetivo y experiencial de las personas o sujetos de estudio, con el fin de conocer un fenómeno social particular y que nos permite explicarlo dentro del contexto de una sociedad determinada, mediante el trabajo en terreno y su relación con un aparataje teórico/conceptual, necesario para enmarcar este estudio.

Bajo esta lógica, esta metodología, *“parte desde un acontecimiento real acerca del cual se quiere hacer un concepto”* (O. Mella, 1998: 5) es decir, se está ante algo que desconocemos y, por tanto, queremos saber, describir y explicar. Y para ello, el punto de partida son las observaciones que se han hecho y se hacen acerca del fenómeno en cuestión, con la finalidad de reunir y ordenar todas esas observaciones de manera comprensible, para hacer un concepto o definición de él.

Siguiendo con Orlando Mella (1998) *“El método cualitativo tiene, así como objetivo, la descripción de las cualidades de un fenómeno”* (O. Mella, 1998: 6), o sea que, para llevar a cabo este estudio, es necesario un contacto directo, no solo con el fenómeno a estudiar, sino que también, con las personas involucradas e inmersas dentro de él, para así, conocer desde su propia perspectiva o punto de vista, la realidad de la cual son parte, adentrándonos así en sus cualidades o aspectos que la constituyen.

En este sentido, no sólo el investigador con su observación del fenómeno configura una definición o concepto de él, sino que también los sujetos que, en su cotidianidad, se encuentran inmersos dentro de esa realidad, generando una explicación y descripción de lo que viven.

En otras palabras, *“una de las características de la investigación social es que los objetos que estudiamos son en realidad sujetos que por sí mismos producen relatos de su mundo.”* (M. Hammersley y P. Atkinson, 1994: 121).

Es importante saber que aquel fenómeno no se manifiesta solamente en el ámbito material, sino que también en lo subjetivo, ya que la sociedad está constituida por todos aquellos sujetos que comparten determinados códigos, relatos, sentidos y significados, que nos permiten conocer su punto de vista o discurso, y su explicación acerca de la realidad que viven:

Así se presenta, o conoce, a la sociedad como códigos que regulan la significación, que circulan o se comparten en redes intersubjetivas. Ni variables ni individuos: el objeto es complejo, pues articula un plano manifiesto y uno generador, mientras que el individuo está estructuralmente articulado con otros, e internamente articulado como totalidad. (M. Canales, 2006: 19).

Entonces, para entender bien un proceso en particular debemos ver cómo se expresa o manifiesta a nivel individual y también a nivel social o colectivo, cómo se comparten aquellas explicaciones y descripciones del mundo y finalmente cómo estas se articulan en una totalidad o un todo.

En este caso, toda la producción discursiva que se realiza dentro y entre las editoriales cartoneras, corresponden a aquella explicación y conocimiento del fenómeno del cual forman parte, es decir, todo aquél relato de sentidos y significados que los identifica como *parte de*, y que se manifiesta en su cotidianidad. Sin dejar de lado que aquél fenómeno social forma parte de un marco referencial mayor, el cual es la sociedad chilena y todo lo que tiene que ver con la definición o parámetros institucionales acerca de la Industria Cultural o Creativa del área editorial y la producción que atraviesa el libro.

El investigador forma parte y se adentra en esta realidad o marco mayor referencial, para así conocer y describir ese fenómeno en particular, a partir de las descripciones, observaciones y conceptualizaciones que realizan los actores que, en

su cotidianidad, forman parte de las editoriales cartoneras. En este sentido, este tipo de metodología permite inmiscuirse dentro del fenómeno a investigar sobre el cual se realiza una observación y descripción, como también de todos aquellos relatos, discursos, visiones de mundo, y definiciones que los sujetos de estudio generan, comparten y expresan.

3.2. Métodos y técnicas para recabar información

La presente investigación es de carácter *etnográfico*, el cual es esencial para adentrarnos al terreno, conocer y explicar el fenómeno o la realidad a investigar. En este sentido, la realización del *trabajo de campo* nos permite conocer ese ámbito intersubjetivo y ver a través de nuestra observación *in situ*, cómo se manifiesta el fenómeno para luego describirlo y analizarlo en un determinado contexto, explicando, además, la vida social bajo la perspectiva de las personas que habitan determinado *lugar o espacio*, los que finalmente, están enunciando un conjunto de expresiones y visiones de mundo, y de la realidad de la que forman parte, las cuales el investigador desea conocer y dar a conocer.

De acuerdo a Rosana Guber (2004), el trabajo de campo se definió en sus comienzos mediante la presencia directa, individual y durante largos periodos, donde el investigador se inmiscuía, en el lugar o espacio que habitan los actores/miembros de una unidad sociocultural, determinada. En ese lugar, el etnógrafo extrae información la cual ira siendo sistematizada y analizada durante y después de la estadía. Sin embargo, y con el tiempo, el trabajo de campo se ha ido modificando acorde a los requerimientos y objetivos que el investigador tenga, haciéndose ya no necesaria la estadía prolongada que Malinowski pretendía, debido a determinadas variables externas e internas que la impiden: “*en buena parte debido a la escasez de recursos y a las demandas de la vida académica, pero también al acortamiento de las distancias en el mundo.*” (R. Guber, 2004: 83)

Siguiendo con los postulados de esta autora, es necesario hacer una definición y delimitación del “*campo*”.

El campo de una investigación es su referente empírico, la porción de lo real que se desea conocer, el mundo natural y social en el cual se desenvuelven los grupos humanos que lo construyen. Se compone, en principio, de todo aquello con lo que se relaciona el investigador, pues el campo es una cierta conjunción entre un ámbito físico, actores y actividades. (Ibid. p. 83-84)

En este sentido, el campo no responde meramente a un espacio geográfico, autodefinido por sus límites espaciales (mar, selva, calles, muros), sino que es una definición del investigador, abarcando determinados ámbitos y actores que contienen la materia prima (información) para la investigación. (*Ídem.*)

Es este espacio, lugar o “campo”, definido y delimitado previamente por el investigador, donde él mismo debe integrar las tres reflexividades que siempre están en interrelación y permiten al investigador situarse en una realidad particular, para conocer, describir y explicar dichos fenómenos, mediante el estudio etnográfico.

Siguiendo con lo anterior, *la primera reflexividad* es la del investigador como un miembro de una sociedad o cultura, que es en sí misma, diferente a la de los sujetos de estudio incluso si formara parte de aquel grupo (como habitante e investigador del lugar). *La segunda reflexividad*, responde a las perspectivas teóricas y epistemológicas, propias del ámbito académico en el cual se ha formado, es decir, todo aquel aparataje teórico y metodológico en el cual se ha constituido como investigador, y que lleva a la práctica en el terreno. En otras palabras, es su *mirada teórica*. Finalmente, *la tercera reflexividad* es la de los “otros”, los investigados, la cual opera en su vida cotidiana y se constituye como el objeto de investigación (sobre el cual el investigador pone su foco), teniendo en cuenta la interrelación o el ámbito intersubjetivo en la relación temporal y espacial, entre los actores (y también el investigador), para así poder conocer, describir y explicar, el fenómeno social particular a partir de la mirada de los “otros”, lo que allí sucede, y cómo éste, afecta a sus habitantes y al entorno. (R. Guber, 2001).

En el caso de este estudio, el *campo o lugar* para realizar el trabajo etnográfico, serán todos aquellos talleres en los cuales se realiza el trabajo de las Editoriales Cartoneras y también los lugares de venta y encuentros (ferias de libros cartoneros y encuentros internacionales), delimitándolo como el espacio donde se genera el fenómeno a investigar y desde el cual emanan los distintos discursos. Para así, llevar a cabo los objetivos mencionados anteriormente y recabar la información para la investigación, mediante las técnicas que se expondrán a continuación.

A continuación, se expresan las principales técnicas o procedimientos utilizados para recabar la información de este estudio.

3.2.1. Observación Directa

En primera instancia, esta técnica permite reconocer el espacio y delimitar la zona de estudio además de hacer posible la recopilación de datos, observando a los sujetos en su entorno habitual o cotidiano. También nos permite observar cómo se manifiesta el fenómeno a investigar y cómo afecta de manera directa a los sujetos.

En el polo contrario, la observación ubicaría al investigador fuera de la sociedad, para realizar su descripción con un registro detallado de cuánto ve y escucha. La representación ideal de la observación es tomar notas de una obra de teatro como mero espectador. Desde el ángulo de la observación, entonces, el investigador está siempre alerta, pues, aunque participe, lo hace con el fin de observar y registrar los distintos momentos y eventos de la vida social. (R. Guber, 2001: 57)

3.2.2. Observación Participante

La observación participante *“Implica la inmersión del investigador entre aquellos que él/ella intenta estudiar, con el objetivo de obtener una visión en profundidad acerca de lo que se está observando.”* (O. Mella, 1998: 5), por lo tanto, es una técnica que permite adentrarnos aún más en la comprensión de un proceso o fenómeno particular a partir de aquello que deseamos investigar, lo cual nos facilitará su conocimiento, descripción y explicación.

Así mismo, Guber (2001) expresa que la observación y la participación son dos ámbitos que funcionan en conjunto y no por separado, siendo así necesario *observar para participar y participar para observar*; esto significa que no es sólo vivenciar lo que ocurre frente a nuestros ojos, sino que participar de aquellas actividades que nos permiten obtener un conocimiento real, *in situ*, y tomando participación en las actividades que las personas realizan. (R. Guber, 2001)

En este estudio, esta técnica se torna valiosa y muy necesaria a la hora de conocer todo el proceso de producción artesanal de libros cartoneros (también los otros procesos de distribución y consumo) y el discurso que emana de ellos y que se encuentra impregnado en los productos; por ende, no radica solamente en observar lo que hacen y cómo lo hacen, sino que participar directamente para registrar a través de la experiencia, todo lo que se manifiesta en este fenómeno en particular.

3.2.3. Entrevistas Etnográficas

El etnógrafo no define preguntas formales, sino que realiza un listado de temas sobre los cuales desea saber. Por lo tanto, la importancia de estas entrevistas radica en su carácter indirecto y directo (M. Hammersley y P. Atkinson, 1994). Es por esto que, para esta investigación, se realizarán entrevistas semi-estructuradas por temas, de los cuales, se realizarán preguntas indirectas para introducirnos en un conocimiento general y luego realizar preguntas directas para profundizar en un tema particular.

3.3. Delimitación del campo de estudio

Considerando las características de la investigación, se propone realizar una muestra no probabilística de tipo intencionada, ya que se eligen los individuos siguiendo el criterio del investigador seleccionando a los sujetos que se estima, pueden facilitar la información necesaria. Además, este muestreo operará bajo la saturación de información o reiteración, “*La representación cualitativa opera por el principio de redundancia o la saturación, entendiéndose por ello el agotamiento de información o efectos de sentido no conocidos previamente*” (M. Canales, 2006: 23).

3.3.1. Actores:

Los actores considerados para este estudio son el conjunto de personas que pertenecen, son dueños, editores o fundadores de una Editorial Cartonera chilena y que se encuentran vigentes como miembros de ella. A su vez, con participación, ya sea en su taller cartonero o en la realización de talleres, o bien, en actividades colectivas o comunitarias como ferias o encuentro de editoriales.

3.3.2. Escenario:

Los escenarios seleccionados son en primer lugar, los talleres de las Editoriales Cartoneras en la ciudad de Santiago, los cuales deben ser entendidos como el lugar o espacio en el que se generan las distintas dinámicas sociales, ya sea en el plano político mediante el discurso, discusión y su difusión, como también en el plano económico mediante la producción artesanal de libros. Y, en segundo lugar, los espacios de *encuentros internacionales* o ferias para comercializar y generar dinámicas del plano político.

Por lo tanto, los talleres y espacios de “venta” (ferias y encuentros) son los lugares que habitan los actores que serán investigados en este estudio y donde adquieren participación económica, social y política.

3.3.3. Universo y muestra:

El universo de las editoriales cartoneras actualmente responde alrededor de unos 16 (y aproximadamente 25 en total país) talleres en funcionamiento en la Región Metropolitana, de los cuales se eligieron 7 como *muestra*, debido a su activa participación en distintas actividades que se realizan entre Editoriales Cartoneras en Santiago, y también encuentros Internacionales (también en esta región).

Este criterio es definido en base a los requerimientos de este estudio, donde se busca conocer la asociación entre dos ámbitos o dimensiones, como lo son la social-cultural y la económica, donde la participación (asociación con otros, redes colaborativas, vínculos institucionales, etc.) permite alcanzar los objetivos previamente estipulados.

En base a lo anterior, se realizarán entrevistas etnográficas (individuales o conjuntas) -dependiendo de cada caso editorial- con los dueños o editores (propietarios o copropietarios) de las 7 editoriales seleccionados, llevando a cabo cada técnica para recabar información. Este criterio es definido como tal, debido a que, en base a los requerimientos y propósitos de esta investigación, se considera la importancia de que las “Cartoneras” tengan un trabajo no sólo para sí, sino que también para el colectivo. Además, de no generar criterios de sexo, edad, teniendo en cuenta que la base fundamental de selección es su pertenencia a una editorial y/o taller “cartonero” como propietario o editor.

Adicionalmente, se incluirá la experiencia de terreno realizada en la Comuna de San Pedro de la Paz, con una editorial cartonera llamada “*Infracción Ediciones*” de Concepción, a modo de estudio de caso, para dar luces sobre la experiencia regional de este fenómeno.

Este estudio etnográfico fue realizado durante el mes de agosto del año 2016, en la casa-taller de Pepito Tequila, el fundador de la editorial cartonera, donde me invitó a participar del proceso de creación de libros cartoneros y un taller realizado en la ciudad de Concepción (centro) junto a Alejandra Villarroel y su proyecto “Activa tu presente con memoria”, una instancia para enseñar la técnica cartonera con temática de los Derechos Humanos.

CAPITULO 4: ANÁLISIS DE LA INFORMACION

4.1 Introducción al análisis

Antes de comenzar con el trabajo de análisis, es necesario mencionar la estructura y el propósito que tiene; primero, se expresa la categoría de análisis establecidas -en su mayoría- por los objetivos (general y específicos) de esta investigación y otros desde la *pauta de entrevista* (ver anexos N°1). Luego de presentar la categoría, se realiza un *análisis descriptivo* de la información donde se expone en cada una, los siete casos editoriales que se trabajaron en este estudio, exponiendo las citas extraídas de las entrevistas realizadas a cada editorial. Posteriormente, se realiza un *análisis interpretativo*, donde, básicamente, cada aspecto mencionado y citado en el análisis anterior, es interpretado en relación con el marco teórico y algunos aspectos de los antecedentes.

El propósito de realizar este tipo y estructura de análisis es para poner en orden por categoría y analizarlas de manera separada de la entrevista completa, para así lograr buscar las semejanzas y diferencias dentro del discurso anunciado por los entrevistados en cada aspecto. Lo cual, permitirá generar una comparación entre las editoriales y buscar elementos en común que permitan explicar el fenómeno de las Editoriales Cartoneras en el caso de nuestro país.

En base a lo anterior, el orden o estructura que tendrá este capítulo será de la siguiente manera:

- *Categoría* o temática a analizar.
- *Análisis descriptivo* y citas de las entrevistas.
- *Análisis interpretativo* de modo general.

4.2 Caracterización de las Editoriales Cartoneras.

Es necesario realizar una introducción, a modo de caracterización, de las siete editoriales cartoneras respecto a su ubicación, fundación y fundadores, línea editorial, catálogo de publicaciones hasta el momento y a futuro, y un análisis en torno al origen de la editorial y sus principales motivaciones y objetivos.

4.2.1. Introducción a las editoriales estudiadas.

a) Caso N°1: editorial *Infracción Ediciones*

Figura N°1: Logo de la editorial Infracción Ediciones



Fuente: Imagen extraída de la página oficial de la editorial vía Facebook.

Esta editorial cartonera se encuentra en la comuna de San Pedro De La Paz, Concepción, VIII Región del Bio-Bio. Y es la única que se puede encontrar en Concepción.

Fue fundada por Pepito Tequila (29 años) en el 2013, gracias al conocimiento del fenómeno en Internet, y la autoedición de libros. Él realiza todo el trabajo editorial, pero estaba formando un equipo de trabajo con tres personas más.

Su línea editorial gira en torno a lo político (específicamente en el tema anarquista) y lo educativo (con publicaciones de ensayos u otro tipo de textos

académicos. **No posee un catálogo**, debido a su forma de producción, la cual es a pedido y en contacto cara a cara.

Su público objetivo se orienta a cualquier persona lectora, pero la mayoría de compradores que ha tenido son del ámbito académico o universitario. Aun así, aspira convertirse en una editorial con un público popular, mediante publicaciones penquistas.

b) Caso N°2: editorial La Grullita Cartonera

Figura N°2: Logo de la editorial La Grullita Cartonera



Fuente: Imagen extraída de la página oficial de la editorial vía Facebook.

Esta editorial cartonera está ubicada en la comuna de Macul, Región Metropolitana.

Fue fundada en el año 2015 por Tania Toledo (Egresada de Letras) y Diego Trujillo (Técnico en Telecomunicaciones) de 27 y 28 años, respectivamente. Ella se encarga principalmente de la edición, mientras que Diego, se encarga del aspecto visual y manufacturación. No obstante, sus roles de trabajo son compartidos.

Su línea editorial gira en torno a temas políticos (referidos al rescate patrimonial, visión del pueblo Mapuche en la ciudad y libros fotográficos de Bolivia y de protestas en Chile, las fronteras, etc.), textos para niños (principalmente para

colorear), poesía y narrativa de género. Por lo tanto, tampoco tienen un público objetivo definido, sino que buscan abordar un público general.

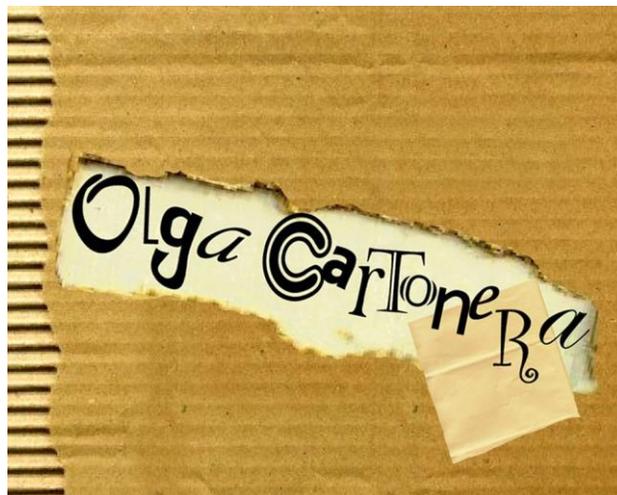
Catálogo:

- *Frontera*: colección de 27 autores sobre narrativa y poesía referida a distintas acepciones del concepto de “frontera”, ya sea física, cognoscitivas, y culturales (de migración, sexuales, sociales, etc.)
- *Desde la otra vereda*: del autor William Viveros, donde se trata una vertiente parecida a la anterior, referida a las fronteras urbanas, sexuales, sociales, y de habitar esa otra perspectiva o la vereda del frente.
- *Papeles para leer en el bus y Papeles para leer en el retrete*: ambos del autor Michael Benítez Ortiz (Colombia), sobre una colección de poemas cortos escatológicos, para leer en esos espacios, como el bus o el baño.
- *Dolores*: de la autora Liz Gallegos, poemario ilustrado referido a temáticas pasionales, desde la angustia, dolor, nostalgia.
- *Diecisiete miradas para Bolivia y Revueltas*: Ambos libros fotográficos del autor Diego Trujillo. Autopublicación de una compilación de fotografías con sentido social, la primera con distintos escenarios de la realidad boliviana, y la segunda con postales de marchas, protestas estudiantiles, revueltas finalmente. Todas fotografiadas por él mismo.
- *Mapuchemas*: del poeta Mapurbe David Aníñir, que retrata el conflicto de ser Mapuche en la ciudad.
- *Colorea*: Libro de ilustraciones para colorear, hecho para niños.

Dentro de los proyectos futuros está la creación de un libro llamado “Colección de leyendas latinoamericanas”, libro de canciones de cuna e infantiles, y “Pichipeumos” de Javier Milanca (autor Mapurbe)

c) Caso N°3: editorial Olga Cartonera

Figura N°3: Logo de la editorial Olga Cartonera



Fuente: Imagen extraída de la página oficial de la editorial vía Facebook.

Esta editorial cartonera está ubicada en la comuna de Providencia, Región Metropolitana.

Fue fundada en el año 2013 por Olga Sotomayor (bibliotecaria) de 43 años, posteriormente de agregó a su equipo Miguel Araya (Contador), pero actualmente, volvió a trabajar en solitario. Ambos realizaban el mismo trabajo dentro de la editorial.

Se autodenomina “sin línea editorial” porque aborda una variedad de temas, que van desde lo poético, narrativas, hasta cuentos para niños. Por lo cual, no define un público objetivo, sino que es dirigido a todo lector.

Catálogo:

- *Susurros que gritan:* autopublicación de Olga Sotomayor, referida a microcuentos biográficos, referidos al proceso escritural y vivencial de Olga entre los años 1995 y 2012.
- *La mala poesía de Saito:* del autor Michael Deb, referida a temas pasionales, de amor, sufrimiento y de dolor.

- *El dolor de la pasión*: del autor Cristófer Valenzuela, con una temática muy parecida al anterior, respecto a temas pasionales y de sufrimiento, que acercan y alejan la muerte.
- *Otras Balas*: del autor Matías Cravero (argentino), contenido poético con críticas sociales contra la sociedad y contra el sistema.
- *Con un cuello de botella rota*: del autor Sergio Fong (mexicano), con contenido de poesía popular-barrial.
- *Babilonia contra la fe*: de Daniel Zetina (mexicano), escribe un cuento inspirado y basado en el texto “La Puta de Babilonia” de Fernando Vallejo (colombiano) sobre la iglesia católica y sus crímenes a lo largo de la historia.
- *Demencia*: de Rafael Soberanes (mexicano), escribe un poemario basado en la locura.
- *Spin Off*: del autor Mario Gatica, con contenido basado en una crítica social hacia la televisión y el cine, y su alienación sobre los consumidores.
- *Ventanas Quebradas*: del autor Rodrigo Verdugo, quien escribe un poemario surrealista.
- *Desde las cenizas*: de la autora Patria Fénix, quien escribe sobre poesía romántica y desgarradora, autobiográfica.
- *Lecciones para luchar*: del autor Felipe Valdivia, con contenido contrastístico, un poemario autobiográfico.
- *Poemas errantes*: de la autora Paz Crovetto, quien escribe poemas sobre la ciudad, de la ciudad y de su visión sobre la misma.
- *Letras Odiadas*: del autor Raúl Ocaranza, quien escribe un poema sobre la playa, el amor en las playas, reflejando ese escenario como una mujer.
- *Sinfonía H*: de Michael Rivera, que se presenta como una novela corta sobre la reencarnación, oscurantista y críptica.
- *El increíble oficio de mi papá*: de la autora Fernanda Pasten, quien entrega un libro infantil con láminas hechas por la autora, sobre el trabajo de su papá.
- *Los 17 más 1 libros ilustrados*: de Iñigo Quezada, referida a cuentos infantiles de mucha energía, metafísicos y con fabulas.

- *Los regalos y otros cuentos*: de Cristian Gutiérrez (argentino) cuentos para niños con moralejas y fabulas, referidos a la esperanza.
- *Cuentos*: de Ruth Pérez Aguirre (de la editorial cartonera mexicana Turquesa Ediciones) coedición junto a Olga Cartonera de dos cuentos infantiles sobre un mundo fantástico con enseñanzas.
- *Tanico*: del autor Camboro, con un cuento infantil de juego de palabras, que se traspasa de padre a hijo.
- *Jikisxaña*: de Mariela Fernández-Loyal, narrativa sobre un niño aymara que pierde su identidad al contacto con la “civilización”

d) Caso N°4: editorial Hipérbole Ediciones

Figura N°4: Logo de la editorial Hipérbole Ediciones



Fuente: Imagen extraída de la página oficial de la editorial vía Facebook.

Esta editorial cartonera no tiene una ubicación definida, pero se puede decir que se encuentra en Estación Central y Ñuñoa, de la Región Metropolitana.

Fue fundada por Tatiana Cárcamo y Joaquín Eguren (ambos profesores de inglés), de 24 y 26 años, respectivamente, en el año 2015. Posteriormente se unió al equipo, Max Bolados (ingeniero en recursos renovables) de 26 años, con un rol de

gestor y escritor, mientras que Tatiana y Joaquín, realizan el trabajo de edición y manufacturación de libros.

Su línea editorial tiene que ver con poesía y narrativa de distinto tipo, principalmente referida al tema medioambiental, temática existencialista, y uno de terror. Por lo tanto, su público objetivo es desde adolescentes o mayores de edad en adelante.

Catálogo:

- *Sinestesia #1 El Espacio*: Revista de varios autores, con temática del universo, sobre filosofía, la creación, poemas y cuentos ilustrados.
- *Sinestesia #2 Los Elementos*: Segunda versión de la revista, pero con temática de los elementos que se encuentran en nuestro planeta, el fuego, el aire, la tierra y el agua, con poemas y cuentos ilustrados.
- *Colección Los Románticos*: poemas elementales de William Blake (poeta, pintor y grabador inglés) y otro de William Wordsworth (poeta romántico inglés), con temática sobre vivir con la naturaleza y su apreciación de ella. El contexto de los escritores se da en la revolución industrial y el golpe de la maquinaria sobre el medioambiente.
- *Siete cuentos de horror*: de Edgar Allan Poe (escritor, poeta, crítico y periodista estadounidense), una selección de la editorial sobre algunos cuentos de terror del autor.
- *Relieve*: Texto de Maximiliano Bolados, referido a la cotidianidad de nuestro país y los relieves que tiene. Además, este texto fue publicado anteriormente por Opalina Cartonera.
- *Concreto*: de Joaquín Eguren, una autopublicación similar a la anterior, pero referido al concreto, edificios y cemento.
- *Estación geo-poética*: en la cual se han publicado tres textos con temática del medioambiente y la poesía. Primero “Los textos fundamentales de la geo-poética. Y posteriormente, se lanzaron dos publicaciones recopilando los

talleres de poesía y medioambiente que realizaron. “Pasquín geopoético N°1” y “Pasquín geopoético N°2”.

- *Cagliero*: del escritor argentino German Arens, quien relata la historia de Ramiro, un paciente de una clínica psiquiátrica, donde la relata la vida de varios personajes.

e) *Caso N°5: editorial Cayó La Teja*

Figura N°5: Logo de la editorial Cayó La Teja



Fuente: Imagen extraída de la página oficial de la editorial vía Facebook.

Esta editorial cartonera está ubicada en la comuna de La Florida, Región Metropolitana.

Fue fundada en 2015 por Rodrigo Durán de 42 años, quien se dedica a hacer fanzines, y se autodefine como una editorial-fanzinera, a modo de híbrido entre el trabajo visual, dibujos y textos.

Su línea editorial es bien variada, principalmente del tema fanziner y comics, pero también con temática sobre la sociedad y su decadencia. Por lo tanto, no define un público objetivo, sino que busca llegar a todos.

Catálogo:

- *Cosas para hacer cuando no tienes nada que hacer*: es un mini libro-comic, a modo de autopublicación, que retrata la vida de un marcianito que llega a la tierra.
- *10 formas para mantener siempre una actitud positiva*: es un decálogo, comic cartonero, también de su autoría, con consejos sobre la vida.
- *La vida en código abierto*: otro decálogo ilustrado, de su autoría, con consejos sobre la vida.
- *Historia de un pedacito lápiz*: al igual que los anteriores, es un libro comic cartonero de su autoría, que retrata la historia de un lápiz.
- *Oiga mire*: Libro comic-cartonero de su autoría, que relata la historia de Franco.
- *Fanzines Hijos del Bostezo*: libro cartonero de fanzines, donde Rodrigo ha hecho muchos títulos fanzineros, pasado al formato cartonero.
- *Desobediencia civil*: de Henry David Thoreau (escritor, filósofo y poeta estadounidense), quien escribió este ensayo en 1848, donde se relatan los principios de la desobediencia civil como desacato a la autoridad y el incumplimiento de normas y obligaciones.
- *Todas las noches son viernes*: Transcripción de un podcast de la Radio Agricultura, conducido por Fernando Villegas y Álvaro Salas, con una temática de la decadencia de la sociedad actual, en comparación con la decadencia del imperio romano referenciando a Edward Gibbon, escritor de la “*historia de la decadencia y ruina del imperio romano*”.

f) Caso N°6: editorial Efímera Cartonera

Figura N°6: Logo de la editorial Efímera Cartonera



Fuente: Imagen extraída de la página oficial de la editorial vía Facebook.

Esta editorial cartonera funcionó hasta marzo de este año 2017 en un taller en el barrio Yungay, específicamente en el Arte Espacio. Actualmente se ubica en Quilicura, zona norte de Santiago.

Fue fundada por Karen Peñaloza (estudiante de bibliotecología) de 34 años, en el 2015, la cual se dedica principalmente al tema de ilustraciones y manufacturación de libros y objetos cartoneros (como figuras, libretas, muebles, etc.)

Su línea editorial gira en torno a la temática medioambiental, poética y narrativa fantástica. Por lo tanto, tiene un público, generalmente, de gente grande, pese a que sus elaboraciones puedan llamar la atención de niños.

Catálogo:

- *Ciudad 8569, categoría C:* libro cartonero que relata la vida humana al pasar a estado zombi, sin motivo alguno, la ciudad cae en un caos insalubre, de corrupción, inmoralidad y carne descompuesta.

- *Compostaje, comienzo de viaje*: es un manual en formato libro cartonero del Ministerio del Medioambiente, ilustrado por Karen, con arte pop up en portada y contraportada.
- *El libro de las hojas urbanas*: libro cartonero de Karen Peñaloza con Vladimir Brontis (arquitecto) con temática de medioambiente y a observar el entorno cotidiano. Contiene arte pop up y formato libro acordeón, con hojas de 10 árboles que se encuentran en Santiago.
- *Devoción*: de la poeta y estudiosa Alejandra Pizarnik (argentina), cuento ilustrado por Karen, que relata un mundo tétrico e imposible, la vida y la muerte.
- *La noche después de la lluvia*: libro fotográfico de Camilo Arzola en conjunto con Karen, en estilo Flagbook, que relata la historia de una noche oscura y húmeda en el Barrio Yungay.
- *Libro de botellas*: autopublicación e ilustración de Karen, en formato libro acordeón con acuarelas, de distintas botellas de licores.
- *Deseo*: pequeño libro acordeón ilustrado por Karen, en modo de álbum de foto referido a los deseos de una persona.
- *Galería*: Libro objeto de un solo ejemplar, realizado por Karen en cartón y monoprint, gelli plate y acrílico. Es una galería de arte en miniatura.

g) Caso N°7: La Joyita Editorial

Figura N°7: Logo de la editorial La Joyita



Fuente: Imagen extraída de la página oficial de la editorial vía Facebook.

Esta editorial está ubicada en la comuna de Santiago Centro, en el límite con Providencia, Región Metropolitana. Anteriormente funcionó con un taller, pero el lugar fue vendido para hacer edificios.

Fue fundada por Elizabeth Cárdenas (Ingeniera informática de profesión, poeta, ilustradora y encuadernadora) en el 2014, la cual se dedica al tema de la edición, manufacturación e ilustración de libros cartoneros. Actualmente, la editorial se compone por un equipo de trabajo donde está Bárbara Fernández (se encarga de realizar la crítica literaria y prólogos para los libros) y María Elena Monsalve (se encarga de revisar el estilo, encuadernar y portadas)

Su línea editorial es algo variada, pero principalmente se basa en poesía política, de género, y autobiográfica. Por lo tanto, define un público objetivo desde los diez o quince años en adelante.

Catálogo:

- *En la boca del lobo:* poesía autopublicada por Elizabeth Cárdenas, con temática del caos, desamor y dolor.

- *También pasará*: poemario de Teresa Muñoz, lanzado en el año 2014.
- *Patio*: autopublicación de Elizabeth, que retrata su infancia en la casa de sus abuelos en Quilicura.
- *Alicia en llamas*: autopublicación de Elizabeth, sobre un poemario contingente y político. Fue publicado en España por la editorial Cartonera Island, de Islas Canarias.
- *Buenezas*: recetario de Juani Bustamante y Stephanie Holiman, sobre el uso de hierbas silvestres en la cocina, las mal llamadas “malezas”, donde se refleja la asociación con el título del libro.
- *Juntas y revueltas*: de Liz Gallegos y Victoria Ramírez Llera, poemario que refleja la amistad de ambas autoras.
- *Tudo lo que voce no sabe es mucho más de lo que voce sabe*: poemario de Douglas Diegues escrito en “portunhol selvagem” que es una mezcla de guaraní, español y portugués, con temática en la idiosincrasia y cultura de la triple frontera entre Paraguay, Brasil y Argentina. Fue publicado en alianza con otras editoriales cartoneras; Cartonazo de Perú, Regia Cartonera de México, Casimiro Bigua de Argentina, Vento Norte Cartonero de Brasil y Joyita en Chile.
- *Heroína*: poemario escrito por Eliza Adonis, inspirado en la historia de Amelia Earhart.
- *Paralelo 33*: poemario de 33 poemas, escrito por Flavia Krauss, inspirado en los sucesos del paralelo 33 donde dicen que alguna vez estuvo el Edén. Texto ilustrado por Karen Peñaloza de Efímera Cartonera.
- *Bobby Sands desfallece en el muro*: de la poeta Carmen Berenguer, un texto que fue publicado en la clandestinidad durante los años 80’.
- *Antología Ensamblaje*: poemario con una selección de cinco poetas, Edith Obaid, Katta Urbina, Mónica Montero, Deni Zú y Elizabeth Cárdenas.
- *Santiago Waria & Santiago Rabia*: de Elvira Hernández, un poema con temática crítica y pesimista sobre la ciudad. La dictadura del modelo

económico y la transición hacia la democracia con todas las promesas incumplidas.

- *La ciudad:* de Gonzalo Millán, quien escribió ese poemario desde su exilio en Canadá, con temática de los sucesos del golpe de Estado y de ejercicio de memoria para no olvidar la ciudad de la que tuvo que huir.

4.2.2. Origen y creación de la Editorial Cartonera.

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“(...) estaba buscando libros de Mario Santiago Papasquiaro y yo buscando más libros de él, me enteré que, tras su muerte, se editó “Respiración de laberintos” (...) y ese libro se editó en editoriales cartoneras. Y entonces, yo no conocía las editoriales cartoneras, pero buscando el libro, me pareció interesante el formato, me gustó, y en mi mente hizo “clic” ambos nuevos conocimientos que había obtenido, tanto el de la autoedición de libros como el de conocer el formato cartonero, y me dije: “yo puedo hacer esto po” (...) dejé mi trabajo, con dinero que tenía compré los insumos y me lancé a la vida.” (Pepito Tequila, 29 años.)

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“Eh, bueno, eh, yo conocía a las Editoriales Cartoneras porque surgió en Argentina, y además de eso, en mi Universidad funcionaba una que es la (...) la Sofía Cartonera, en la, que se gesta en la facultad de Filosofía y Humanidades en la carrera de Letras y, y bueno, en realidad, era un trabajo colectivo de universitarios que se iban sumando, a modo de militancia primero, estación curricular después, y cuando me vine a vivir acá, lo primero que buscamos fueron las “cartoneras”, para, - no sé con qué motivo en realidad buscamos a las cartoneras- porque, en realidad me interesaba hacerlo y sabía que existían (...) (Tania Toledo, 27 años.)

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“Olga cartonera nace -como siempre lo he dicho- de un ejercicio de egocentrismo de Olga Sotomayor. Yo ya encuadernaba hace 10 años encuadernando, y llevo escribiendo textos míos desde que tengo 12 años. En algún momento decidí que podía convertir las libretas que encuadernaba en hojas en blanco, si las convertía en hojas con textos, de libretas pasaban a libros. Como yo ya conocía lo que eran las editoriales cartoneras, decidí crear la Olga Cartonera,

entonces pa ponerle el nombre como casi todas las cartoneras tenían nombres femeninos, opte por -no me compliqué- y opte por ponerle mi nombre (...) (Olga Sotomayor, 43 años.)

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“Hipérbole Ediciones parte con el Joaquín Eguren y conmigo, porque, eh, bueno habíamos tomado unos talleres con Opalina Cartonera -que hacía talleres en Estación Central- y un día, de aburrimento dijimos: “oye nosotros podríamos hacer esto, sí, ¿por qué no hacemos esto?, podríamos auto-publicarnos, y publicamos más gente, eh yapo” ...y bueno eso fue como el principio, pero después uno reflexionado, uno llega a esto, arma su propia editorial porque quiere hacer otro tipo de cosas aparte de lo que uno hace profesionalmente en la vida formal.” (Tatiana Cárcamo, 24 años.)

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“Yo inicio principalmente por el lado cartonero, justamente conociendo a la Olga en una invitación que me hace ella al encuentro cartonero, digamos a uno de los encuentros cartoneros -creo que fue, no sé si fue el segundo o el tercero, ahora van por el quinto-, eh, me invita ¿cierto?, pero yo era fanziner, yo originalmente hacía fanzines, ese era mi norte. Entonces le pregunto, “oye Olga yo puedo tener la posibilidad de” y me dijo: “pero por supuesto” y le dije “bueno y cómo lo hago”, “Mira hazte un nombre, participa y ten una mesa” (Rodrigo Durán, 42 años.)

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“(...) Y a la vuelta de no sé cuánto tiempo, en el Museo de la Memoria estaban haciendo un taller de libro cartonero por las “Meninas” que fueron unas cartoneras que fue una fusión de chilenas y españolas, en España, que hicieron “Las Meninas Cartoneras”, luego ellas vinieron a Chile y empezaron a impartir un taller (...)Me pareció que era lo mío era como muy, muy posible hacer intervención gráfica que es lo que a mí me mueve mucho (...) después llego con un libro que hice ese día y le

digo a una amiga -que tenía en Quilicura- “mira estos libros son de cartón y no sé qué” ya hagamos, “Calafate Cartonera” (...) y luego ya queriendo hacer mis proyectos propios, creo Efímera Cartonera.” (Karen Peñaloza, 34 años.)

Caso 7: La Joyita Editorial.

“(...) cuando la Amanda Espejo y la Karen Peñaloza empiezan a hacer “Calafate Cartonera” (...) ellas empezaron a hacer libros y me mostraron ese trabajo, me dijeron: “Eli, mira lo que estamos haciendo” y yo cuando vi el trabajo de las chiquillas, yo dije: “oye, qué amor” era como reconocer lo que estaban haciendo, eh, como el amor al tema artesanal y el objeto libro (...) entonces fundamos la “Joyita” en mayo, y en octubre íbamos a ir al encuentro que era ya el segundo año que hacían encuentro cartonero en la biblio de Santiago...entonces dijimos “pero empecemos con las de nosotras, si nosotras vamos a empezar de 0, seamos honestas y empecemos con nuestros trabajos, ¿Por qué no?”, ¿cachay?, “¿por qué no auto-publicarnos (...)” (Elizabeth Cárdenas, 41 años.)

Análisis Interpretativo de la información

Teniendo en cuenta los antecedentes de las Editoriales Cartoneras -en general- desde su herencia argentina y su propagación por la región Latinoamericana y el mundo, las editoriales cartoneras chilenas consideradas en este estudio, responden a orígenes, objetivos y motivaciones diferentes para su creación, principalmente motivadas por otras editoriales que impartieron el conocimiento, ya sea a modo personal o en la realización de talleres. Mientras que otras surgieron por una búsqueda personal, lo que los llevó a conocer el fenómeno y fundar una editorial.

Profundizando en lo anterior, se puede reconocer que el nacimiento de Infracción Ediciones y el de Olga Cartonera se debe a una motivación personal y particular, las cuales no fueron originadas en la relación cara a cara con otra editorial.

En primera instancia, la editorial de Olga nace por un conocimiento personal del fenómeno, debido a que recibe un libro hecho por Eloísa Cartonera, lo cual la motivó a investigar sobre ellos y sobre el fenómeno cartonero en general. A raíz de

ese conocimiento, tomó un curso con “Meninas Cartoneras”²², momento en el cual profundiza su aprendizaje para elaborar libros de cartón con su propia editorial fundada el año 2012.

En segunda instancia, la editorial de Pepito nace por una motivación personal referida a la búsqueda de uno de sus autores favoritos, Mario Santiago Papasquiaro, en el cual encuentra que su libro póstumo “Respiración de laberintos” fue editado por distintas editoriales cartoneras de América Latina. Junto a este nuevo conocimiento del fenómeno, accedió y aprendió la autoedición de libros gracias al ilustrador chileno Fiestoforo, en el cual enseña y promueve que cada persona puede “hacer su propio libro”. Pepito conjuga ambos conocimientos y funda su propia editorial -en el año 2013-, sin siquiera saber que podía encontrarse con otras a nivel nacional.

Las otras cinco editoriales de este estudio nacieron en su relación con otras editoriales antes establecidas. En este sentido, se puede decir que las Editoriales Cartoneras que dieron origen a otras -directa o indirectamente- son *Olga Cartonera*, *Calafate Cartonera*, *Meninas Cartoneras* y *Opalina Cartonera*.

En primer lugar, la editorial Grullita, nace por un conocimiento traído directamente desde Argentina (su país natal) por Tania, con lo cual, al llegar a nuestro país, comienza a buscar y trabajar con editoriales de Santiago, junto con Diego. Allí conocieron a Olga Cartonera, con la cual trabajaron en sus “Jornadas Cartoneras”²³ para la confección de tapas y de encuadernación de libros. Después de trabajar durante algún tiempo con Olga, decidieron fundar su propia editorial, en el año 2015.

En segundo lugar, la editorial de Tatiana, Joaquín y Max nace en el año 2015, principalmente motivadas por los talleres que impartía Opalina Cartonera, sobre encuadernación. Gracias al trabajo adquirido allí y en su relación con Olga

²² Esta editorial nace en España gracias a un vínculo entre chilenas y españolas, quienes trajeron su trabajo a Chile e impartieron talleres donde enseñaban su trabajo cartonero.

²³ Forma de trabajo implementa por Olga Sotomayor en su editorial cartonera.

Cartonera, y Elizabeth de Joyita, fundan su editorial para autopublicación en primera instancia y, por tener un trabajo diferente al tradicional, en segunda.

En tercer lugar, la editorial de Rodrigo nace en el año el 2015, al igual que las dos editoriales mencionadas anteriormente. No obstante, antes de fundar Cayó La Teja, Rodrigo había cofundado y trabajado alrededor de dos años con Costalazo Ediciones, pero se independiza en el año 2015 y trabaja de manera independiente con su propia editorial.

Su conocimiento surge a raíz de su vínculo con Olga Cartonera, en primera instancia, y con Elizabeth de Joyita Editorial, quienes lo ayudaron con el tema de encuadernación cartonera, participación (en uno de los encuentros cartoneros), difusión, y con el nombre. Junto con ese conocimiento y su trabajo como fanziner, logró conjugar ambos elementos y fundar su editorial, mediante la autopublicación de su trabajo en fanzines.

En cuarto lugar, la editorial de Karen también nace en el año 2015, pero anteriormente había sido miembro y cofundadora de Calafate Cartonera donde comenzó a aplicar y desarrollar todo el aprendizaje obtenido en el taller que hizo Meninas Cartoneras en el Museo de la Memoria. Con el tiempo, Karen se independiza de Calafate y funda su propia editorial, basado principalmente en el trabajo plástico y experimental con el cartón. A su vez, Karen venía con un conocimiento previo del fenómeno, a través de Internet.

Finalmente, la editorial de Elizabeth nace por un vínculo personal con Calafate (Karen Peñaloza y Amanda Espejo) quienes le mostraron el trabajo con el cartón. Con ese primer acercamiento y luego tomando talleres de encuadernación junto a Opalina, fundaron su editorial en el año 2014 con el afán de participar en el encuentro cartonero, llevando autopublicaciones.

De momento, podemos ver ciertos patrones que se repiten dentro del surgimiento de estas siete editoriales cartoneras, en primera instancia, cuatro de ellas nacieron en el mismo año. En segunda instancia, todas nacen por un

conocimiento de encuadernación de libro cartonero, ya sea de manera personal (como es el caso de Infracción Ediciones) o de manera colectiva al relacionarse con otra editorial -ya sea mediante talleres o en la relación cara a cara-, como es el caso de los seis restantes.

Finalmente, otro de los patrones que se puede encontrar es el de la autopublicación, en la cual, la mayoría de las editoriales estudiadas en esta investigación, nacieron con ese afán, luego de aprender a hacer sus propios libros.

4.2.3. Principales motivaciones y objetivos.

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“(...) y bueno infracción es un homenaje al infrarealismo también, cada vez que lo leo y cuando lo pensé también, lo veo como acción infra, que es finalmente la etimología, y más allá de eso lo veo como acción infrarealista, es como un guiño culto que tiene el nombre de la editorial (...) Siempre se habla también del trasfondo de la editorial para que no sea un objeto sin contenido y significado, sino que se vea asociado lo uno a lo otro como una sola partícula como una sola unidad, que no se pueda pensar en Infracción Ediciones sin pensar en generar un cambio de paradigma, conservación medioambiental, en distintas cosas.”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“(...) bueno tenemos tres objetivos: uno ,como te dije, es el discurso político que se está gestando, empezó con ese libro, porque el “frontera” hay muchos textos bien fuertes y bien interesantes (...) con la entrada a la Grullita de autores Mapuche, que en realidad es lo que, algo que nos interesaba de siempre, y tuvimos la suerte de poder concretar eso, eh, también apelamos al rescate patrimonial (...) y después, la actividad social, nosotros en realidad no hemos tenido mucho tiempo, pero ya estamos concretando encuentros en distintos espacios para hacer talleres, o sea la idea es que el cartón no solamente sea nuestra herramienta para difundir esos discursos, sino que también enseñarlo como herramienta (...)”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“Sí, como te decía, como nació con el tema de publicarme yo, no pensé que iban a llegar autores que quisieran publicar conmigo. Hoy día mi tema principal es difundir, siempre he difundido por eso está el tema de Twitter y haber creado el #EditorialesCartoneras, mi tema es difundir, o conocer, o las redes, cachay, que la gente sepa, sabe que puede crear libros, que puedes autoeditar, que no necesitas

una editorial grande para darte a conocer, que existe la producción artesanal, entonces para, yo creo que se diferencia de todas las otras editoriales cartoneras, de la difusión, la difusión del concepto de editoriales cartoneras o del movimiento, del fenómeno, puedes ponerle como quieras.”

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“(…) Claro, no es un hobby porque cumple una función, o sea la función es que queremos bajar la literatura del pedestal y ponerla a disposición de la gente común y corriente. Nosotros somos gente común y corriente que aprendió cierta técnica, y se entusiasmó y hace libros y eso lo puede hacer cualquier persona, eso es como el mensaje (…). A mí siempre me ha interesado esto de hacer talleres, eh, de volver la editorial un poco más política, pero creo que igual tiene que ver con lo que nos va llegando, por ejemplo, los autores que estén interesados en publicar con nosotros, eh, esa es mi expectativa, que se vuelva más político.”

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“Mira, siento que ir de cartonero por la vida, o ir de editor cartonero por la vida, te da una satisfacción importante y la satisfacción tiene que ver con concretar cosas ¿cachay? Tus ideas o sacarte algunas cosas de la cabeza, con relajarte y con compartir algo de lo que tú haces, que te gusta hacer y que se hace con pasión. Las motivaciones yo creo que están más asociadas al hecho de, de mostrar a los demás de que cuando tú quieres algo lo puedes hacer por ti mismo (…) y cuando claro, llego a esto, me doy cuenta de que claro, puedo efectuarlo, y la vez, puedo compartirlo con otro, no necesariamente con un tema económico (…).”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“(…) nos estamos movilizando hacia el libro objeto y ese es como nuestro norte, el libro objeto y también todo el asunto de la ecología igual nos interesa harto, como difusión de la ecología, porque realmente la acción de la ecología de recolectar cartón, no creo que mi impacto pueda ser muy significativo (…). Pero el asunto es que estamos como entre esas dos cosas, la experimentación gráfica, la ecología, la

experimentación grafica es súper importante, es como el motivo, motivo de poder ocupar distintas técnicas gráficas, investigar (...) Y enviar algún mensaje que podría ser el de la ecología, u otro. Sí, yo creo que entre esos dos pilares se mueve.”

Caso 7: La Joyita Editorial.

“El objetivo de nosotras era publicar poesía nueva, pero desde que empecé a trabajar, o sea partí con la Carmen Berenguer, eh, ella es una poeta que su poesía surgió en la dictadura, entonces yo he empezamos a investigar este tipo de arte, como en la represión porque mi infancia fue en los 80’, entonces yo como artista tengo un montón de herencia y carga que tiene que ver con la dictadura, entonces mi proceso ha sido un poco de, de descubrir estas censuras, estos bloqueos, esta policía interior, porque la dictadura era un estado de represión ¿no cierto? (...) Tomar a estos referentes, hacerlos circular, estudiarlos (...)”

Análisis Interpretativo de la información

Como se mencionó en capítulos anteriores, las Editoriales Cartoneras son todas diferentes, ya sea en aspectos “técnicos” en el desarrollo gráfico de los libros y el contenido literario publicado, como también las motivaciones, objetivos y expectativas que cada una tiene y la manera en cómo ven a su editorial.

En este sentido, se puede observar, a través de las citas expresadas en el análisis descriptivo, que hay algunas semejanzas o puntos en común respecto a su visión y misión como editorial, o bien, a lo que buscan o persiguen con su trabajo, pero expresadas de manera diferente.

Un punto en común que se puede ver en la mayoría de las editoriales, consideradas en este estudio, es la perspectiva política, respecto al trabajo editorial con las personas, o la difusión de un discurso ecológico. En ese aspecto, editoriales como Infracción, Grullita, Hipérbole, Efímera y Joyita, persiguen ese objetivo, o presentan esa motivación un tanto parecida, a nivel político-discursivo.

En primer lugar, la editorial de Pepito se presenta como una “editorial anarquista”, con un discurso político bien marcado y que persigue y busca generar cambios de paradigma respecto al modo de trabajo, roles de trabajo, y en términos económicos. A su vez, la preservación del medioambiente mediante el reciclaje o la reutilización de materiales desechados por otras personas. También, la realización de talleres con contenido crítico, respecto a demandas de la comunidad penquista, reflejadas o materializadas en el libro cartonero.

En segundo lugar, la editorial de Diego y Tania persigue una definición política más marcada que la que tuvieron en sus orígenes, principalmente reflejada en su trabajo con los colectivos sociales, mediante la realización de talleres²⁴ en sectores populares. En ese sentido, ven el trabajo editorial no sólo como un contenedor de información, sino que como una herramienta o vehículo que pueda servir a otros para difundir su realidad.

Sumado a lo anterior, la expresión de temática indígena o rescate del patrimonio cultural de Chile, con textos Mapurbe, que expresan el choque cultural entre dos “mundos” diferentes pero que hoy se encuentran entrelazados, como lo es el desarrollo urbano y la identidad étnica Mapuche, con todas las transformaciones que ha sufrido a lo largo de su historia.

En tercer lugar, la editorial Hipérbole, también busca una definición política más marcada, reflejada, principalmente, en la realización de talleres²⁵ para acercar la poesía y la literatura a la gente común, y enseñando la técnica cartonera para que cualquier asistente pueda aprenderla y desarrollarla.

En cuarto lugar, la editorial de Karen se encuentra constantemente en la búsqueda de la experimentación gráfica y el aprendizaje y aplicación de distintas técnicas sobre el cartón. A su vez, generar una concientización respecto al tema

²⁴ Actualmente, la editorial ha concretado realizar talleres con la Biblieniños de Puente Alto, en la cual enseñaron el trabajo cartonero, en conjunto con Cuenta Cuentos y ejercicios circenses.

²⁵ Esta editorial ha realizado diferentes talleres cartoneros con una mezcla entre poesía, medioambiente, en las cuales se da el caso de que la mayoría de asistentes fueron de la tercera edad.

ecológico, referido a la reutilización o reciclaje de materiales que puedan ser intervenidos gráficamente, por ejemplo.

Y, en quinto lugar, la editorial de Elizabeth persigue la publicación de autores (principalmente poetas y poetizas) con una carga política de la dictadura y el exilio. En este sentido, esta editorial busca constantemente la publicación de autores que no sean tomados en cuenta o a los cuales no se les otorgue el valor que merecen, sobre todo autores que escribieron en esa época y siguen escribiendo hasta el momento. A su vez, la publicación de temáticas de género, y la realización de talleres para enseñar la técnica cartonera.

Finalmente, tenemos dos perspectivas un tanto diferente a las anteriores, como es el caso de Olga y Cayó La Teja. La primera realiza una constante búsqueda de difusión literaria (no sólo cartonera), y también del movimiento cartonero, mediante redes sociales (en internet) y contactos con organismos institucionales para el desarrollo de actividades en conjunto. Mientras que la segunda, Rodrigo más bien expresa la realización del trabajo como un logro personal que exprese que las personas puedan lograr sus propósitos, ya sea enseñando la técnica cartonera a un “otro” o expresándola de manera discursiva.

4.3. Producción, difusión y venta de libros.

Hablando en término de la producción de libros, se incluyen temas como: el acceso a las principales materias primas, principales herramientas utilizadas, y el tipo y magnitud de la elaboración de libros. Luego, las etapas que atraviesa el libro para su elaboración y los estilos y diseños de portada que se realizan por cada una.

En segunda instancia, se incluye un aspecto de la difusión de los libros con los principales canales o medios y asociaciones con otros actores para difundir y distribuir los objetos. Finalmente, un apartado con la compra de los libros referida a la relación que establecen con los compradores-lectores y los precios.

4.3.1. Acceso a materias primas y herramientas.

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“Mira ha sido de distinto modo, el principal ha sido el mismo cartón que hay en mi casa, de distinta cosa o que recolecto yo en la calle, pero el principal es recolectado por mí mismo. Como segunda vía de obtención del cartón, amigos o amigas, conocidos o conocidas que saben que trabajo el cartón en la editorial (...) y como tercero, de los tres años que llevo en la editorial he recurrido dos veces (...) que es contactar a cartoneros o cartoneras para comprarles el cartón a un precio mayor al que suelen venderlo en el mercado, que en realidad es bastante bajo (...) El papel, a mí me gusta usar papel Reprograf (...) La impresora que uso es una impresora Epson de tinta continua (...) Pegamento extrafuerte, hilos, corta cartón, uso guillotina, agujas gruesas para perforar los libros con un martillo, no uso punzón. (...)”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“Bueno, lo que no nos puede faltar es el cartón po [risas] viste que las tapas están hechas de cartón y es la esencia de la cartonera en realidad po. Tenemos una deuda ahí con eso porque el cartón lo conseguimos si vemos un cartón en la calle y

si nos sirve, está prolijo, y es duro, y reúne las condiciones, lo tomamos y lo traemos a casa. Eh, también nos han regalado cartón, gente que sabe que hacemos libros con cartón y nos guardan, pero ahí también tenemos una deuda como editorial, porque en realidad nos gustaría tener a un trabajador, que recoja el cartón y que nos pueda vender (...) Ahora estamos, en cuanto a la impresión, compramos resmas de hojas ecológicas, y estamos haciendo impresiones aquí en la casa, con una impresora casera, y hacemos producciones de libros, 5-10 libros, también las producciones son pequeñas y eso (...) El Santo Grial es el corta cartón. (...)”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“Yo no le compro cartón a los recolectores, yo incluso le quito el trabajo, la pega, de que si voy en la calle me encuentro una caja, me la traigo ¿cachay? Entonces todas nuestras tapas son en base a cartón, y esa es la materia prima (...) Es que yo uso sólo tip-top, para cortar el cartón ocupo sólo tip-top y tengo una tijera que era originalmente una tijera de jardinero (...) ocupo esa tijera, para cortar el cartón ocupo eso y para cocer ocupo punzones. Yo mando a imprimir fuera, hay una página que se llama www.impresionesbaratissimas.cl y ahí lo mando a imprimir (...) Entonces para el 2017 decidí que iba a hacer 2 títulos, aumenté el tiraje porque en general eran entre 30 y 50 ejemplares, lo que me cabía en la resma, este año dije: “NO”, voy a publicar 75 ejemplares de cada uno. Yo no hago segunda edición.”

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“Bueno cartón, generalmente vamos a supermercados, y decimos “tienen cartón, les sobran cajas” eh, también por las cosas domésticas, por ejemplo, la otra vez mi papa compro un refrigerador y fue el mejor cartón que he tenido en mi vida [risas] porque es súper bonito, lo ocupé para hacer libros, cuadros, todavía tengo de hecho (...) Varios tipos de papeles, ahuesados, reciclados, Kraft, opalina, eh y todo eso es autosustentable (...) Bueno con el tiempo empezamos a conocer las herramientas que se ocupaban para la encuadernación, ehm como los punzones para hacer los hoyitos, agujas, hilo, plegaderas (que es o que ocupamos cuando doblamos hojas para que queden todos derechos). La impresora que ocupamos es

una multifuncional de la marca Brother (que es una marca muy buena) eh, un serrucho, corta cartón (...) Tiraje de 10 libros por edición.”

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“(...) bueno, vuelvo al tema de la materia prima en sí, yo por lo general busco materia prima donde encuentre, si de repente tengo amigas o, más que amigas, gente conocida que trabaja en rubro de reponer, ponte tú: “pucha guárdame de este tipo de cartón en especial porque es más durito, más firme, más bonito”. El papel, yo ocupo resmas estándar, si tú me preguntay a mí, resma estándar (...) Corta cartón, impresora. La colafría que es lo más importante para mí por lo menos, ocupar harta colafría (...) una suerte de prensa artesanal, dos hoyitos con un taladro, un par de mariposas y listo. Adicional a eso los de siempre, tijeras, corta cartón, aguja gruesa, hilo zapatero o hilo encerado cierto de colores, papeles de colores quizás (...) punzones también tengo. El tiraje cuando es pa ferias es de 6 a 10, cuando es un encuentro me alargo un poquito más (...)”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“El cartón, bueno lógicamente de la calle, pero todo lo demás es como costeadado por el trabajo de, el trabajo formal de la directora podríamos decir (...) Sí, no el corta cartón es como el rey de todo el rollo, la impresora que es como el platillo volador de todo esto porque la impresora llegó el año pasado y es bacán, como se alimentan por el lado y duran como 100 años los cositos así que está súper, últimamente la lumbeta, el punzón va como en retirada -es que estoy estudiando con la Liz Gallegos (Liz Ediciones)- así que el punzón como chao, ese gallo que se vaya de aquí, la lumbeta, bueno el papel ahuesado que me encanta, los colores, la acuarela (...) Bueno y la colafría y todo eso, hilo. Nuestras magnitudes de producción son de baja escala, digamos que como que 20 ejemplares (...)”

Caso 7: La Joyita Editorial.

“(...) O sea, lo que yo hago, voy a la bodega de donde trabajo y busco, y ahora la última vez -como ya no hay bodega-, entonces tení que salir a la calle a

mirar (...)(Y los otros papeles que son para los textos, compramos el papel, no es que lo hagamos nosotras (...) hay textos que los publicamos con Bond Blanco, y últimamente estamos usando Bond Ahuesado, que le da como otra, otro caché, a la gente le gusta además (...) compramos una impresora, compramos una guillotina, compré un Dremmel para hacer ciertas perforaciones en los cuadernos (...) Bueno nosotras siempre decimos, es como nuestro “tag” es que hacemos libros a escala humana, pero la escala humana en este caso puede ir de los 15 hasta los 100, para el lanzamiento generalmente tratamos que haya 50-60 libros, porque le tenemos que entregar al autor también. Después producimos 50 más durante el año (...)

Análisis Interpretativo de la información.

En este apartado nos encontramos una gran cantidad de semejanzas o puntos en común, en las siete editoriales entrevistadas. Respecto al tema productivo, se puede decir que es bien parecido, en torno al acceso y uso de materias primas y herramientas para trabajar. Mientras que en el tiraje y tipo de elaboración (a pedido, stock, etc.) expresa diferencias. Ante esto es necesario ir por partes, para entender en orden cada uno de los aspectos considerados en este subcapítulo.

El acceso a las materias primas para la elaboración de los libros cartoneros es en todas las editoriales de la misma manera, en este sentido, encontramos tres grandes formas para recolectar o comprar el cartón.

En primer lugar, la mayoría del cartón recolectado por las editoriales es la que ellas mismas buscan cotidianamente, como trabajo de recolector cartonero, realizan una búsqueda en los lugares donde se encuentren. En algunos casos, basta con encontrarlo en las calles, en otro con el uso diario, semanal o mensual de cartón que compran (ya sea cartón en el cual vienen los electrodomésticos, cajas que envuelven pizzas, vinos, entre otros), o bien, en los oficios o trabajos “formales” que tengan los dueños.

En segundo lugar, otra de las formas más comunes de acceder al cartón, es por amigos o amigas, familiares, o conocidos que conocen a los dueños y el trabajo

que realizan, por tanto, les guardan y regalan el cartón que no usan, y que finalmente terminaría en la basura.

En último lugar, se da el caso menos común y que no se ha desarrollado a cabalidad, el cual es el contacto o asociación con trabajadores recolectores de cartón, para comprarles el material a un precio mayor que lo que les darían en una empresa x. En este sentido, vemos que no se ha dado una relación como la que se dio en Argentina con la editorial Eloísa, donde el tamaño de la producción, el tipo de producción, el tiraje y el trabajo colaborativo, les hace necesitar un reabastecimiento constante de cartón para lanzar títulos. Mientras que, en el caso de nuestro país, esta relación no se ha establecido formalmente, principalmente referido al tiraje y la producción de las editoriales, la cual es a baja escala, muy diferente a lo que hace Eloísa actualmente.

En este sentido, vemos que sólo la editorial de Pepito es la que ha logrado generar un vínculo, en dos ocasiones, con recolectores de cartón para comprarle su material de trabajo. Mientras que otras, buscan a futuro generar alguna relación de este tipo, pero hasta el momento, funcionan con un stock que es recolectado, regalado o comprado (en los casos de compra de electrodomésticos u otros objetos, envueltos con cajas de cartón.) por ellos mismos. Sumado a lo anterior, los tipos de papeles que usan generalmente estas siete editoriales es: papel blanco estándar; papel ahuesado; papel reciclado.

En el caso de las herramientas utilizadas por las editoriales, es bastante común encontrarse con elementos como impresoras²⁶ de distinto tipo, en el tema de la encuadernación con punzones, lumbeta, colafría, prensas, hilos y agujas, martillos, reglas, entre otras. Mientras que la herramienta más utilizada o común es el corta cartón, que se expresa como “el santo grial de las cartoneras”. Finalmente, en el aspecto gráfico o de diseño de portadas, micas, pinturas de distinto tipo (principalmente acuarela, temperas, óleo y en lata), lápices, plumones, pinceles, brochas, revistas o diarios reciclados, micas para esténcil, entre otras.

²⁶ Salvo el caso de Olga, quien manda a imprimir a una persona externa a su editorial.

Uno de los aspectos más importantes a considerar en este apartado, es el tamaño (magnitud) y tipo de producción de libros que generan en sus talleres cartoneros. Aquí encontramos una gran diferencia entre unas y otras.

Primero, infracción genera un trabajo a escala humana y “a pedido”, por tanto, no genera un stock de libros, sino que los vende de manera personal cuando alguien se los pide.

En todos los demás casos encontramos que hay un tipo de producción que genera stock de libros para distribuirlos en los distintos escenarios de venta que tengan, pero difieren en la realización de segundas o terceras ediciones, y principalmente en el tiraje o la cantidad de ejemplares por edición. En este sentido, editoriales como Olga y Joyita, son las que realizan un tiraje mayor, con 75 libros y entre 50 y 60 por lanzamiento, respectivamente. Sin embargo, difieren entre ellas en que la primera no realiza segundas ni terceras ediciones, mientras que la otra sí, donde produce un stock de 50 libros más por edición.

Las editoriales restantes generan un tiraje, que bordea -aproximadamente- el rango de 5 a 20 ejemplares por edición o lanzamiento.

4.3.2. Etapas de la producción de un libro.

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“Bueno en cuanto a la producción, tiene distintas etapas, una que es semiautomática, que es la impresión. Previamente la edición depende del formato en realidad, si es un texto que me pasan en Word u otro formato editable, si es en PDF no se edita previamente (...) todo el resto es manual, hecho por las propias manos, tiene que ver primero con recortar las hojas con guillotinas, luego cocer el libro, luego pegarlo a un cartón previamente cortado y bueno el diseño de la portada se puede hacer antes o después de pegado al libro, yo lo hago después porque me gusta arriesgarme (...) El cocido y el pegado dependen del formato en que esté el archivo que trabaje (...) ha ido evolucionando la técnica, he ido experimentando más, conociendo más y eso ha sido una de las cosas ricas de trabajar este formato tan artesanal.”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“La primera etapa es o convocatoria o propuestas hacia el autor (de caraduras digamos). [Diego: Claro primero se hace ese contacto con los autores, dependiendo de si nos gusta lo que hacen o lo que ellos nos muestran, y una vez que tenemos el visto bueno, eh nos hacen llegar el material y automáticamente empezamos a trabajar la cabeza, cómo podemos desarrollar una portada, cómo podemos desarrollar un cuerpo, si lo vamos a intervenir con imágenes, y ahí ya empieza el proceso creativo] (...) Y bueno, y después, el libro, cortar cartón, bueno la gráfica se piensa primero a medida de que vamos materializando el libro, imprimiéndolo, vamos probando la gráfica, a veces hacemos pruebas”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“Yo recibo el texto, le doy el visto bueno, cuando lo diagramo lo ordeno, cuando el autor me da el visto bueno para la impresión, lo imprimo. Entre medio ya

tengo las tapas cortadas, hacemos tapas por ejemplo en las jornadas hacemos tapas. Ahí yo mando a imprimir a esta página, o sea esta chiquilla que me imprime, los textos, ella me los manda y es cocer, en nuestro formato tiene 5 hoyitos, y se encuaderna. Ocupo el mismo cocido, salvo dos que tenemos libros álbumes, tienen un formato diferente a los otros, nuestros libros en general son de tamaño media carta. Así como 15x21. Pero estos dos libros que te nombré tienen tamaño hoja carta y encuadernación japonesa, la única diferencia con los otros que tienen otra encuadernación, pero sigue siendo con el mismo hilo matizado.”

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“(...) lo primero que hacemos es diagramación en el computador, estamos ocupando el programa InDesign, antes ocupábamos Word, pero era muy enredado ocuparlo (...) diagramamos en InDesign, y de ahí hacemos pruebas de impresiones, generalmente imprimo uno para ver cómo sale, cómo se ve en el papel, eh, jamás ocupamos de ese papel blanco, porque a la vista es muy cansador ver, así que ocupamos generalmente papel ahuesado o papel ecológico (...) Después de que ya todo sale bien, empiezo con el diseño de portada y elijo la tipografía, entonces está todo conectado, la tipografía y la portada (...) entonces trato de que todo sea como algo global. Y bueno, después viene la confección real del libro (...) en nuestro caso tratamos de hacer la misma portada para cada ejemplar.”

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“(...) yo recuerdo haber iniciado haciendo libros cartonero chicos, pequeños que eran como de dibujo o ilustración o de comic “pum” listo, sencillo, muy chiquitito y yo los encuadernaba con cartón, entonces súper sencillo, la hoja cierto, la corto en el tamaño que necesite, la alineo, la limpio -la dejo lisita por decirlo así-, encuaderno con el cartón, le pongo la prensa, le hecho la colafría, dejo que se seque, ah, esa es otra de las cosas que ocupó, una sierra, que también lo vi en encuadernación de libros antiguos, con una sierra le hago cortes así diagonales, y le meto un hilo, un hilo de cocer da lo mismo, doblado dos veces “pum” y lo vuelvo a encolar, y después corto esas mechitas, y le pongo una suerte de lomo o una tapa de cartulina (...)”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“Bueno, el proceso de los libros es un proceso muy loco porque a veces uno elige una cosa y termina siendo otra, a mí me pasa harto eso (...) pero no sé, recojo cartón, reúno el material que voy a necesitar, papel volantín ¿cachay? Hago el documento, imprimo, hago los dibujos. Hago un proceso de diagramación bastante básico, porque yo no ocupo ningún programa de diagramación, o sea un Word y si es que con suerte -porque a veces de las fotocopias, el escaneo y chao- en ese aspecto como que no está muy profesionalizado, y de repente lo que más me gusta es que las cosas en el camino toman otro rumbo, y es como en el fondo lo que el libro te tiene que ir diciendo po.”

Caso 7: La Joyita Editorial.

“Entonces, parte con hablar con el autor y juntarse con el autor o autora y después, ehm (...) y hay una discusión de la obra con el prologador -o prologadora en este caso- y con la revisión de estilo, con la María Elena que hace, entonces hay input, hay retroalimentación con ella (...) hay un trabajo de, del concepto del libro, que tiene que ver con el libro objeto, entonces hay una revisión del contexto (...) y ahí se le da forma a esta diagramación, luego vienen las impresiones de prueba y se le presentan al autor la maqueta y cómo sería, y bueno el autor nos da la aprobación final (...) Y las encuadernaciones (...) como esas encuadernaciones italianas porque es más rápida, porque la que es japonesa es más lenta.”

Análisis Interpretativo de la información.

Otro de los aspectos importantes de considerar en el tema de la producción, elaboración o manufacturación artesanal de libros cartoneros, es sobre las etapas o procedimientos -generales- que atraviesa. En la cual, nos encontramos antes algunas semejanzas y diferencias respecto, principalmente a las portadas diferentes o iguales, programas que se usen para las diagramaciones, relaciones con los autores, y los tipos de encuadernaciones que se aplican.

En el caso de Infracción Ediciones, los procedimientos son siempre diagramados por formato Word, ya que cuando viene en PDF liberado, el programa da la opción de imprimir como libro, por tanto, sus elaboraciones son mayormente en formato tradicional, donde cada tapa es diferente en cada libro, y casi nunca hace referencia al contenido, es decir, no hay una asociación global de formato del libro y su contenido.

En el caso de la editorial Grullita, todo el procedimiento comienza con un contacto constante con el autor o autora del libro, al cual se le muestran prototipos de libros en cada etapa, donde el autor puede intervenir dando su opinión, agregando o sacando cosas. Se usa el programa InDesign para diagramar los libros, y a diferencia de la editorial anterior, Grullita si establece una relación global entre la portada (formato) y el contenido literario, generando, en algunos casos, la repetición de una imagen o portada, y en otros, portadas diferentes (hechas por distintas personas) pero que llevan un motivo central o Leitmotiv, es decir, una imagen que se repite, pero no necesariamente de la misma forma, la cual se realiza con invitaciones a personas externas a la editorial (principalmente amigos, amigas, y familiares) para hacer y pintar tapas.

En sus comienzos se utilizaban técnicas de encuadernación simple o italiana para los libros, posteriormente trabajaron con encuadernación japonesa, para finalmente llegar a trabajar con encuadernación tradicional.

En el caso de Olga, se asemeja al caso anterior en el contacto constante con el autor, a modo de aprobación antes de comenzar con las etapas de impresión y encuadernación. La mayoría de los libros de esta editorial son realizados con encuadernación simple o italiana, mientras que dos de sus veinte publicaciones, fueron hecho en formato tamaño carta con encuadernación japonesa. No obstante, todos los libros están cocido con hilo matizado, el cual aparece como uno de los patrones característicos de los libros de Olga, los hilos multicolores.

A su vez, esta editorial trabaja bajo el formato de “Jornadas Cartoneras” una instancia que genera Olga de manera mensual (dependiendo de las publicaciones

que esté por sacar), donde hace invitaciones abiertas a que cualquier persona (no necesariamente del círculo cartonero) colabore y aprenda realizando tapas para las portadas y cocidos para las encuadernaciones. Esta forma de trabajo es característica de Olga desde sus comienzos y no se encuentra en otras editoriales de este estudio. Lo cual refleja que todas las portadas de Olga sean diferentes, pero utilizan un Leitmotiv para mantener una relación entre lo que se dice en el texto y lo que se ve en la portada.

En el caso de la editorial Hipérbole Ediciones, también generan una relación con los autores del texto y trabajan la diagramación mediante el programa InDesign. Posteriormente, la encuadernación es hecha completamente por ellos en sus talleres cartoneros (sus domicilios), utilizando principalmente un tipo de encuadernación tradicional con lomo para el caso de los libros (ya que, en sus otros productos como libretas, usan otros tipos de encuadernación, como la belga). En este sentido, todas las portadas son iguales, generando una relación de la portada con el contenido del libro.

En el caso de Cayó La Teja, no se realiza mayor trabajo de diagramación, ya que los principales libros que elabora son en formato fanzinerero y comic, salvo dos, uno que estaba en PDF liberado (por lo tanto, no realizó edición) y otro que fue una transcripción de un programa de radio.

El formato de los libros de esta editorial es bien variado, juega mucho con los tamaños, principalmente libro chico o de bolsillo, y con libro en formato tradicional. Mientras que, para la encuadernación, se usa encuadernación japonesa y simple con lomos, con portadas iguales, en algunos casos, y otras con portadas diferentes, pero siguiendo un leitmotiv.

La característica principal de esta editorial recae en que realiza todo el trabajo solo y en el caso de sus libros de imágenes, o comic, todos los dibujos son hechos a mano, sin uso de ningún programa de imágenes como Photoshop o Paintbrush, ni escaneo de imágenes e impresión de imágenes.

En el caso de la editorial Efímera, los procedimientos para confeccionar los libros son con ediciones simples en Word, las cuales son impresas y trabajadas mediante distintos formatos experimentales, fuera de los formatos tradicionales de encuadernación u otros que usan las demás editoriales. En este sentido, esta editorial ha trabajado formato Flagbook o libro bandera, formato de libro Blizzard, libro origami y de libro acordeón.²⁷ De esta forma, se realizan libros únicos, dibujados a manos, en muchos casos, y que tienen relación con el contenido literario.

Finalmente, en el caso de Joyita, hay un trabajo previo de contacto y reunión con el autor o autora, y se hace una revisión de conjunto con las otras compañeras de trabajo, la prologadora y la revisora de estilos. Una vez que se finaliza el concepto del contenido del libro, se genera una “lluvia de ideas”²⁸ para el concepto del formato gráfico que tendrá. En este sentido, se puede ver que los textos elaborados por esta editorial reflejan el uso de una encuadernación simple o “de panfleto” sin lomo, similar a la italiana, y con portadas diferentes que siguen un leitmotiv, reflejando una relación entre el contenido literario y el libro-objeto.

De momento podemos ver ciertas similitudes y diferencias en los procedimientos que tienen estas siete editoriales para elaborar sus libros. Dentro de las similitudes más destacadas, está el trabajo con un motivo central que refleja el contenido literario, y con técnicas de encuadernaciones simples, tradicionales y japonesas (salvo Efímera que trabaja con formatos experimentales), y el formato de trabajo colaborativo con los autores (en conjunto).

²⁷ Para ver los distintos formatos de esta editorial, ver anexos fotográficos N°6.

²⁸ Este formato consiste en la discusión, creación y retroalimentación respecto a los diseños de portadas o del formato del libro. Es posible encontrarlo en todas las editoriales de este estudio.

4.3.3. Estilos y diseños de las portadas.²⁹

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“Aquí se reutiliza el cartón, se le da una nueva vida, y sobre el cartón se trabajan distintas técnicas, que en realidad yo soy medio torpe en lo que respecta al arte más plástica, para mí ha sido una posibilidad de desarrollarme en ese ámbito, explorar distintas técnicas, he trabajado con pinturas, collage, una de las cosas que más me gusta de trabajar el cartón, es hacerle unos “sacados” sacar una capa de cartón y que quede la otra parte (...) pero da para muchas posibilidades el cartón, acuarela he trabajado, tempera.”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“Bueno en el diseño de tapas usamos collage, antes pintábamos, pero de verdad qué feo que quedaba ¿no? (...) usamos collage, usamos estencil a aerosol, tenemos unas ganas, así tamaño baño, de jugar con serigrafía (...) y hay una técnica que estamos probando ahora, que estamos innovando gracias al crecimiento profesional de Diego, que es la portada digital impresa (...) Si bien nosotros tratamos de profesionalizar el diseño, eh, bueno queremos que el cartón sea protagonista, obvio (...) Siempre tratamos de expresarlos con imagen, como lo que nos provoca, a veces releemos, eh, los poemas o, porque igual, los que se hacen tapa por tapa yo los releo, y a veces me salen cosas re distintas.”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“Es que no hay formas, nosotros somos súper abiertos, trabajamos con un leitmotiv -como te contaba- con el autor, y de ahí en adelante hay libertad de expresión para que uno haga lo que quiera o lo que pueda, digamos, con sus diferentes habilidades. Son todas las portadas distintas, nosotros para este año 2017, es un tiraje de 75 ejemplares por libro, entonces son 75 tapas distintas (...)

²⁹ Para ver estos formatos, diseños y estéticas de las portadas, ver anexos fotográficos por cada editorial desde la página 310 de los anexos fotográficos.

nosotros a cada tapa le ponemos quién la hizo, incluso nos han hecho tapas con un poco más de renombre, algún artista, ilustrador no sé, ponemos “tapa hecha por” y le ponemos la tarjeta (...) Entonces las técnicas son abiertas, a gusto del artista.”

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“Collage no me gusta mucho, de hecho, no ocupamos collage en ninguna de nuestras portadas. Me gusta mucho el acuarela, eh, me gusta mucho esto de encontrar una imagen y transformarla en otra y aplicarle algún efecto porque así no tengo problemas con los derechos de autor. También me gusta mucho que se vea el cartón, por ejemplo, esto de pintar en tempera no me gusta (...) me gusta mucho esto de ocupar la imagen de hacer relieves, me gusta mucho lo de los marcos en las imágenes, de ocupar esto del lettering que yo los hago con los lápices punta pincel.”

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“Yo diría que -en ese sentido- cayó la teja es bien experimental, he probado con todo, ponte tú ¿ubicay esas mallas de limones? Ya las he estirado, les he echado colafría, les pongo letras encima, las recorto, he hecho tapas huecas con una mica, ponte tú de un envase plástico, la corto y la pego por dentro. Y así, juego mucho con los materiales, me gusta jugar hartito con los materiales, me gusta usar la tempera, hilos de cocer, incluso envuelvo tapas con hilo y después lo corto y hago un estilo así medio pelucón, experimental total (...) Lo que recurrentemente uso, que es más rápido y que a mí me sale fácil, dibujo, la pinto con tempera y barnizo con colafría, y nada más y eso es todo.”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“Me gustaba hartito usar el papel volantín, porque me gustaba el color que quedaba, dibujo hartito, acrílico. Es que de todo un poco, hasta en unos libros hice como unas ventanitas, así como de submarino con micas, pero no me casaría con nada en realidad, estencil.”

Caso 7: La Joyita Editorial.

“En general, las portadas hacemos Collage, y el Collage ha sido un, uno de nuestros, no sé, eh, método más utilizado porque es como parte de nuestra definición, nosotras nos dimos cuenta que desde chicas siempre hacíamos collage (...) Mira las portadas no son iguales, pero sí lo que hacemos es el este del concepto del libro (...) Lo que uso harto también es esténcil, que eso también lo aprendí a hacer y es muy entretenido porque es más rápido si lo voy a hacer artesanal, podí producir tapas más rápidas y variar colores (...) usamos collage con bordados, con telas, y el esténcil.”

Análisis Interpretativo de la información.

A lo largo de esta investigación se ha reiterado mucho la idea de que el formato cartonero da abasto a distintas técnicas, motivos, diseños, formas, para crear los libros cartoneros. Y este apartado tiene bastante relación con el anterior, en el sentido de ver el producto final y los distintos diseños de tapa que usa cada editorial. Es por esto que, vemos que incluso dentro de una sola editorial, se pueden encontrar un bagaje de técnicas y formatos de portada.

El collage es una de las técnicas más usadas para el formato de las portadas. Consiste en la reutilización y reciclaje de materiales como revistas, diarios, telas y bordados, fotografías, impresiones viejas, etc., que son recortadas y pegadas en las portadas de los libros, generando una imagen complemente nueva y que pocas veces puede repetirse. Este tipo de diseño se puede encontrar en editoriales como Infracción, Grullita, Olga y Joyita.

El esténcil es otro de los diseños más utilizados por las editoriales de este estudio, la cual consiste en una mica recortada (incluso pueden encontrarse plantillas hechas con radiografías) que se pone sobre la portada del libro y se pinta con aerosol. Esta técnica se puede encontrar en editoriales como Grullita, Joyita y Efímera. Se da la lógica de que, para este tipo de portadas, el pintado se hace de forma separada de la encuadernación, y no sobre el producto final ya cocido-pegado, para no ensuciar o manchar con pintura las hojas del texto.

Otra de los formatos o diseños que se pueden encontrar en general, es la utilización de micas como una capa de la portada, es decir, se saca un trozo de la tapa (en cualquiera de sus lados) y se inserta una mica acrílica simulando ser una ventana o ventanilla.

También, nos encontramos ante editoriales que comparten un elemento en común, que es el resaltar el cartón, la gran mayoría de las portadas tiene como objetivo, dar valor al cartón y no tapanlo, cosa de que se vea como el principal atractivo, allí se utilizan técnicas como de “sacado” de capas del cartón.

Editoriales como Hipérbole, Cayó La Teja y Efímera, expresan una estética más experimental, trabajando con técnicas un tanto diferente a las demás editoriales. En este sentido, podemos encontrar el Lettering (que consiste en “letras dibujadas a mano” no escritas, sino que dibujadas) en el caso de la primera. Mallas de limones pegadas y pintadas en la tapa, en el caso de la segunda. Y técnicas como serigrafía, xilografía, y timbres de goma, en el caso de la tercera.

El diseño de portadas es sin duda el aspecto más llamativo del formato cartonero, debido a la cantidad de técnicas que se utilizan para producir un objeto único y que embellece el cartón, allí encontramos que genera una atracción al público. Donde -en la gran mayoría- las tapas reflejan el contenido literario de los libros, dando ciertas pistas o demostrando de lo que tratará el libro, haciendo una invitación desde la primera mirada o primer contacto con el objeto-libro.

No obstante, de igual forma se dan casos donde las portadas pueden ser diferentes del contenido literario y portadas que se repiten (y que sí expresan el contenido) lo cual puede expresarse como una estrategia para reforzar los mensajes que se quieren entregar.

4.3.4. Distribución o difusión de libros.

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“La distribución del producto -como te comentaba- trabajo solo y trabajo a pedido, entonces, en realidad, la persona que adquiere un libro -y la difusión de todo el trasfondo ecológico o medioambiental que hay- se hace generalmente, a través de la conversación cara a cara con las personas que adquieren libros, y también en instancias donde se ha invitado a participar a la editorial, ya sea en distintos medios como televisión, radio, revistas, entrevistas, etc. (...) A ferias me han invitado a varias... entonces hasta el momento solo he participado en dos, una fue una feria de editoriales independientes en Santiago, el 2014 (...) y la otra aquí en Concepción.”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“Bueno principalmente en cuanto a difusión, a través del Facebook (del fanpage), tenemos una página web que es súper humilde, es súper humilde en realidad no tenemos catálogo, eh, en la fanpage tenemos un catálogo con el valor de los libros (...) [Tania: A veces dejamos en bibliotecas], claro po donde andamos participando regalamos o vendemos po (...) La Grullita Cartonera es feriante, así como desde la organización de las cartoneras nos han invitado a otras, por cuestiones laborales no hemos podido ir a todas, a otras sí, y hemos tirado un paño en Parque Juan XXIII (...) Bueno los encuentros, bibliotecas, en algunas escuelas.”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“Solamente la presentación que hago del libro, es la única, y después en las ferias en que participo -como decía- si se da en una feria que los libros no se fueron en la presentación y si no me quedan, solo la difusión de esa feria, o sea, yo hago difusión virtual, yo difundo a todos mis autores, todo lo que hacen independiente de si sea cartonero o no, o sea tengo autores que después de haber publicado conmigo,

están haciendo otras ediciones o están editando con otras independientes, con otras chicas, yo difundo. Yo difundo, no distribuyo porque no tengo librería (...)

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“Bueno, generalmente vendemos los libros en ferias, pero de todas formas nosotros difundimos por, bueno redes sociales, tenemos una página, un blog donde registramos, prácticamente es como un diario de vida de la editorial, yo creo que es para que se difunda lo que nosotros hacemos, en ferias tenemos, generalmente subimos también los libros a ISSUU [Plataforma virtual para subir libros, revistas, documentos, etc. Digitalizados] en forma digital, ehm, y están también compartidos en el blog (...) así que los libros generalmente se venden por, entre las ferias e internet (...)”

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“Ferias y encuentros, en el encuentro cartonero dicen “pucha dennos una donación” yo saco uno de cada uno y aporte, lo que pasa es que circule, que se mueva, en mi casa son muy lindos, pero no, yo prefiero que se muevan, que la gente los vea, que la gente los disfrute, eso. Y se acuerde del que lo hizo. Biblioteca de Santiago, sí tiene copias más. Café literario del parque Bustamante, también tiene copias más, así me siento tranquilo por ese lado, algo se ve (...) El Café, la biblioteca, Wisconsin, mandé también para Argentina, pero un amigo fanziner, pa España también mandé una vez y eso sería. Y bueno los intercambios que realizo en los encuentros internacionales (...)”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“En este momento están siendo muy efímeros porque no hay muchos libros por ahí, mira en el espacio Yungay hay algunas libretas y libros, pero más que todo son las ferias. Sí ferias, históricamente han sido las ferias, el encuentro cartonero, sí las ferias, el espacio [Yungay] y hay otros espacios, librerías, si hay espacios abiertos que de repente hasta te piden así (...) Sí, creo que se fueron unos libros a EEUU, a una biblioteca que tiene como una colección de libros cartoneros, y no

tengo idea, es que no sé, aquí en el Busta hay, ah, aquí hay un mueble mío, un mueble de cartón³⁰, un mueble que le hicimos a la biblioteca [Café Literario del Parque Bustamante].”

Caso 7: La Joyita Editorial.

“Bueno, mira, el principal es el lanzamiento del libro, el que viene tiene que ver con las bibliotecas, generalmente cuando hacemos lanzamiento en las bibliotecas, regalamos 5 ejemplares a la biblioteca. El otro canal es a través del Facebook que vendemos, en las redes sociales la gente también pide libros, y en los últimos dos años hemos estado mandando libros pa afuera porque la gente nos pide de otros países (...) Empezamos a llevarle el año pasado a Emerson, Emerson Pérez tiene una librería que se llama “Los Perros Románticos” y que está en el edificio de radicales, y él tiene una estantería especial para libros cartoneros (...) Sí ellos siempre se llevan cosas a la Universidad de Wisconsin, bueno ahora en la Universidad de Edimburgo, la librería, abrió un espacio especial para libros cartoneros (...) Lo que hicimos es que nuestros libros los pusimos en ISSUU.”

Análisis Interpretativo de la información.

El primera canal o escenario para la distribución de libros -en general- de las editoriales de este estudio, es el *lanzamiento o presentación del libro*, en la cual se pide prestado un espacio a otras instituciones u organismos, en cual se hacen lecturas, conversatorios, venta de ejemplares, cocteles, etc. Principalmente asociados al ámbito literario o cultural.

Dentro de esta forma de distribución están los casos de Olga, que ha hecho lanzamientos en el ámbito de las bibliotecas y cafés literario. Joyita, que ha hecho lanzamientos en la Fundación Pablo Neruda, y en Café Literario. Grullita³¹, que ha hecho lanzamientos en Espacio Ñuñoa y en la librería Libros de Ocasión, y

³⁰ El mueble de cartón actualmente se encuentra en el Café y puede verse en los anexos fotográficos, específicamente el N°6.

³¹ Los dos lanzamientos que ha hecho esta editorial han sido: “Dolores y otros males” de Liz Gallegos en la librería “Libros de Ocasión” ubicada en Santiago Centro. Y “Frontera” una antología, en el espacio Ñuñoa.

finalmente, Hipérbole que ha hecho lanzamientos en el Café Deja Vu³², en el centro de Santiago.

El segundo canal de distribución más importante es el de las ferias de editoriales cartoneras³³ o encuentro internacionales de libros cartoneros³⁴. En la cual se ha establecido una relación o vínculo con la municipalidad de Providencia y la Biblioteca de Santiago, respectivamente.

Cabe mencionar que durante las ferias se hacen distintas actividades relacionadas con las editoriales participantes, como conversatorios, lectura y presentación de libros, Cuenta Cuentos, micrófono abierto, y venta de libros. Así mismo, en el encuentro cartonero se realizan actividades parecidas, pero con participación y presentaciones de editoriales cartoneras extranjeras.

El último canal importante de difusión y distribución de libros cartoneros es mediante redes sociales de internet. Una difusión y venta a través de Facebook o en las páginas web que tenga la editorial, como también por Twitter. Es importante mencionar que las redes sociales han permitido conectar a las editoriales nacionales (entre las de la capital y las de región) como también a las extranjeras para no sólo invitarlas a los encuentros, sino que difundir sus trabajos o realiza lanzamientos colaborativos.

Siguiendo con el tema del internet, las editoriales como Joyita e Hipérbole suben sus textos a la plataforma ISSUU, que contiene libros, revistas, y publicaciones en general, en formato digital. Generando así, una forma más para acceder y distribuir sus libros de manera liberada, en las redes.

Raras veces se da la asociación con librerías y, por ende, la venta de libros a través de intermediarios. No obstante, en el caso de la editorial Joyita, ella ha

³² Espacio que le pertenece a la editorial cartonera “Colectivo Anartistas” para que Hipérbole lanzara su libro: “Pasquín geopoético N°2” libro de creación colectiva, en la comuna de Santiago Centro.

³³ La cual se hacía de manera mensual durante el año 2016. Para este año 2017, se organizó sólo una para el segundo semestre del año.

³⁴ De los cuales se han hecho cuatro desde el año 2013 en la Biblioteca de Santiago. Para este año 2017 se está organizando la quinta versión de este encuentro. Cabe mencionar que el primer fue solo de editoriales cartoneras nacionales.

establecido como uno de sus vínculos sociales y comerciales a Emerson Pérez quien tiene la librería “Los Perros Románticos” en el edificio Radicales en Santiago Centro, donde ha generado un catálogo o estantería de libros cartoneros.

Si hablamos de catálogos y estanterías de libros cartoneros, la Universidad de Wisconsin tiene una sala especial para la literatura cartonera, en la cual velan por la preservación y resguardo de los libros. Así mismo, la Biblioteca de Santiago y el Café Literario del Parque Bustamante, han generado una estantería exclusiva de libros cartoneros, regalados por las editoriales que han participado u ocupado sus espacios. También, la Universidad de Edimburgo en Escocia, ha generado una pequeña estantería de libros cartoneros, gracias a Bárbara Fernández, quien es miembro y prologadora en Joyita Editorial.

Finalmente, la Biblioteca de Puente Alto, ha abierto un espacio y ubicado una estantería con libros cartoneros, gracias al vínculo que se generó entre ellos y la editorial Grullita, donde realizaron talleres para niños.

Se puede apreciar que el fenómeno cartonero ha logrado establecer vínculos con otros agentes u organizaciones externas a las editoriales, para hacerse un espacio dentro del gran mundo de “Industrias Creativas”, lo cual ha permitido dar a conocer un poco más el movimiento y los libros de cartón, logrando salir del anonimato y el *underground* para llegar a más gente. Y, la forma que las editoriales utilizan para retribuir el prestar el espacio, es regalarles o cederles los libros a estas instituciones. No se ha dado la situación donde las editoriales les vendan sus libros a las bibliotecas o a las demás instituciones, sino que les pagan con libros regalados para sus estanterías. Retribuyendo así, el uso del espacio público y la difusión de los eventos en redes sociales.

4.3.5. Compra de libros cartoneros.

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“Claro la idea de cartón es fragilidad, de buenas a primeras, las personas tienen cuidado para tomarlo, ni siquiera aún para abrir el libro, una vez que se van familiarizando en realidad le pierden el miedo a la manipulación, obviamente no resisten tanto como un libro tradicional, pero toleran bastante bien. (...) y por lo mismo a mí me interesa en cada oportunidad que tengo junto a la editorial, de hablar de ella, decir el trasfondo que tiene, darlo a conocer po, no es mi idea entregar solo el producto del libro y claro po se ve bonito, es bonito y todo, es distinto, pero me interesa que las personas sepan también a qué está respondiendo, cuáles son las pretensiones también de hacer un trabajo así (...)”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“(...) o sea, la persona que se acerca a mi puesto, donde están mis libros, yo espero que ellos, o sea obviamente “hola” todo bien ¿cachay? Pero si a la persona le interesa y empieza a hacer preguntas, obviamente uno está con toda la disposición de responder, de, y ahí uno se va explayando de cómo se realizó el libro, de que está hecho a mano, del contenido, entonces hay de todo para todos. Pero yo personalmente trato de no ser invasivo con la persona que se acerca pa que pueda tranquilamente, eh, ver el libro, eh, no sé. (...) [Tania: pero es que nadie está desesperado por vender, y uno deja que la gente se acerque y respondemos muchas preguntas afortunadamente (se nos hace mucha pregunta), pero no estamos en calidad de vendedores].”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“Es que yo también soy válida de eso, si tú has ido a las ferias, a los encuentros (...) Me muevo y nunca estoy en mi mesa porque siempre recorro a las otras mesas (...) yo siempre que la gente se acerca al stand, a la mesa donde estoy,

les hablo de qué es lo que es, porque además la gente piensan que son libretas, entonces les explico que no son libretas, que son libros (...) siempre le cuento lo que son, siempre en las ferias, en los encuentros, cuando están aquí en la casa, qué son las editoriales cartoneras, mostrarles todo eso (...) Les cuento la historia, de Argentina, y el intercambio monetario es un detalle, porque como es aporte voluntario.”

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“Siempre se da que, bueno la gente pesca el libro, y de repente dicen “oye”, como que quiere saber qué está pasando, como que el primer encuentro con un libro cartonero siempre es lo mismo, “¿qué son ustedes?”, “¿por qué están haciendo esto?”, entonces lo primero es como un vínculo informativo, generalmente, la gente que asiste a estas ferias, o que se interesa en estas editoriales, ya tiene un vínculo con esta área (...) Entonces como que quieren ser parte de lo que hacemos en general, más allá del intercambio monetario.”

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“Hay un poquito más allá, claro de repente, por ejemplo, cuando pasa gente por tu mesa, o tu stand o lo que tú tengas, o de repente el puesto, el pañito -da lo mismo- eh, y dicen “que bonito” y miran y no van a comprar, yo me paro y les doy mi tarjeta, “ah que choro una tarjeta de cartón” (...) Más que nada ese afán de difusión, conocimiento, por ahí va, pa que conozca un poquito más po, que no se queden con pucha “me gustó” y eso ha provocado que me contacten después, te mandan un correo o te escriben un WhatsApp (...) Finalmente se genera una suerte de vínculo, o terminas conociendo gente que ni te imaginaste que ibas a conocer po.”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“(...) Gente que de repente “oiga, ¿usted hace talleres?” y tú le day tu tarjeta ¿cachay? A veces yo igual he hecho talleres en ferias, talleres gratuitos, gente que le gusta harto el proceso, le llama mucho la atención. Quizá de repente se encuentran en ese stand con ese libro cartonero como yo me encontré en la Internet con el

hecho de que se hacían libros cartoneros y es un mundo que se te abre (...) y existe esta otra posibilidad ¿cachay? Que es hacer libros de cartón, un libro único, bueno es que yo creo que también es una de las aristas de la escena como de la editorial independiente, que está en el boom así bacán, de hecho, hay muchos amigos que tienen sus editoriales y es un súper buen símbolo.”

Caso 7: La Joyita Editorial.

“Bueno, primero que todo no es un consumidor, sino que yo diría que son lectores, entonces, ehm, nosotras lo que estamos tratando de hacer y es por qué hacemos talleres, es para que la gente sepa que puede hacer un libro por sí misma, porque no tiene que esperar que alguien se lo dé o le baje de precio los libros, por el IVA (...) entonces la forma de vincularnos con ellos es a través de los talleres, de contar historias y además de hacerlos participar po, porque a la gente le gusta también, ser protagonista de esta cuestión (...) Hemos pedido -a veces- que alguno de nuestros lectores, hagan reseñas para nosotros, a algunos les da miedo, algunos tienen miedo de la escritura, de la crítica, de no sé qué.”

Análisis Interpretativo de la información.

Es importante considerar que, existe un vínculo que se establece con el comprador o “consumidor” de libros cartoneros, generalmente en el aspecto informativo o de difusión del fenómeno, donde la gente demuestra un interés por algo nuevo, diferente y alternativo, sobre el cual desean saber más, desean aprender a hacerlo, o desean, simplemente, darlo a conocer, contactarse a futuro.

Se ve que, en los siete casos, los editores o dueños de la editorial, desean dar a conocer lo que hacen, se produzca o no un intercambio monetario. Se establece un vínculo donde no existe ese acercamiento interesado por asegurar una venta de un libro, o el hostigamiento del comprador para “vender su producto”, más bien, se da una relación o vínculo social, educativo, informativo, difusivo, para que la gente vea que existe otras formas de hacer libros, formas autogestionadas, formas artesanales. Todo eso se puede ver en que, en algunos casos, simplemente regalan sus libros,

por el interés de hacer circular sus obras artísticas, más que venderlas, o bien, difundir el contenido literario, para hacer conocido a algún autor, fotógrafo, músico o ilustrador.

Cabe mencionar que, las editoriales cartoneras, producen libros donde realizan un gasto enorme de tiempo, esfuerzo físico, materiales, herramientas, y que, aun así, venden a un precio bajo, para que la gente pueda acceder fácil y rápidamente al libro. En este sentido, vemos que no existe una valoración real de lo que cuesta hacer un libro, y tampoco un pago real por ello. A pesar de eso, las editoriales venden un libro, que, por ejemplo, les costó diez mil, veinte mil hacerlo, a dos mil, tres mil o cinco mil pesos. Recuperando, tan solo, una parte de lo que les costó realizarlo, por ejemplo, una resma de papel, una tinta de impresora, u otros materiales, pero no la totalidad del costo.

En base a lo anterior, la editorial de Olga realiza una apuesta diferente para valorizar los libros que ella hace y vende en sus distintos escenarios o espacios, lo que ella denominó “Aporte voluntario”. Ella en su stand o puesto, coloca una caja de zapatos pintada y con el logo de la editorial, con aporte voluntario para dar libertad a la gente a darle valor a lo que está comprando o adquiriendo, lo cual muchas veces puede ayudar o complejizar la situación, debido a que se han dado los casos donde la gente no sabe realmente cuánto darle, o bien, puede dar lo que tenga. Olga mencionó más de una vez que ha recibido hasta diez mil o veinte mil por uno o un par de libros, como también trescientos o quinientos pesos. Porque además de darle libertad al comprador respecto al pago, también da libertad a elección en tipo y cantidad de libros que desee llevarse.

En todas las demás editoriales de este estudio, los precios o rangos de precios por los libros van entre los dos mil y cinco mil pesos, dependiendo del tipo de libro que sea. Por ejemplo, los libros fotográficos van con impresión en papel de fotos, por ende, tiene un costo mayor, y puede encontrarse entre los cinco mil a diez mil pesos. Mientras que, también, hay editoriales que realizan distintos tamaños de

libros, pequeños, tamaño carta vertical u horizontal, los cuales no superan los dos mil o cuatro mil pesos.

Otro de los casos que se da con los compradores, es que no buscan un libro, sino que un adorno, una libreta, o “un souvenir” -como lo denominó Elizabeth de Joyita Editorial- donde se valoriza más el formato que el contenido literario de un libro cartonero.

4.4. Relaciones entre editoriales y vínculos institucionales.

Este apartado tiene que ver con los tipos de relaciones o vínculos que se establecen entre editoriales cartoneras (nacionales y extranjeras) y con otros tipos de editoriales, el intercambio de libros entre ellas, redes de cooperación en instancias de producción o de venta de libros, y los trabajos de coedición.

A su vez, las dinámicas o vínculos (sea comerciales o sociales) con organismos o instituciones estatales para fomentar o difundir el fenómeno, o bien, prestar los espacios.

4.4.1. Relaciones entre editoriales cartoneras y de otro tipo.

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“Sí, eh, bueno en realidad yo he estado como bastante ermitaño aquí en concepción (...) pero sí han habido contactos, bueno en esta feria que participé en Santiago, conocí a Olga cartonera donde trabaja Olga y Miguel, grandes personas, conocí a Kiltra Cartonera, Loquita Cartonera (...) Y las relaciones que hay con las editoriales, bastante buenas, bastante fraternal, amena, y uno se da cuenta en la conversación, que en realidad hay visiones bastante similares po (...) y reunirse, compartir, socializar, y socializar el trabajo sobre todo, es algo bastante nutritivo tanto para quienes participamos de editoriales cartoneras como para el exterior po.”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“Buena, yo creo encuentro que es súper buena, por lo menos nosotros que llevamos poco tiempo, eh, hemos establecido lazos bien lindos con las cartoneras cuando nos vemos en el encuentro (...) [Diego: Cuando vienen pa acá pa los encuentros, de alojar a las personas pa que puedan participar] (...) O sea, se da el intercambio a partir de los encuentros que tenemos acá y, intercambios libros entre nosotros, permutamos, a veces compramos, y eso.”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“Relaciones con las extranjeras, virtual con todas, y física con las que han venido y he conocido, tiene que ver con las químicas nomás. He hecho coedición con “la Rueda” y con “Turquesa”. (...) Yo por ejemplo lo hago al revés pa los encuentros, tengo este en mi stock y pa no quedarme al debe, pesco y digo “pah, pah”, yo los regalo, si alguien me intercambia a mi “me dice ya yo te lo doy en retribución” bien, pero sino, bien también, pero como yo quiero que todos tengan un libro mío, nadie, ni yo tengo mi catálogo completo, de los veinte títulos que tiene Olga cartonera, tengo seis. Algunas igual se compran.”

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“Es muy entretenido porque la gente extranjera es muy curiosa, entonces siempre hay un intercambio de ideas, de técnicas, siempre hay invitaciones (...) Y esas son las dinámicas que se dan, intercambios, invitaciones, también en el encuentro editorial conocimos un argentino que no venía a vender, venía a mostrar sus libros, y bueno aparte de la parte editorial, la parte humana es súper importante porque uno empieza a hacer conexiones, y con gente que tiene tus mismas ideas entonces, como que empiezas a cachar que no estás solo, y que no somos solo los de Santiago, en Chile (...)”

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“Espontánea, yo por lo general con mis libros debajo el brazo voy y me acerco a la mesa (...) intercambio, trueque, si querí llamarlo, la forma más simple del mundo, así ancestral, de repente si no me quieren dar nada, dan nada o de repente llevo 5 libros y me dan 1, me da lo mismo, yo soy feliz con “qué lindo tu trabajo, que bonito. Toma te regalo algo mío”, si le nace bien, sino me da lo mismo, no los obligo, no es obligación. (...) Y eso obviamente es enriquecedor porque tú vas compartiendo técnicas también, cuando tú vas una feria puedes ver la gran diferencia entre unos y otros, eso es lo lindo, lo diverso, lo más bonito es lo diverso, muy lindo.”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“Yo con la Joyita cartonera siempre tengo contacto, yo he hecho dibujos para ellas, de hecho, ahora hay un libro que está pendiente, de una poeta chilena de los años 80’ que se llama Malú Urriola, ¿ya? Y yo hice dibujos para ese libro que es Piedras rodantes” pero es un libro que yo creo va a salir este año, no sé cuándo, bueno con ella siempre estamos en contacto, bueno somos súper buenas amigas (...) siempre como ilustradora más me he relacionado. (...) Sí, trueque, yo, a ver, opino que está súper bueno, me gusta, pero igual siento que a veces la gente le gustaría que le paguen. (...)”

Caso 7: La Joyita Editorial.

“Sí, siempre, sí porque hay cosas muy lindas que hacen porque tú intercambiay, generalmente en el encuentro, no le compray a nadie, excepto cuando no, como que hay algunos que quieren ganar plata (...) No, es super lindo el intercambio porque suceden varias cosas, está la feria misma donde los otros gallos comparten técnicas o te hacen comentarios del libro objeto, otros cuando hay más confianza te pueden contar cómo hacen el proceso, te cuentan sus experiencias (...) Entonces el intercambio después no queda solo en la feria porque seguimos, estamos en el Facebook, comparten reseñas, comparten experiencias, comparten fotos, comparten ideas.”

Análisis Interpretativo de la información.

En general, las siete editoriales mantienen contacto, vínculos o relaciones con ellas mismas (tanto a nivel virtual, como real) donde se han realizado trabajos colaborativos para lanzamientos, para producir o trabajar en libros, redes para ayudarse con materiales y técnicas, y la cooperación en la venta de los textos. A su vez, la relación con editoriales cartoneras extranjeras, y en menor medida con editoriales independientes (con tradicionales o transnacionales, no existe relación alguna).

En primer lugar, la editorial Infracción, no ha podido establecer algún tipo de relación con otras editoriales cartoneras, más allá del contacto virtual y de difusión

mediante redes sociales. No obstante, tuvo una participación en uno de los cuatro encuentros cartoneros realizados en Santiago, donde conoció, compartió y colaboró con otras editoriales cartoneras como Olga y Loquita.

En segundo lugar, la editorial Grullita, ha establecido relaciones con varias editoriales en las redes sociales, como también en los encuentros o ferias donde coinciden. En este sentido, se puede ver que las relaciones más directas las tienen con Liz Ediciones³⁵, ya que con ella lanzaron un libro llamado “Dolores”. Y, en segundo lugar, sí establecen una relación (“comercial” y social) con una editorial independiente de Colombia, Ediciones con tinta Ebria, donde lanzaron los libros de Michael Benítez Ortiz (Papeles para leer en el retrete y papeles para leer en el bus) con una portada que se asemeja a los carteles de los microbuses amarillos anteriores al Transantiago. Ese diseño fue cedido a la editorial independiente por parte de Grullita en retribución por los textos de Michael.

Sumado a lo anterior, Grullita ha alojado a otras editoriales cartoneras para el encuentro o para investigaciones sobre el fenómeno, como, por ejemplo, el caso de Alicia de Cosette Cartonera, la editorial de Francia, quien se encuentra realizando un estudio latinoamericano sobre este fenómeno.

En tercer lugar, la editorial de Olga -como se mencionó anteriormente- cumple una función de difusora del movimiento, como también de los eventos que hagan las editoriales cartoneras de este estudio y otras, como también con editoriales independientes, respecto a lanzamientos de libros o de convocatorias para publicar. Además, ha hecho coediciones con otras editoriales como La Rueda y Turquesa Ediciones, (ambas de México), en los textos “Con un cuello de botella rota” y “Cuentos”, respectivamente.

En cuarto lugar, la editorial Hipérbole, al igual que las anteriores, tiene vínculos y conexiones con distintas editoriales de manera física y virtual, para el intercambio de ideas o técnicas cartoneras, ya sea en las ferias o en los encuentros.

³⁵ Esta editorial no se autodefine como cartonera, pero transita entre la edición tradicional y el formato cartonero.

Además, con Alicia de Cosette se está organizando un evento en Gramado (Brasil) en un festival de invierno de artes, música, cultura, etc., para realizar talleres y participar de ese evento enseñando alguna técnica cartonera, en la cual Hipérbole enseñará la realización de cuadros de cartón. Finalmente, en uno de los talleres de encuadernación que participaron, tuvieron conexiones con la editorial independiente Ediciones Sherezade.

Las restantes tres editoriales cartoneras, Joyita, Cayó La Teja y Efímera comparten un vínculo más cercano y colaborativo entre ellas, en la cual Rodrigo y Karen, colaboran con Elizabeth en el trabajo de ilustración para sus textos, aparte del compartir técnicas y formas para realizar el trabajo cartonero. A su vez -y al igual que en las anteriores- se comparte un vínculo de difusión e información, ya sea de manera virtual o real.

En el caso de Karen, ha participado ilustrando el texto “Paralelo 33” de Flavia Krauss (brasileña) lanzado por la Joyita Editorial, y actualmente trabaja en un texto que próximamente lanzará esta editorial, de la autora Malú Urriola con su libro “Piedras rodantes”. Así mismo, está ilustrando un texto de la editorial cartonera de Brasil “Vento Norte”.

En general, todas las editoriales de este estudio han realizado el “Intercambio de libros cartoneros” en las ferias y encuentros en Santiago, el cual consiste en una instancia (casi siempre en la previa al cierre o finalización del evento) en la cual se genera un intercambio no-económico de libros, regalándose libros entre ellas para compartir técnicas, estilos y contenido literario que traspase fronteras.

La importancia de ese intercambio radica en, primero, general un vínculo más cercano entre las editoriales que lo realicen, y segundo, el conocimiento de fenómenos, autores y de realidades de otros países, que pueden ser muy diferentes o, en otros casos, parecida a nuestra realidad como país.

Finalmente, en la actualidad existe una organización entre editoriales que se llama “Cooperativa de Circulación Cartonera” (que nació en marzo de este año 2017)

en la cual participa la editorial Grullita, Hipérbole, Liz Ediciones, Efímera, Colectivo Anartistas, y el Colectivo Pulmari Ediciones, con el fin de “hacer circular los libros cartoneros” en instancias (como ferias u otras actividades) en las cuales no puedan participar todos sus miembros, es por eso que se pide tener un stock mínimo de cada título que haya lanzado la editorial, para que alguno de los miembros que participe en alguna instancia, los lleve en nombre de los otros, para venderlos y hacerlos circular. Lo cual se expresa como una estrategia comercial y social para vender y hacer conocida a la editorial que produzca los libros.

4.4.2. Realización de talleres y otras actividades sociales.

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“Aquí ha habido personas interesadas también en aprender a hacer sus propios libros de cartón, yo he enseñado a personas, he invitado a mi casa también a que aprendan, con la esperanza de que sirva como germen o semilla para que nazcan otras editoriales (...) Este taller de autoedición, tiene, eh, que se realizará el sábado, tiene, apunta a eso po, un taller que además tiene la línea de querer generar memoria colectiva, entonces las personas que van a asistir, sean partícipes de un proyecto en común, que cuenten sus experiencias, su relación a la bahía, por qué no desean el gasoducto, poder en realidad tener una voz, y que esa voz sea compartida con demás personas po.”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“(...) que estamos planificando algunos talleres como para -lo que te contaba el otro día-, como para compartir las herramientas, pero, pero bueno siempre creo que desde el discurso porque estamos haciendo una actividad que buscamos difundir algunas cosas, acercar alguna herramientas discursivas como el rescate patrimonial y todo, creo que la palabra es nuestra herramienta más allá de lo que podamos hacer materialmente, participar y hacer talleres gratis, eh, yo creo que tenemos más fe a la palabra ¿no? A lo que llevan los libros.”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“Hicimos talleres en Lampa, Lo Barnechea, estuvimos en La Granja, La Florida, hemos estado en Pte. Alto, en Peñalolén, en Santiago Centro, en Villarrica que estuvimos la otra vez. En recoleta hice, en San Miguel. Yo no cobro, no cobro por ninguna actividad, por ningún taller, no cobro por dar una charla, no cobro por exponer los libros cartoneros (...) ¿Cuál es el valor de las jornadas cartoneras? Para mí el tema de la colaboración, ya la producción y de que sacamos toda la cuestión,

pero para mí la red humana que se arma en las jornadas cartoneras es lo importante, es lo que transmite más allá (...) Son abiertas, no tienen ninguna restricción de ningún tipo.”

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“Yo creo que el taller permitió que, sobre todo un espacio de discusión (...) así como pa ser bien clasificador de categorías digamos el valor social sorprendentemente lo tuvo el taller, con el tema del adulto mayor y el valor cultural fue poner en discusión lo que fue la conciencia ecológica o conciencia general de lo que es vivir en la ciudad, respecto a la editorial en sí misma. [Tati: No hemos hecho otras cosas como editorial, solo los talleres. A mí me gustaría hacer uno de encuadernación, aunque no lo haría por la plata]” (Maximiliano Bolados, miembro actual de la editorial)

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“Nunca he hecho talleres, he hecho talleres de manera así muy sui generis, muy en la mía enseñándole a un segundo mío, a alguien más, así como por ejemplo a mi cuñada una vez le enseñé a hacerlo, y más que nada para ayudarla, para tener una justificación de ayudarla así “ya voy a hacer esto pa enseñarle lo que hago yo”, y la entretuvo y todo lo demás, pero finalmente, nunca he hecho, así como un taller, taller así de libro cartonero, claro nunca lo he hecho. Pal tiempo que llevo, igual yo encuentro que soy nuevo pa hacer, llevo poquito tiempo. (...) Yo siento que el artista, la persona que genera, el editor cartonero, el fanziner, el autor que entrega o que le regala su obra a la sociedad, está haciendo un mundo mejor cada vez.”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“Bueno como editorial, yo creo que el asunto de los talleres -tampoco hago talleres intensamente- pero me ha tocado en algunas ferias hacer talleres gratuitos que es como dar a conocer las técnicas de encuadernación o por ejemplo acá en Parque Bustamante con Loquita Cartonera hicimos el libro giratorio, y en ese aspecto es como mostrar a la gente que hay, como las posibilidades que hay de creación (...)

Se siente súper bien, de repente la gente valora mucho eso, pero pasa de todo con eso, de repente la gente ve un taller gratuito -como todo lo que pasa con lo gratuito- está un poco tergiversado porque a veces la gente piensa que es de menor valor, menor calidad (...)

Caso 7: La Joyita Editorial.

“Yo diría que en estos años que llevo haciendo clases, eh, ha sido interesante enseñarle a mujeres porque, porque así como les enseñé a hacer algo, hay algo que les pasa a las mujeres, así como cultural de que la mujer tiene un sitio secundario (...) en el taller tú te enfrentas tu frustración máxima, como la capacidad de sobreponerte a tu frustración, entonces la gente, hombres y mujeres, tú los vez que superan eso (...) Entonces socialmente es casi una terapia, pero, además, hay una cosa de hablar de cosas que no se hablan, por ejemplo, la poesía y el contexto de una obra (...) entonces hay un redescubrimiento del valor de las cosas que puedes hacer tú (...)”

Análisis Interpretativo de la información.

La mayoría de las editoriales de este estudio (como también otras) realizan talleres para dar a conocer el fenómeno cartonero y enseñar las técnicas, estilos, portadas, y trabajo en el cartón, cosa de poder generar instancias en que se generen más editoriales o que pueda hacerse un nombre en el aspecto editorial, cultural y social.

En el caso de la editorial Infracción, de momento ha participado en la realización de dos talleres en la Región de Concepción, ambos bajo el programa de “*Activa tu presente con memoria*” a cargo de la periodista y gestora cultural Alejandra Villarroel. En esa instancia se mezcló el trabajo cartonero de Pepito, junto al proyecto de DDHH, de Alejandra, generando una instancia de educación y difusión del programa. La primera sesión se hizo en el centro de Concepción, mientras que la segunda se hizo en las afueras, con una temática diferente, asociada a la demanda

de No al Gasoducto en la bahía de Concepción, expresando el impacto que ese proyecto tendría en las comunidades de la zona.

En el caso de la Grullita, han hecho talleres de encuadernación en su domicilio (donde está ubicado su taller) para enseñar las técnicas de encuadernación y el trabajo sobre el cartón. También -y como se mencionó anteriormente- la realización de talleres en la comuna de Puente Alto, para los niños, enseñando a trabajar el cartón, y con otras actividades como cuenta cuentos a cargo de Felipe Marilao, y actividades circenses con “Jano Payaso”. Esto generó un vínculo institucional y la creación de una estantería de libros cartoneros en la Biblioniños de Puente Alto.

En el caso de Olga, ha realizado talleres, charlas y conferencias en distintos escenarios de la capital y fuera de ella, enseñando el fenómeno cartonero y a elaborar los libros de cartón. Sin embargo, uno de los aspectos que más se resalta, es la realización de las Jornadas Cartoneras -como se mencionó anteriormente- se da una asociación y retribución entre los asistentes y su editorial, donde la gente aprende a hacer tapas o coser para Olga, mientras que la gente se va con un aprendizaje nuevo y alternativo.

En el caso de Hipérbole, han realizado talleres donde relacionan las dos vertientes o dimensiones que caracterizan el discurso y las motivaciones que tienen, la poesía y el medioambiente. Bajo ese mismo nombre, se han realizado varios talleres que han terminado en libro cartoneros lanzados por ellos mismos. Se denota la valorización del poder haber trabajado con adultos mayores (por las distintas problemáticas que los afectan en nuestra sociedad, principalmente referido al tema de las jubilaciones y el abandono) y también resaltar la temática del medioambiente mediante la preservación y el cuidado, trabajando, por ejemplo, el cartón mediante su reutilización.

En el caso de Karen, aparte del taller que realizó junto a Loquita Cartonera, ha hecho talleres en las ferias o encuentros cartoneros enseñando las técnicas de encuadernación. A su vez, realizó un taller en el colegio República de Panamá junto a Victoria de Colectivo Anartistas, ubicado en pleno Barrio Yungay con apoyo de la

Biblioteca de Santiago en el marco del encuentro cartonero organizado por ellos, con dinámicas para los niños de realizar inventos (que pudiesen existir o no) y su ayuda con el medioambiente.

En el caso de Joyita, ha realizado talleres en su domicilio (donde está su taller) enseñando la técnica cartonera, además, ha participado en la Vega, con los talleres que se hacen en su biblioteca popular.

Uno de los aspectos esenciales de este apartado -y que se vio reflejado en la mayoría de los casos- es la valorización de los talleres gratuitos. En ese sentido, muchas veces las editoriales cartoneras han aportado completamente el material y las herramientas que se utilizarán para hacer las clases, pero hay desinterés reflejado en el término “gratuito”, como si fuera algo de baja o mala calidad, lo cual ha llevado a que, en muchos casos, se cobre al menos para recuperar lo que utilizará, a modo de aporte comunitario.

4.4.3. Vínculos y relaciones con organismos e instituciones

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“Sí, creo que va a ser la respuesta más corta, No. En realidad, eh yo no tengo mayor relación con la institucionalidad de la Universidad de Concepción, al menos por el lado de la editorial, aquí la gestión que se hizo, la hizo una chica que se llama, Alejandra Villarroel que es periodista (...) Disculpa, hay un vínculo en realidad que es con una sola institución, que nosotros como editorial cartonera, editamos un libro de cuentos que saca, que intenta instaurar ciertos principios en la sociedad que son: Laicismo, libre examen, la fraternidad, la tolerancia y la solidaridad social, esta institución es la “Fraternidad Juvenil Alfa Pi Épsilon (APE)” y claro ellos nos han encargado editar libros de cuentos de ellos, y más allá de eso, no hay relación con otra institución, y bueno es una relación que igual no es formal, es más que nada, eh, cordial, fraternal.”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera

“Nosotros tenemos mucha relación con la biblioteca de Santiago, con las otras no (...) bueno hemos ido, hemos tenido las ganas de dejar unos libros en la vega, la bibliovega, y no lo hemos hecho todavía que eso es un pendiente, pero bueno por cuestiones eh, burocráticas, tenemos más relación con la biblioteca de Santiago y la de Providencia, porque son las que nos abren los espacios. Era el café literario, pero ahora es una biblioteca, es como que cambió el giro, y con esa tenemos más relación y ahora estamos, bueno estamos empezando a tener relación con la Biblioniños de Puente Alto (...)”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera

“Con las librerías -vuelvo al tema- como no vendo, no me interesa estar en ninguna librería... Y el tema de las bibliotecas, como nosotros llegamos al sistema de bibliotecas de providencia, llegamos de casualidad, de rebote por una actividad que

hizo una cartonera primero y de ahí salió el tema de hacer las ferias el año 2016 de hacerlas una vez al mes, y las de este año vamos a hacer una, pero porque no nos da abasto como organismo, todas, no tenemos tiempo, ni ánimo, ni ganas, pa estar una vez al mes porque no damos la producción pa estar ¿cachay? Entonces mi relación con providencia funciona en base a -o sea todas mis relaciones en general- a las ganas, al ánimo, a la buena onda.”

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones

“Privados no, ah también, el Joaquín los contactaron de una cosa que se llama proyecto trama, que estaba ahí en Matucana 100 y justo lo pillamos cuando estaba muriendo ese proyecto, entonces fue más como una junta informativo donde nos dieron un cuadernito de orientación para una autogestión (...) Ah, también nos contactan de colegios hartos, para hacer talleres, pero nunca, era difícil coordinar los tiempos, porque generalmente te piden (sobre todo en estas fechas que es el mes del libro) actividades en colegios por el día del libro, que vayamos a compartir o que vayamos a enseñar algo, pero la invitación siempre está si es cosa de que un día digamos: “ya”.”

Caso 5: Editorial Cayó La Teja

“Se ha dado la chance, yo diría que si se ha dado pero el tema de mi trabajo me chupa el horario, entonces al final, ese es mi gran tema, yo trabajo en esto de hacer rutas, no tengo un horario establecido, entonces me puedo organizar y programar cosas, pero no sé si el día de mañana voy a poder cumplir o no, por eso mi tema de frenarme a comprometerme a cosas, porque no me gusta quedar mal.”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera

“Es que me han pedido, como esos trabajos que hice de las cartas, y más particulares en los libros, tampoco se han llegado a concretar grandes proyectos. (...) Dentro de lo que se hizo en el encuentro del año pasado, en Matucana, se quería hacer como una extensión cultural dentro de la comuna de Santiago -también podía

ser en otros lugares- y junto con Victoria [Colectivo Anartistas] fuimos al colegio República de Panamá que queda en el barrio Yungay (...)”

Caso 7: La Joyita Editorial

“Ehm, o sea, así como trabajamos con ésta [Café Literario Parque Bustamante], trabajamos con la gente de la Biblioteca de Santiago, la gente de la Biblioteca Nacional también nos ofrece ayuda, la bibliovega, internacional hay un centro de estudios iberoamericano, que es una cuestión independiente de la Universidad de Edimburgo y ellos nos pagan el vino de honor, entonces ese tipo de cosas, la municipalidad de Provi, la de Santiago. Eh, mira instituto nacional o escuelas, mira fuimos a una escuela que queda en San Bernardo y fuimos como a hablar (...)”

Análisis interpretativo de la información.

Como se ha visto a lo largo de este análisis, las relaciones institucionales se dan de mayor forma como una forma comercial para vender y difundir los libros en los espacios que tengan o dispongan los organismos en cuestión.

Anteriormente vimos que el principal vínculo que se establece con organismos o instituciones del Estado, son con la Biblioteca de Santiago y con el Café Literario del Parque Bustamante, donde el primero, ha servido para conectar a las Editoriales Cartoneras, de Chile en primera instancia, y extranjeras en segunda. Con el principal motivo de dar a conocer el fenómeno y fomentar el consumo de libros, la compra y la lectura en este nuevo formato, alternativo y artesanal. Es por esto que se han hecho “Encuentros” nacionales e internacionales de este tipo de editoriales, con el principal atractivo de disponer stands (toldos y mesas) con formato de feria de libros, con todas las editoriales que participan del evento. Allí se generan dinámicas de venta de libros, exposiciones de nuevos títulos, presentaciones, intercambio de libros y donaciones para la biblioteca, entre otras. Donde en cada ocasión ha crecido el número de editoriales participantes.

En el caso del segundo, el Café Literario del Parque Bustamante en la comuna de Providencia, ha generado una asociatividad directa con la Municipalidad de Santiago, quienes han realizado “ferias cartoneras” con el mismo formato que la anterior, pero sólo con editoriales de Chile (principalmente de la Región Metropolitana), sirviendo como exposición de libros, creación de un catálogo y presentaciones.

Otras bibliotecas que han generado vínculos con las editoriales cartoneras mediante la realización de talleres, lanzamiento y donaciones de libros, son la BiblioVega (biblioteca popular de la Vega) y Bibli Niños de Puente Alto, con la participación de editoriales como Joyita y Grullita, respectivamente.

En los casos de Infracción Ediciones y Efímera Cartonera se han dado relaciones con otros organismos institucionales, donde el primero, ha generado una asociatividad parcial con la U. de Concepción, mediante la realización de uno de los dos talleres de “activa tu presente con memoria” realizado en el centro de la ciudad, (específicamente en un salón que le pertenece a la institución) a cargo de Alejandra Villarroel -como se mencionó en el análisis anterior-. Y también con la fraternidad APE, quienes le encargaron libros para difundir su visión sobre la fraternidad y la solidaridad.

Mientras que, en el caso de la segunda, Efímera, (aparte de generar los vínculos con las bibliotecas), ha participado en el ámbito educacional, enseñando en colegios sobre el trabajo editorial y el formato cartonero.

A grandes rasgos, se puede decir que las editoriales en Chile tienen una asociatividad más cercana e inmediata con organismos o instituciones que están ligadas al tema de los libros y la difusión de la literatura, como lo son el sistema de bibliotecas, librerías, y colegios, mientras que no se ha dado hasta el momento (al menos en estas editoriales estudiadas) una asociatividad con otros organismos o instituciones (como para generar proyectos culturales, intervenciones sociales, etc.) aparte de las mencionadas anteriormente, no obstante, es un fenómeno que se abre a distintos escenarios y que busca difundir el formato en los distintos espacios que se

encuentren, por ejemplo, actualmente la participación en FLIA (ferias del libro independiente y autogestionado) por parte de la Cooperativa de Circulación Cartonera en la Universidad Católica Silva Henríquez y la Universidad Santo Tomás, para vender los libros junto a otros tipos de editoriales.

4.5. Discursos y críticas de las editoriales cartoneras.

Dentro de este apartado se analiza todo el proceso discursivo y crítico que emana de las editoriales cartoneras, en relación con los tipos y temáticas de sus publicaciones literarias.

4.5.1. Principales discursos y mensajes difundidos.

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“Mira eh, yo creo que lo voy a resumir a la anti-tesis de una frase que, lamentablemente está muy incorporada en las personas y es que “así es la vida”, el así es la vida es una frase de resignación tremenda (...) “ah, hay mucha injusticia, desigualdad, desequidad, etc., ah, pero es que así es la vida, hay que aceptarlo nomás po” hay agachar la cabeza y tener una vida convencional resignarse a la explotación, al maltrato a la competitividad, porque así es la vida. (...) Eh, yo creo que el mensaje finalmente es un mensaje de que “no es así la vida”, no es así o puede no ser así en realidad, es mostrar que hay distintas realidades, que hay distintos caminos, distintas opciones, y que en realidad es posible generar transformaciones (...)”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“Yo creo que en nuestro caso como que -no es por ser ñoño- pero nosotros militamos el amor, o sea desde la hermandad, desde, como que creo que es nuestro eje político es el amor [risas] desde la primera el lanzamiento, decíamos esto se hace con amor, sale rico ¿por qué sale bien? Porque está hecho con amor, y yo creo que hace mucho no decimos eso, pero seguimos siendo conscientes de que es lo que militamos también, porque todos tenemos eso en común, generar una empatía como generar una aprehensión, y es una comprensión de todas las voces, entonces.”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“Yo creo que cualquiera puede publicar, de cualquier formato. Que obviamente las editoriales grandes, cuesta más o es diferente, unas llaman a concurso y otras publican solo a autores consagrados, pero existe la opción de publicar, o sea la auto-publicación no necesariamente en formato cartonero. (...) El IVA, reducir el IVA, el 19% de los libros para mi gusto no soluciona el problema de la lectura, nuestro tema pa mi gusto es fomentar y ni siquiera el hábito -porque tiene una concepción como de obligación- es el gusto por la lectura.”

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“(...) nosotros hacemos tirajes cortos, porque es consciente, hacemos el tiraje que corresponde para la cantidad de gente que realmente va a hacer uso del libro, entendido como que lo va a leer, o releer o lo va a regalar y se va a ir a alguna parte o estar en alguna casa y no mi casa, o la casa del manufacturador (...) y también esto del medioambiente, por eso hicimos el taller de “poesía y medioambiente”, esto de poder vivir en armonía con nuestro entorno, independiente que sea nuestra ciudad, o sea un sector rural (...)”

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“Sí, ponte tú, el tema de espacios culturales o de espacios públicos (...) ¿por qué no darle ese espacio a la gente pa que haga cultura ahí?... eso es valorar el contenido de su país, eso es valorar a la persona, al ser humano porque genera algo para su país, y qué mejor que ser embajador de tu país por ¿cachay o no? Yo siento que lamentablemente en Chile todo se asocia al tema económico y que lamentablemente siento que esto va un poco más allá. (...) Yo siento que la cultura debiese ser la embajadora del mundo y es la gran deuda que tiene esta sociedad y las futuras sociedades (...)”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“(...) Sobre todo, publicar con editoriales independientes porque están tratando de autosustentar, no tienen mayor ganancia, entonces ahí sí a lo mejor la torta está mal repartida, pero el asunto es que la gente tiene que comprar libros

¿cachay? Que compren los adictos, y que paguen igual siempre alegan por el impuesto al libro, pero de verdad, o sea yo trabajo en una confitería y la gente no alega por el impuesto a los cigarros, el libro te hace bien, te abre la mente, te acompaña. (...) Que a la gente a veces le hacen un poco más de ruido, pero no sé yo encuentro que a veces la gente se queja nomás, porque igual cuando suben 100 pesos los cigarros 2 veces al año la gente los compra (...)

Caso 7: La Joyita Editorial.

“Ahora todo es un negocio, ahora es super triste, o sea yo creo que más que hagan miles de libros, sino que tiene que ver con (...) como todos quieren hacer un negocio, lo que están haciendo es cumplir con lo que dice la normativa (...) Hay un montón de libros que están siendo censurados, porque hay un montón de convenciones sociales aquí en Chile y es en que realidad no es que sea en Chile, hay gente que está en los organismos que está diciendo que es lo que hay que leer y que no hay que leer, y la industria está haciendo lo que quieren esos gallos, entonces está bien, no me importa que hagan negocios de los libros, que sea industrial, porque quizá son más baratos o quizás no, no sé, pero lo que está, el contenido de esa cuestión es plano, es estándar, es fácil (...)”

Análisis Interpretativo de la información.

Así como se puede ver la diferencia en aspectos como las motivaciones, objetivos, tipos de publicaciones y formas de trabajo, en el aspecto discursivo o lo que desean proyectar como editorial, es igual de diverso y no necesariamente se refleja en las temáticas publicadas por las editoriales cartoneras.

En primera instancia, la editorial de Pepito genera un discurso asociado al cambio de las formas de trabajo “formales” (debido a su trabajo en librerías o editoriales tradicionales) y que las cosas “no pueden cambiar”. Eso se proyecta en lo que refleja como editorial y la línea política que propaga con ella. Así mismo, la realización de talleres para demostrar que existen formas diferentes (por ejemplo,

para hacer libros, para publicar o autopublicarse, para la autogestión) y que se puede transformar la realidad que viven las personas.

En segunda instancia, la editorial Grullita genera una relación entre su discurso con su línea editorial y lo que han publicado hasta el momento, con la difusión y el dar a conocer realidades que, posiblemente, no puedan ser conocidas de otra forma. Las publicaciones sobre las fronteras (sexuales, sociales, culturales, físicas) con su primer lanzamiento reflejaba la importancia de reconocer las otras miradas, otras realidades, como también con su publicación y futuras publicaciones de temas patrimoniales y étnicos, como los Mapurbe. No obstante, la línea política no les ha impedido publicar otras temáticas como los libros de poesía y los de fotografía (que, de igual forma, mantienen el elemento político de trasfondo).

La editorial de Olga persigue la publicación de temáticas nuevas (lo cual se puede ver explícita o implícitamente en las demás editoriales), que puedan ser excluidas del escenario dominante o hegemónico de publicaciones en la industria editorial, textos de éxito asegurado. Como también, generar distintas instancias para promover la literatura y la lectura.

Todo lo anterior se ve reflejado en la línea editorial y las publicaciones que ha realizado, que ofrecen una visión diferente que no necesariamente sigue su interés personal sobre el romanticismo y la poesía.

En el caso de la editorial de Hipérbole, hay una relación completa y casi total de lo que buscan promover como editorial bajo la línea de la poesía y del medioambiente, con una crítica sobre el modo de producción industrial y su impacto en los recursos naturales, en este caso, los árboles. A su vez, la idea de la circulación de los libros, en los cuales los libros puedan tener distintos alcances y no sean almacenados en una bodega.

Lo anterior no ha impedido tampoco que esta editorial promueva otros tipos de publicaciones como los textos de terror, románticos y narrativa realista.

La editorial de Cayó La Teja, promueve un discurso asociado a la autosuperación, la vida cotidiana y las relaciones interpersonales. En este sentido, la mayoría de sus publicaciones en ese sentido, son mediante el “cartoneo” de fanzines y de comics con “tips” y consejos. A su vez, la revalorización de los espacios públicos para realizar actividades culturales y sociales. Que podría alcanzar espacios más representativos de la sociedad chilena, donde se realicen distintas actividades sociales, en las que “la cartonera” pueda estar incluida. No obstante -y al igual que las anteriores- sus motivaciones y objetivos no han impedido que se publique otro tipo de títulos, como los relacionados con la desobediencia de las normas y la decadencia de la sociedad.

En el caso de Efímera, se expresa una relación entre su apreciación del medioambiente y el reciclaje con las publicaciones que ha realizado. No obstante, otro de los aspectos que busca difundir es el fomento de la lectura y el gusto de ella, donde expresa que el IVA no solucionaría aquellos problemas, que más bien, pueden tener su razón en aspectos socioeconómicos más que en el porcentaje del impuesto.

Finalmente, Joyita realiza una relación casi total de la línea editorial que tiene y los títulos que ha lanzado, sobre todo referidos al tema político de la dictadura y el exilio. Mucha relación tiene el dar a conocer textos que puedan ser excluidos o censurados del círculo editorial formal, lo cual impide que muchos de los textos puedan estar al alcance del ciudadano común.

El reciclaje también es uno de los elementos que componen la lógica de las editoriales cartoneras en su discurso y críticas, debido a su trabajo con la reutilización del cartón para elaborar libros. Bajo esta lógica, se puede ver que en todas las editoriales se comparte la idea del reciclaje como un valor que posiblemente no pueda lograr un cambio a gran escala, pero transmite un mensaje sobre el uso de materiales destinados a la basura, y que con el sólo hecho de realizar un libro con soporte en un material desecho, genera un cambio en la visión de una persona sobre este material y otros.

También, está la búsqueda de reciclar lo que más se pueda en todos los aspectos productivos que atraviesa el libro, generalmente en la elaboración misma, donde se pueden utilizar técnicas que reciclen material de otro tipo y no solo cartón, como con el collage, por ejemplo. O con la compra o utilización de papeles reciclados.

El reciclaje también se refleja en algunos casos como los libros que hablen sobre el medioambiente y el impacto que provoca el ser humano en él, referido a distintas actividades extractivas que se realizan, en los diferentes ecosistemas como también el testeado de productos en animales.

4.5.2. Producción industrial de libros.

Análisis descriptivo de la información.

Caso 1: Editorial Infracción Ediciones.

“En realidad, verlo mal a priori quizá no, igual se entiende que responde a otras necesidades, apunta a otras cosas, yo creo que la producción industrial o masificada de libros, no tendría por qué tener nada de malo, lo malo es cuando se hace bajo estos mismos paradigmas que te mencionaba, la competitividad, el denostar al otro, el ganarles a las otras personas, ahí es cuando empieza a ser malo esto. (...) uno nota en la discursividad que tienen, que lo ven como un negocio y se pierde el espíritu literario que debiese primar en este tipo de trabajos.”

Caso 2: Editorial La Grullita Cartonera.

“Terminan transformando en mercancía, eh la transmisión de saberes, la, el placer, muchas cosas. De la misma manera que se politiza y mercantiliza la salud, la educación, yo creo que es igual de grave esto, porque es verdad, un libro era un objeto lúdico, un objeto de aprendizaje, un objeto de diseño, muchas cosas, y ahora es mercancía, entonces te encontrás con paralelismo de estilos, de contenido, de muchas cosas y terminan como no sé, alimentándose ciertos estereotipos que son un tanto vacíos (...) Pero claro como que lo único que teníamos que comprar las mujeres eran libros de cocina, libros de autoayuda, libros de manualidades, y por qué no me sacás un libro de Foucault así ¿me entendés?, así como en primera plana.”

Caso 3: Editorial Olga Cartonera.

“El tema industrializado, que las grandes hagan lo suyo, o sea yo no soy competencia de las grandes, no soy competencia de ediciones B de zeta, tampoco soy competencia de las independientes (...) Yo creo que nosotros no debiéramos ser competencia, debiéramos complementarnos, yo no critico a las grande, hay editoriales que sí. El mercado es y existe y está, que pena, o que buena, y yo no puedo luchar para eso, no puedo luchar con Planeta y no quiero ser mejor que

Planeta, pero soy un complemento a Planeta, y la gente que no quiere leer planeta y me quiere leer a mí, pero yo creo que hay universo para todo po, que hay publico pa todo.”

Caso 4: Editorial Hipérbole Ediciones.

“Bueno, yo creo que ese es el tema que más sacamos a relucir, del principio, esto de que las editoriales grandes hagan miles, miles, miles de libros, generalmente tampoco son los mejores libros y hacen uso de recurso como el papel que todos sabemos sale de los árboles, y resulta que el libro que hicieron terminan en la bodega (...)”

Caso 5: Editorial Cayó La Teja.

“Mi visión acerca de las editoriales gigantes, gigantormes, las más grandes no sé, eh, es que, por lo menos en Chile siento yo, les beneficia totalmente el tema del IVA, 1, que es una cuestión de gobierno -bueno no de gobierno, de país en realidad porque esto es una cuestión que se arrastra de años- y 2, el tema de que no se valora el trabajo del autor, yo siento que el negocio da para que incluso, más diría yo, ojo, 50-50 (...) Entonces en el caso de los cartoneros, eh, todo lo contrario, nosotros ensalzamos al autor, queremos que el autor brille (...)”

Caso 6: Editorial Efímera Cartonera.

“No, sobre los libros tradicionales, industrializados, no, opino súper bien, conozco hartito como el mundo editorial que se está dando ahora en Santiago y que está bien productivo (...) o sea siempre que se publique algo yo creo que está súper bueno, sea un fanzine, una hojita, un boletín, porque es como transmisión, yo creo que eso es lo bueno porque estamos transmitiendo ideas, estamos haciendo un diálogo entre ciudadanos (...) un libro que también pueda generar una reacción, un diálogo, me parece súper bueno, ahora igual hay otros temas sobre impuestos ¿cachay? (...)”

Caso 7: La Joyita Editorial.

“Entonces el problema, el tema de la industria es que son planos, quieren hacer su negocio, pero no hay una cabeza crítica de esto, porque quieren hacer negocio, entonces eso pasa un poco, entonces ¿quién se arriesga? Algunos editoriales independientes-independientes [risas] que no son las, porque hay independientes que reciben fondos de otros países (...) pero ¿qué pasa con los otros? ¿cachay? Si nadie les va a comprar sus libros tienen que luchar, eso es lo que me parece.”

Análisis Interpretativo de la información.

En este apartado se pueden ver dos vertientes respecto a la producción industrial de los libros, una que lo “acepta” (o visto con indiferencia) y otra que lo rechaza.

En primer lugar, editoriales como Infracción Ediciones, Olga Cartonera, Efímera Cartonera aceptan o se muestran indiferentes a la producción industrial, pero con algunas variaciones respecto a su realización. Por ejemplo, Pepito expresa que no se puede ver mal *a priori*, sino que se torna negativo cuando funciona bajo parámetros individualistas y de competitividad, impactando a otras formas de editorial, perdiéndose el espíritu literario y la valorización de los autores.

Mientras que Olga, ve el escenario como un complemento de distintas formas de producción, donde la cartonera no puede entrar a competir con las grandes, ni entre ellas, ni con las independientes. Eso genera que haya un público que busque diferentes cosas, las que no encuentre en editoriales tradicionales, pueda hallarlo en independientes o cartoneras, y viceversa.

Finalmente, Karen, considera buena la bibliodiversidad, que se puedan encontrar distintos temas en el escenario de las industrias creativas, donde se encuentren todos los tipos de editoriales. La transmisión de ideas, saberes y conocimientos se logra gracias a la diversidad de temas que se puedan leer y contar.

No obstante, recalca el tema del impuesto a los libros y que encarece el producto final.

La otra vertiente se aprecia como más crítica respecto a la industria del libro en su lógica mercantil como lo expresa Grullita, Hipérbole y Joyita, donde se puede entender que el libro ha tomado la forma de mercancía, la propagación de estereotipos, por ejemplo, en las fechas importantes o que se venda lo que está de moda. Por ejemplo, Tania, nos entrega su visión desde su inmersión en editoriales tradicionales, con el día de la madre o de la mujer, donde se venden libros que propagan el estereotipo de la mujer que cocina, que es buena para manualidades, y no una mujer crítica o que pueda leer filosofía.

Así mismo, Joyita nos entrega una visión sobre el riesgo que toman las independientes para publicar temas que posiblemente no les puedan generar alguna ganancia o, al menos, recuperar lo invertido.

La editorial Cayó La Teja, pone en la palestra un tema interesante respecto a la valorización del autor, y se puede ver en general como una opinión compartida de las editoriales. Respecto a la ganancia que tenga un autor bajo el sistema tradicional o predominante en la industria del libro. En este sentido, le otorga valor al fenómeno cartonero por intentar dar a conocer autores emergentes, o autores que puedan ser olvidados, o con temáticas antiguas, y que aún puedan ser vigente en la sociedad actual.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES

5.1. Resultados de la investigación

El fenómeno de las editoriales cartoneras se constituye como un nuevo actor social, cultural, económico y político que se ha masificado por el mundo después de sus orígenes en el barrio de La Boca, Buenos Aires, Argentina. Con la creación de Eloísa Cartonera por Washington Cucurto, Javier Barilaro y Fernanda Laguna, que produjo un quiebre en la escena de la producción de libros, con una alternativa artesanal, autogestionada, independiente y popular. Creando puestos de trabajo y promoviendo la lectura (y acceso fácil y económico a ella) mediante los libros cartoneros, generando una asociación permanente con trabajadores de la recolección de cartón, comprándoles su materia primera por un precio mayor al que le ofrece la industria o las empresas. Para solventar los problemas de la crisis y ayudar a personas que tuvieron un gran impacto debido a eso.

Ahora bien, sin duda alguna, Eloísa sentó un precedente, un antes y un después, dentro de la producción literaria, publicando autores de renombre que ceden sus derechos (o liberan el copyright, transformándolo en copyleft) y escritores emergentes con temáticas muy diferentes a las que se publican masivamente por las industrias.

Sin embargo, pese a que podemos ver un modelo o patrón que inició Eloísa, respecto a temas como la creación de fuentes de trabajo cooperativo/colaborativo, la asociación con trabajadores de la recolección de cartón, reciclaje y reutilización del cartón, las demás editoriales que nacieron, responden a realidad y contextos diferentes, lo cual se refleja en su trabajo, sus publicaciones, sus asociaciones y su motivaciones y objetivos para llevar a cabo el trabajo editorial y cartonero.

En el caso de nuestro país, nosotros no sufrimos una crisis y el impacto de ella en la población, que hiciera surgir a las editoriales o darles ese sentido de ayuda para superarla, pero sí, hereda de manera directa o indirecta, alguno de los patrones mencionados anteriormente como la reutilización del cartón, reciclaje, trabajo

cooperativo, y la publicación de autores emergentes o de renombre (mediante el *copyleft*).

Sin lugar a dudas, existen muchas editoriales cartoneras en Chile desde el nacimiento de la primera en el año 2005, Animita Cartonera, quienes realizaban un trabajo social con dueñas de casa y jóvenes en riesgo social, en sus comienzos.

A la actualidad hay editoriales que trabajan en “sectores marginados”, llevan el trabajo cartonero a cárceles, o bien, tienen una producción mayor, con un tiraje a mediana escala, asemejándose a la producción que podría tener, por ejemplo, una editorial independiente consagrada.

Para este estudio se tomó una muestra de siete editoriales que reflejan la variedad de formas de producción, técnicas utilizadas para trabajar el cartón y que responden a realidad completamente diferentes (o en algunos casos, similares) a nivel discursivo, productivo, y social.

Es por esto que la estructura que se utilizó para esta investigación y el tipo de análisis previo a estas conclusiones, responde una caracterización y descripción general de distintas etapas o fases que atraviesa la producción del libro a nivel formato y contenido, como también a relaciones y vínculos sociales, o capital social, entre ellas (nacionales y extranjeras) como con otros actores externos a las editoriales, y los discursos o mensajes que buscan transmitir mediante los libros o mediante su propia enunciación. Todo ello sirvió para buscar y describir las semejanzas, diferencias y compararlas para encontrar patrones en común y entender las razones de esos aspectos.

La primera categoría de análisis que se utilizó responde a conocer los orígenes y los contextos que generaron o crearon a las siete editoriales de este estudio, a modo de conocer cuáles fueron las razones que la fundaron o permitieron crearla. Allí se pueden encontrar factores como la autopublicación, autogestión, la relación o el trabajo con otras editoriales, conocimiento del fenómeno de manera

virtual, como también, la participación en talleres que editoriales extintas como Calafate, o editoriales que aún se mantienen vigentes como Opalina.

La segunda categoría de análisis que se utilizó responde a conocer las principales motivaciones, expectativas y objetivos que tuvieron y tienen desde su nacimiento hasta la actualidad, para conocer cuáles son las razones que los mantienen vigentes en la producción de libros cartoneros a diversa escala. En este sentido, podemos encontrar aspectos en común como dar a conocer y difundir el fenómeno cartonero a la sociedad, publicación de contenidos críticos y discursivos de distinta índole, la realización de talleres y enseñar el trabajo (en encuadernación y de autopublicación) para que surjan más editoriales o simplemente, para hacerse un lugar dentro del proceso creativo a nivel editorial.

Una tercera categoría de análisis que se utilizó para esta investigación es el apartado de la producción o manufacturación de libros cartoneros, referido principalmente a su acceso a la materia prima del cartón, las herramientas que se usan en sus distintas fases y la magnitud o escala de producción. Allí se pueden encontrar aspectos en común como la recolección propia del cartón en las calles o lugares de trabajo, y el trabajo artesanal apoyado por algunas herramientas más sofisticadas como impresoras, y programas de edición. Pero todo lo demás responde a un trabajo completamente hecho a mano, con un tiraje que -en general- va desde los 10 a los 75 libros por edición.

La cuarta categoría de análisis responde a las etapas que atraviesa la producción de libros de manera general, donde se pueden encontrar aspectos como las relaciones con los escritores (o fotógrafos) hasta el producto final del libro, permitiéndoles participar de los procesos. La manufacturación de libros con distintos tipos de encuadernación (principalmente la simple, tradicional y japonesa) y otras más experimentales.

Una quinta categoría de análisis tiene que ver con los diseños de las portadas, la cual es sin duda alguna, uno de los aspectos más llamativos e interesantes de ver dentro de la producción de libros cartoneros. En general, se pueden encontrar

diseños de portada que tienen relación con el contenido literario que se está publicando. Y en su mayoría, se utilizan técnicas como el collage, estencil y la pintura y dibujo a mano. No obstante, hay muchas otras formas experimentales que embellecen el trabajo sobre el cartón, por ejemplo “el sacado de capas” y el uso de micas que van pegada a un segmento del libro que fue cortado (generalmente en el centro).

Una sexta categoría de análisis responde a la distribución o difusión de los libros cartoneros en distintos escenarios o canales. Allí nos podemos encontrar con aspectos en común, como la relación o vínculos institucionales con la municipalidad de Providencia (y su Café Literario) mediante las ferias cartoneras, y el que se establece como el principal vínculo institucional para la distribución, la Biblioteca de Santiago (quien organiza el encuentro internacional). Sin embargo, otros aspectos similares fueron la realización de lanzamientos o presentaciones de libros y subirlos en formato digital y liberado a plataformas de internet como ISSUU.

Una séptima categoría de análisis responde a la compra de los libros cartoneros en los escenarios enunciados anteriormente, donde se da un aspecto en común como la relación de difusión y de conocimiento más que de “venta de producto” donde se establece una relación entre editorial-consumidor (o lector) que incluso puede llevar a que las editoriales regalen los libros. Así mismo, una similitud en los precios que ponen para cada libro que generalmente se establece entre los rangos de los dos mil a cinco mil pesos, mientras que libros más elaborados pueden alcanzar los cinco mil a diez mil pesos (principalmente los libros fotográficos)

La octava categoría de análisis remite a las relaciones o vínculos, capital social, que se establece entre las editoriales cartoneras (extranjeras o nacionales) y vínculos o dinámicas con editoriales de otro tipo. En general, se da la asociación para lanzar libros, trabajo colaborativo y un interesante fenómeno de intercambio de libros, donde cada una le regala a otra en las instancia o eventos cartoneros. Finalmente, la fundación de una cooperativa de circulación para vender los libros.

Una novena categoría de análisis responde a la realización de talleres cartoneros para difundir y enseñar técnicas de encuadernación. Allí se dan dinámicas de trabajo comunitario, que posteriormente puede terminar en un lanzamiento de un libro, o simplemente en el aprendizaje de técnicas y de difusión del fenómeno cartonero, que, en algunos casos, ha terminado con la fundación de nuevas editoriales o el perfeccionamiento de algunas ya establecidas.

Las últimas tres categorías de análisis hacen referencia a los discursos o críticas que emanan de las editoriales respecto a distintas temáticas contraculturales, de reciclaje y medioambiente, como también de la valorización de los libros y los escritores. No obstante, no se puede encontrar un discurso unificado entre estos siete casos, sino que se enuncian de manera diferente y que responden a los objetivos y motivaciones que tienen en torno a su trabajo editorial

La realización de este tipo de análisis, y con esa estructura, permitió conocer a fondo a las editoriales cartoneras, en base a distintos elementos que componen su lógica, para compararlas y buscar sus diferencias y semejanzas en torno a su producción de libros, sus relaciones sociales y vínculos institucionales, discursos y críticas, como también la definición de un proceso creativo que es contrario a la lógica hegemónica que domina el espacio editorial.

5.2. Conclusiones generales

A partir de lo expresado anteriormente en el análisis y sus resultados, es necesario generar una respuesta a la pregunta de investigación de esta tesis, la cual será dividida en cuatro para entender de manera aislada y particular, los principales aspectos que componen a las editoriales cartonera en Chile. De los cuales se puede decir que son muy variados, pero que expresan muchas semejanzas o puntos en común.

5.2.1. La producción de libros cartoneros.

Es posible considerar que la producción de libros por parte de las editoriales cartoneras es completamente artesanal, pese a que pueda ser ayudado por otras

maquinarias o herramientas que no necesariamente son artesanales, como es el caso de las impresiones o diagramaciones (ediciones) que se aprecia como una etapa semi-automática, pero todo el resto del proceso, se realiza por las propias manos de los dueños o directores, a veces con ayuda de personas externas a ellas.

En primera instancia, existe una relación con los autores que se deseen publicar (en los casos de escritores emergentes, ya que con los artistas de renombres no se da una relación más allá de la liberación de los textos) donde los invitan a participar de todo el proceso, incluso invitándolos a confeccionar tapas o portadas en algunos casos. Este vínculo entre editor-escritor, permite generar un quiebre en la dinámica que se puede dar con otros tipos de editoriales, donde en primera instancia, es difícil para un escritor que logren publicar sus libros, o bien, no tienen los recursos para pagar o lograr ser publicado por otras editoriales (sin incluir a las independientes o micro-editoriales, quienes sí toman el riesgo de publicar a escritores diferentes), y, además, no se genera una participación más allá de entregar el texto.

Mientras que, en el caso de las editoriales cartoneras, se hace una invitación constante al escritor a participar, corregir y dar los comentarios finales sobre el libro previo a su lanzamiento, donde incluso pueden participar leyendo o dando discursos respecto al libro y al fenómeno cartonero, dentro del evento de presentación.

En segunda instancia, la producción de libros que se genera es a baja escala o “escala humana” como le llaman algunas editoriales, donde los tirajes no superan los 75 libros por edición (como es el caso de Olga Cartonera), 50 (como es el caso de Joyita) y entre los 5 a 20 (como es el caso del resto de las editoriales de este estudio), donde la mayoría hace segundas o terceras ediciones.

En relación con el trabajo gráfico o manufacturador del libro, se pueden encontrar diferentes técnicas de encuadernación de los libros (donde se produce el cocido y el pegado para tener el producto terminado) donde predominan los estilos simples o tradicionales, y japonés, mientras que en algunos casos se dan diseños más experimentales (principalmente la editorial Efímera y Cayó La Teja). Mientras

que las portadas son el aspecto más llamativo de todo el proceso, donde se generan diseños variados de estilos como collage, estencil, pintura a oleo o tempera, pero con la característica de resaltar el cartón como actor principal de este fenómeno.

La distribución y compra de los libros cartoneros generalmente se da en espacios literarios como lanzamientos en librerías, bibliotecas, cafés literarios, o ferias y encuentros cartoneros de distinto tipo (incluso en ferias no cartoneras, como es el caso de Grullita en el Parque Juan XXIII), pero sin lugar a dudas, los espacios o escenarios más concurridos y con mayor distribución de libros (y dinámicas sociales asociados a ellos) son las ferias de editoriales cartoneras y los encuentros internacionales de editoriales cartoneras.

Mientras que, en el proceso de compra, se da una asociación entre editor-comprador (o lector) que va más allá del simple intercambio monetario, sino que se da un intercambio social y educativo respecto al fenómeno cartonero, su origen y su producción de libros. Donde se dan instancias en que se regalan los libros o sus precios no superan los rangos de \$2.000 a \$5.000 (en los libros estándar, pequeños, o grandes), mientras que los libros más elaborados (o más costosos de realizar) están entre los rangos de \$5.000 a \$10.000 (como los libros de fotografía, libro objeto o libro-álbum). Mientras que Olga, genera una dinámica diferente con la venta de libros por aporte voluntario, donde da libertad al lector-comprador de dar el precio justo por el libro.

Los procedimientos o etapas que atraviesa la producción de un libro hasta su venta, se da -a modo general- de la siguiente forma:

1. Contacto o vínculo con el escritor (o fotógrafo).
2. Diagramación, edición e impresión de ejemplares (papel estándar, ahuesado o reciclado).
3. Confección o manufacturación del libro (cortar tapas o las portadas).
4. Lluvia de ideas para diseñar la portada (este paso puede hacerse antes o después de pegar y coser el libro)

5. Conformación final del libro (cosido y pegado de las tapas con las hojas)
6. Lanzamiento o presentación del libro (o producción para ferias y encuentros)

5.2.2. Dinámicas de Capital Social desarrolladas en sus espacios productivos.

En general, las editoriales cartoneras de este estudio generan dinámicas y vínculos entre ellas, o invitaciones a personas externas, para participar de sus espacios productivos, o bien, la realización de talleres para enseñar las técnicas en otros escenarios que no sean sus talleres (que, en su totalidad, son sus propios domicilios, donde en algunos casos se adapta una pieza a modo taller, o bien, se hace en el mismo living llevando los materiales).

Uno de los aspectos más llamativos de estas dinámicas, las genera Olga con sus Jornadas Cartoneras, donde invita a cualquier persona (casi en su mayoría del círculo de editoriales cartoneras, amigos o conocidos del fenómeno) para confeccionar tapas y cosidos de los libros, donde posteriormente incluye el nombre de la persona que lo realizó en la contraportada, para retribuir el trabajo. Algo parecido realiza la editorial Grullita, sin embargo, es solamente para un círculo más cerrado de amigos y familiares, para confeccionar tapas, pero similar a lo que sería una jornada (aunque ellos lo denominan “invitación a cartonear”).

Otro aspecto central al proceso de las editoriales cartoneras en Chile, es la realización de talleres en diferentes escenarios como escuelas, bibliotecas (de la vega, la de Santiago, Café Literario, la de Puente Alto) o en fundaciones, con la principal motivación de propagar el fenómeno, hacerlo conocido y enseñar las técnicas de encuadernación y de trabajo sobre el cartón. Donde, muchas veces, estas relaciones han generado la fundación de otras editoriales o el perfeccionamiento de las mismas, aprendiendo nuevas técnicas y el uso del cartón.

La creación de la “cooperativa de circulación cartonera” es sin duda otro de los aspectos más llamativos dentro del rubro cartonero, ya que nunca antes se había

dado una asociación de este tipo (desde el año 2005) en la cual participan seis editoriales (de las cuales tres están incluidas en este estudio) con el fin de alcanzar objetivos que en solitario no podrían conseguir.

Aquí entra en directa relación con el capital social como una estrategia para conseguir cosas, donde la instancia permite que los miembros puedan participar (directa o indirectamente) de eventos y ferias donde no todos los miembros pueden asistir (principalmente por temas laborales), a modo de estrategia comercial y de venta, de colaboración y de ayuda mutua para lograr acceder a más lugares que los que podrían de manera solitaria o individual. En este sentido, y pese a los pocos meses que lleva en funcionamiento- la cooperativa ilustra una forma en la cual, las cartoneras puedan asociarse entre sí para ayudarse en distinto modo (de momento en términos comerciales), y que tiene potencial para mejorar más y establecerse como una cooperativa fundamental dentro del fenómeno. Además, funciona como una instancia para difundir y promocionar los lanzamientos que los miembros participantes, tendrán como entidad individual.

5.2.3. Discursos y críticas generados por las Editoriales Cartoneras.

Es imposible caracterizar el discurso de las editoriales cartoneras como algo único o en común, pese a que se comparten ciertos puntos respecto al reciclaje, la democratización de la literatura, crítica al sistema hegemónico editorial y las mecánicas de trabajo cooperativo.

Como se mencionó anteriormente en el apartado de marco teórico referido a la subcultura y contracultura, y en base a los resultados expuestos en los análisis, las editoriales cartoneras generan una discursividad que está en contra o es contestataria a la producción hegemónica del libro y su característica de mercancía, más marcada en unas que en otras.

El mismo hecho de que la producción sea diferente, artesanal, independiente y con dinámicas participativas, genera un quiebre en el modelo individualista y comercial en el que se enmarca la industria editorial tradicional y transnacional. Al

usar un material desecho como el cartón, que para mucho tiene una característica de algo negativo, malo, o que sirve de embalaje solamente, las editoriales reutilizan aquel material convirtiéndolo en libro.

Sin embargo, toda la producción de libros y la generación discursiva no busca provocar una ruptura (a nivel revolucionario, para instaurar esta nueva lógica), sino que busca ser y promocionarse como una forma alternativa, válida y artesanal donde personas que puedan ser excluidas del círculo editorial (que principalmente se estructura en torno a una elite), puedan lograr publicar y difundir contenidos que de otra forma no se podrían, demostrando que existe una forma autogestiva de publicarse.

No obstante, no se puede hablar de las editoriales como un fenómeno que busca romper el esquema, sino que está en contra, es contestataria y reaccionaria al modelo instaurado mundialmente.

Es por eso que se les debiese considerar como un segmento de la población editorial (una subcultura) con caracteres contraculturales o contrahegemónicos que no busca instaurarse como la única forma, sino que se establece como una forma diferente, resaltando prácticas recicladoras y de reutilización, como también de dinámicas de trabajo colaborativo y de hacer que el libro funcione como el principal vehículo de difusión de mensajes alternativos, sociales y culturales a bajo costo y accesibles para cada ciudadano que desee comprar un ejemplar.

Sin embargo, todavía se mantiene funcionando de manera no muy conocida, desde el *underground*, y con un círculo cerrado, donde la mayoría de la gente que compra los ejemplares es gente que conoce el fenómeno. No obstante, siempre es llamativo para la gente que, por ejemplo, transita por las afueras de la Biblioteca de Santiago (o dentro de ella) y se puede encontrar con un libro de cartón que tiene una lógica diferente y que rompe el esquema de un libro tradicional. Como también la gente que transita por el Parque Bustamante en Providencia, y ve que se está realizando una feria de editoriales cartoneras.

5.2.4. Editoriales Cartoneras como industrias culturales o creativas.

Como se definió en el marco teórico de esta investigación, las industrias creativas abarcan variados procesos de creación humana, desde lo más artesanal a lo más industrial.

Y según lo reflejado en los análisis de este estudio, las editoriales cartoneras no pueden ser consideradas una producción de industria creativa, porque si nos ajustamos a la definición de una producción industrial, este tipo de editorial no produce de tal manera, es decir, no saca libros en serie y no usa una maquinaria que les permita facilitar el proceso para sacarlos de manera rápida, más bien responde a un proceso creativo pero artesanal, que es completamente a mano, salvo los procedimientos de impresión (en la cual usan generalmente impresora en sus casas, o mandan a imprimir fuera, como el caso de Olga Cartonera)

Posiblemente, para el mapeo de industrias creativas, no sea más que otra micro-editorial independiente que busca hacer libros a bajo costo con temáticas “arriesgadas”, sin embargo, debiese ser considerada como una forma diferente a las demás (incluso a las independientes) ya que producen de una forma diferente, difunden discursos diferentes, y distribuyen de diversa forma sus libros.

La producción de cada libro cartonero es diferente del anterior, contiene imperfecciones que le dan valor al libro, con tapas que son cortadas y medidas a mano, donde por ejemplo, podemos ver contratapas que tienen el nombre de lo que fue o para lo que se usó anteriormente (como una pizzería, o la palabra “frágil” en el caso de los electrodomésticos), por lo tanto no es un producto que se reproduce, sino que conlleva un gasto de tiempo y energía de sus mismos productores (y gente externa que participa de los procesos) donde incluso las portadas son diferentes unas de otras, pese a que sean del mismo libro o texto (en la mayoría de las editoriales que producen portadas diferentes).

Bajo esta lógica, debiese definirse a la producción cartonera no como una pequeña o micro industria cultural o creativa de libros, sino que como una artesanía cultural o creativa que produce libros de cartón.

5.3. Aportes y sugerencias

Con todo lo anterior, esta investigación se constituye como un aporte a la disciplina por el hecho de conocer un actor que está generando una propuesta diferente y artesanal, a lo que se conoce tradicionalmente, dentro del ámbito editorial. Pero también, dinámicas de conocimiento, educativas y de cooperación para llevar a cabo sus procesos creativos.

Un actor que se pueden encontrar en muchos lugares de nuestro país, desde Arica hasta Puerto Montt, que tienen en su lógica una producción cartonera y una realidad o contexto que, posiblemente, sea muy diferente y contraria a las de Santiago, donde lamentablemente se genera todo el movimiento de manera centralista (ya que todas las ferias y encuentros se hacen acá y no en otras regiones). Bajo esta lógica, resultaría interesante generar investigaciones para los casos regionales, que puedan dar a conocer cómo son impactados por el fuerte centralismo que opera en distintos ámbitos de la vida social, de nuestro país y de qué forma producen los libros y junto a qué dinámicas sociales asociadas.

A su vez, esta investigación puede servir como pauta o modelo para conocer a las demás editoriales de la Región y del País, de modo general o de modo particular en estudios de una sola editorial cartonera. Que ayuden a visibilizar este fenómeno y que permita a la Antropología aplicar distintas técnicas de trabajo, para abarcar otros actores sociales y culturales que se están generando en el “mundo urbano” y que se relaciona de forma contraria o alternativa a las dinámicas reproductivas de la industria cultural.

Es importante que se pueda profundizar sobre algunos aspectos que fueron esbozados en esta investigación, debido a que sólo se estudió una muestra de todo el fenómeno cartonero. Donde se podría abordar temáticas como las dinámicas y

vínculos en espacios de venta (como estudiar los encuentros o las ferias cartoneras) o bien, la opinión que el ámbito institucional (de bibliotecas) tiene sobre este fenómeno.

También elementos artísticos reflejados en las portadas o el trabajo en el libro que se hace en cada editorial de forma diferente. Y conocer las distintas realidades sociales en que se insertan o que trabajan las demás editoriales que no fueron estudiadas en esta investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- **Aguirre, Andrés y Pinto, Mónica.** “Asociatividad, capital social y redes sociales. En Revista MAP, Departamento de Antropología, Universidad de Chile, Santiago, N°15, septiembre 2006.
- **Arce Cortés, Tania.** “Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación?” En Revista Argentina de Sociología 6. Consejo de Profesionales en Sociología, Buenos Aires, N°11, Pp. 257-271, 2008.
- **Bilbija, Ksenija.** “¡Cartoneros de todos los países, uníos!: Un recorrido no tan fantasmal de las editoriales cartoneras latinoamericanas en el tercer milenio.” En, Bilbija, K. Y Celis, P. (eds.). Akademia Cartonera: Un ABC de las editoriales cartoneras en América Latina. Universidad de Wisconsin, Madison. Pp. 5-30, 2009.
- **Bilbija, Ksenija.** “Carto(n)grafía nómada de las editoriales cartoneras latinoamericanas”. En Bilbija, K. Y Celis, P. (eds.). Akademia Cartonera: Un ABC de las editoriales cartoneras en América Latina. Universidad de Wisconsin, Madison. Pp. 5-30. 2009.
- **Briceño, Ybélize.** La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura. En Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales 16. Universidad Central de Venezuela, Caracas, N°3. Pp. 55-71, 2010.
- **Canales, Manuel.** (Ed) “Metodologías de la investigación social, introducción a los oficios.” LOM ediciones, Santiago. Pp. 11-29. 2006.
- **Castro, Cosette.** (Coord.). “Industria Creativa e Industria de Contenidos.” En su Industrias de Contenidos en Latinoamérica. CEPAL (Grupo de trabajo eLAC2007), Sc. Pp. 15-19. 2008.
- **Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, CNCA.** “*Observatorio Cultural N°2*”. CNCA, Valparaíso. Pp. 1-20. 2011.

- **Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, CNCA.** “*Mapeo de Industrias Creativas en Chile. Caracterización y Dimensionamiento*”. CNCA, Santiago, 2014.
- **Cortés, Roberto.** “La crisis argentina de 2001-2002”, en *Cuadernos de Economía* 40. Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, N°121. Pp. 762-767. 2003. [Consultado 2016] Disponible en: <http://economia.uc.cl/docs/121corta.pdf>
- **Durston, John.** “Qué es el capital social comunitario?”, CEPAL, división de desarrollo social, Santiago. 2000.
- **García Mendoza, Cynthia.** Nexos Infrarrealistas en las editoriales cartoneras latinoamericanas [Tesis de Maestría]. Universidad Iberoamericana, México D.F. 2014.
- **García, Fernando.** “Cultura, Subcultura, Contracultura “Movida” y cambio social.” En Navajas, C. e Iturriada, D. (eds.). Coetánea. Actas del III Congreso Internacional de Historia de Nuestro Tiempo. Universidad de La Rioja, Logroño. Pp. 301-310. 2012.
- **García Canclini, Néstor.** “Industrias culturales y globalización procesos de desarrollo e integración en América Latina.”, en *Estudios Internacionales* 33. Universidad de Chile, Santiago, N°129. Pp. 90-111. 2000.
- **Getino, Octavio.** “Economía y Desarrollo en las Industrias Culturales de los países del MERCOSUR”. En *Revista de Estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, Universidad de Sevilla, Sevilla N°1. Pp. 97-116. 2004.
- **Guber, Rosana.** “La etnografía. Método, campo y reflexividad.” Grupo Editorial Norma, Bogotá. Pp. 41-74. 2001.
- **Guber, Rosana.** “El salvaje metropolitano: Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo.” Editorial Paidós, Buenos Aires, 2004.
- **Hammersley, Martyn y Atkinson, Paul.** “Los relatos nativos: escuchar y preguntar.” En su, *Etnografía. Métodos de investigación*. Editorial Paidós Básica, Barcelona. Pp. 121-142. 1994.

- **Herrera, Bernal.** “Cultura y Contracultura: observaciones periféricas”. En Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades 108. San Salvador, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, San Salvador, N°1, Pp. 273-283. 2006.
- **Horkheimer, Max. y Adorno, Theodor.** “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas.” En su Dialéctica del iluminismo, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, Pp. 1-26. 1988.
- **Mella, Orlando.** “Naturaleza y orientaciones teórico-metodológicas de la investigación cualitativa”, Editorial CIDE, Santiago, Pp. 51. 1998.
- **Novelo, Victoria.** “La expropiación de la cultura popular”. En Bonfil Batalla, Guillermo, et. al. Culturas populares y política cultural. Editorial Conaculta, México. Pp. 77-85. 1995.
- **Puente, Stella.** “Industrias culturales: concepto y evolución. En su Industrias Culturales y políticas de Estado, Editorial Prometeo Libros, Buenos Aires. Pp. 19-27. 2007.
- **Silva, Manuel.** “Relectura de la noción de industria cultural de Theodor Adorno.” En Rumbos y sentidos de la Comunicación. Medellín, Revista Anagramas (online), Medellín, N°12. Pp. 175-198. 2013.
- **Subercaseaux, Bernardo.** “La industria del libro y paisaje editorial”, en Revista Chile de Literatura, Universidad de Chile, Santiago, N°86. Pp. 263-268, abril 2014.
- **Roszak, Theodore.** “Una invasión de Centauros”. En su El nacimiento de una Contracultura. Reflexiones sobre la sociedad tecnocrática y su oposición juvenil. Editorial Kairós, Barcelona. Pp. 57-98. 1984.
- **Toledo, Edgardo.** “La industria cultural y sus transformaciones.” En Anuario del departamento de Ciencias de la Comunicación. Revista La Trama de la Comunicación, Rosario. N°5 [Consultada en 23/06/16] disponible en: <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/285/257>. Pp. 151-162. 2000.

- **UNESCO.** Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Simposio realizado en la Ciudad de Manila en 1997. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/>
- **Vargas, Jaime.** “La rumba y el rumbo: Editoriales cartoneras y edición independiente en Latinoamérica.” En, Bilbija, K. Y Celis, P. (eds.). Akademia Cartonera: Un ABC de las editoriales cartoneras en América Latina. Universidad de Wisconsin, Madison, Pp. 111-129. 2009.

ANEXOS

Anexo N°1: Pauta de entrevista etnográfica

1. Origen y caracterización de la Editorial Cartonera

- 1.1. ¿Cómo surgió y en qué contexto [historia del nombre, razones]?
- 1.2. ¿Dónde está ubicada?
- 1.3. Motivaciones (objetivos, expectativas) para realizar este tipo de trabajo.
- 1.4. Roles de trabajo diferenciados (en base a qué criterios se reparten las tareas)

[DIMENSION ECONOMICA]

2. Manufacturación de libros cartoneros

- 2.1. Acceso a las materias primas ¿De qué forma acceden al **cartón**, papeles, etc.?
¿Qué tipo de cartón utilizan para producir?
- 2.2. Herramientas utilizadas para la elaboración.
- 2.3. Taller cartonero (características)
- 2.4. ¿Qué etapas o fases productivas atraviesa el libro cartonero de SU editorial?
(Paso a paso)
- 2.5. Técnicas utilizadas para la elaboración. (Estilos, formas, diseños, **portadas**, etc.)
- 2.6. Tipo (a pedido, stock de libros, etc.) y magnitud de producción de libros (a pequeña escala, mediana o gran escala)

3. Distribución o difusión de libros cartoneros

- 3.1. Principales formas para distribuir los libros.
- 3.2. Vínculos comerciales con agentes externos a la editorial
- 3.3. Alcances de los libros elaborados.

3.4. Estrategias comerciales entre editoriales. ¿Poseen redes de ayuda mutua, ayuda comercial, u otro tipo de vínculo para la distribución de libros? (Lo mismo se puede aplicar para producción y consumo. **Pregunta transversal.**)

4. Compradores de libros cartoneros

4.1. Tipo de público que abarca/Público objetivo

4.2. Relaciones con los consumidores de libros cartoneros.

4.3. Técnicas, formas, estrategias para generar este consumo.

4.4. Precios de venta de los libros y/u otros

[DIMENSION SOCIAL Y CULTURAL (POLÍTICA)]

5. Conocimiento del fenómeno cartonero a nivel general (Experiencia con Eloísa Cartonera)

6. Valor social y cultural dentro del taller (dinámicas sociales en el trabajo productivo, tipo de trabajo, etc.)

7. Vínculos y relaciones sociales con otros actores (vecinos, comunidad, amigas, familias, etc.)

8. Vínculos y relaciones sociales con agentes u organismos del Estado, privados, etc.

9. Discursos y críticas inmersas dentro de la Editorial, Canales, formas, medios para difundirlas. ¿Qué opinan de su trabajo respecto a la producción industrializada de libros?

10. ¿Realizan otras prácticas sociales a través de la Editorial Cartonera, con la comunidad?

11. ¿Qué tipo de relaciones sociales se establecen entre su editorial y otras editoriales de Chile, y extranjeras?

12. ¿Tienen relación con otros “tipos” de Editoriales, ya sea independientes, nacionales, transnacionales?

Pregunta que vincula ambas dimensiones:

13. *Tipo de intercambio de libros entre editoriales cartoneras (extranjeras y nacionales)*

14. *Importancia del Reciclaje como parte fundacional de las Editoriales Cartoneras.*

Anexo N°2: Fotografías de la investigación.

- *Editorial Infracción Ediciones*

Fotografías N°1: Portadas de libros de la editorial. Estilos Collage y pintura con temperas.



Fuente: imágenes extraídas de la página de Facebook, de la editorial.

- *Editorial La Grullita Cartonera*

Fotografías N°2: Portadas y libros de la editorial. Se aprecian los estilos de “sacados de capas”, micas incrustadas, pintado a mano y esténcil.



Fuente: Imágenes extraídas de la página de Facebook de la editorial.

- *Editorial Olga Cartonera*

Fotografías N°3: Portadas y libros de la editorial. Se aprecian los estilos de Collage y pintados a mano.



Fuente: Imágenes extraídas de la página de Facebook de la editorial y su página web/blog.

- *Editorial Hipérbole Ediciones*

Fotografías N°4: libros y portadas de la editorial. Se aprecian estilos de portadas con relieve, sacado de capas, y letras a mano.



Fuente: imágenes extraídas de la página web/blog de la editorial.

- *Editorial Cayó La Teja*

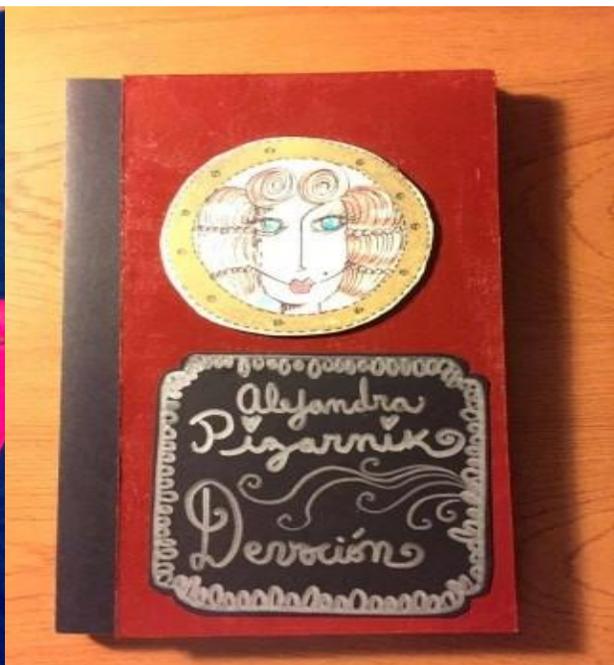
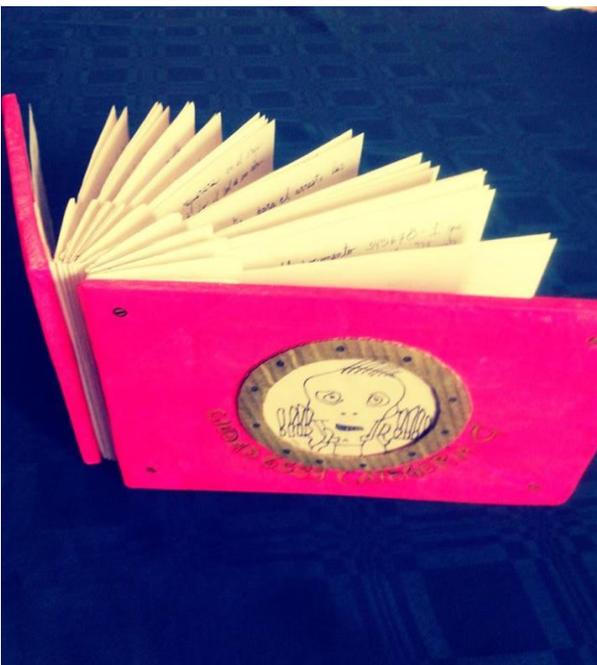
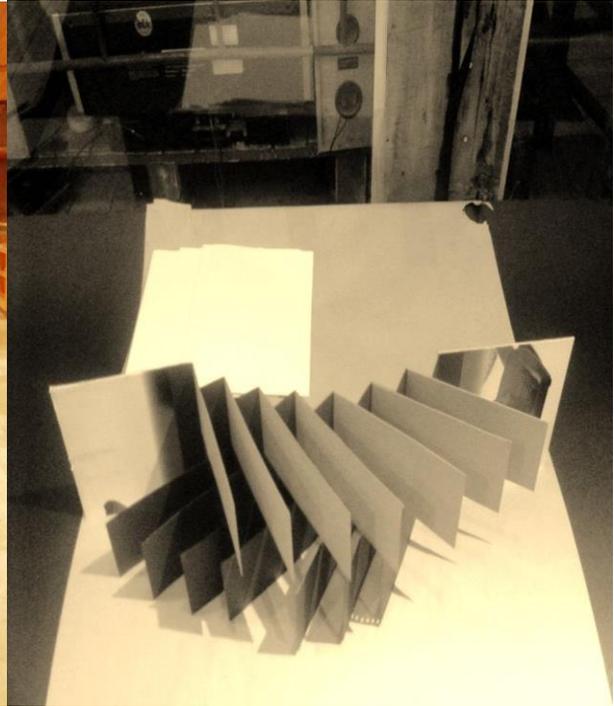
Fotografías N°5: libros y portadas de la editorial. Se aprecian portadas con técnicas de collage y pintados a tempera.



Fuente: imágenes extraídas de la página web/blog y Facebook de la editorial.

- *Editorial Efímera Cartonera*

Fotografías N°6: portadas de libros y otras manualidades de la editorial. Se aprecian en las fotos: primero el minimueble de cartón, segundo el libro bandera, tercero el libro origami, y finalmente un libro formato tradicional.



Fuente: imágenes cortesía de Karen Peñaloza, editora y propietaria de la editorial.

- *La Joyita Editorial*

Fotografías N°7: portadas y libros de la editorial. Se aprecian estilos y técnicas de collage y de estencil.



Fuente: imágenes extraídas de la página de Facebook de la editorial.