

Una hidra de seis cabezas

Tumbona Ediciones

Luigi Amara

TUMBONA EDICIONES FUNCIONA como una cooperativa. Desde el principio no nos interesó ser una empresa en el sentido tradicional. No se pensó bajo una lógica vertical, sino que buscamos un esquema horizontal sin jefes ni jerarquías, donde todos participáramos de igual a igual, lo cual es muy positivo pero hace todo más lento, más deliberativo y confuso. Supuestamente la estructura de cooperativa tiene ventajas fiscales, pero no las hemos visto, pues nunca hemos entendido bien cuál es, para la Secretaría de Hacienda, la diferencia entre una cooperativa y otra cosa. Más allá de eso, creo que este esquema ha funcionado para nuestra perspectiva laboral.

La editorial se ha mantenido a un ritmo más o menos lento, llevamos diez años y hemos publicado alrededor de 70 libros (un promedio más o menos de siete al año). Un cierto año hicimos como veinte, pero enloquecimos y no lo volveremos a hacer. Sin embargo, creo que ahora llevamos un ritmo propicio para el tipo de proyecto que tenemos en el que se incluye la concepción crítica del libro: una revisión sobre qué es un libro hoy y cómo se distribuye, y no sólo cómo se hace o a qué autor se publica. La idea de hacerlo de manera lenta es también para poder pensar, en cada caso, qué tipo de estrategia de difusión podría hacerse, para que el libro no sólo llegue a los estantes de las grandes librerías y nos quedemos a la espera.

Muy al comienzo de la editorial nos enteramos de un dato que nos desconcertó: más de la mitad de la población, incluyendo a la universitaria, nunca ha entrado a una librería. Entonces el esquema de distribución que se basa en llevar los libros a las librerías y desentenderse de ellos no tiene sentido: hay que propiciar otras formas de encuentro con los lectores, intentar que ellos se tropiecen con los libros en contextos donde no suelen esperarlos. Esto nos llevó a la idea de hacer fiestas/ferias de libros nocturnas, donde los lectores se encontraran con los autores y con los editores, sitios donde hubiera esa posibilidad de relación o diálogo. En ese ambiente festivo, un tanto etílico, hacíamos que la gente empezara a ver los libros de otra manera que quizá no habría visto o pensado antes. Hemos repetido esas experiencias en muchas ocasiones en colaboración con otras editoriales con un espíritu semejante, pues muy pronto nos dimos cuenta de que la única manera de lograr aquellos objetivos que nos interesaban era buscando su complicidad, en contra de la idea (que aún prevalece incluso en el nivel pequeño) de que el otro es tu competencia. La única posibilidad de sobrevivir en un medio lleno de grandes corporaciones, de transnacionales poderosas, es a través de alianzas con aquellos de intereses cercanos o inquietudes semejantes.

Junto con estas reuniones se empezó a gestar la idea de llevar libros a las plazas públicas, tiendas de videos, de diseño; lugares donde no suele haber libros, fuera del contexto habitual de la librería, pero sin descuidar este circuito. Teníamos que transitar por varios caminos, por un lado el más convencional de la publicidad a través de notas de prensa y la venta en las librerías reconocidas, pues eso ya existe y sería necio o suicida cerrar esas posibilidades; mas no podíamos limitarnos sólo a ello. Ésta sería la ruta de la autopista pero también teníamos que trazar una más libre y creativa, que tenía que pasar por la imaginación, por la invención de espacios, situaciones, cosas que permitieran que el libro tuviera otro tipo de vida, de sensibilidad y de repercusiones.

A raíz de que se afianzó el discurso neoliberal en México, advertimos una especie de uniformidad en las propuestas editoriales a la que, de manera un tanto exagerada, llamamos “la censura del mercado”. Había una serie de propuestas, textos y autores que no eran publicados precisamente por el criterio más turbio que es el de “no se venden”. Esto desembocaba en una pauperización de las propuestas editoriales cada vez más dominadas por los

grandes conglomerados y con un énfasis en la literatura vendible, el *best seller* o el producto prefabricado. Entonces creamos la editorial como una reacción de lectores que buscaban reclamar que el tipo de libros que nos interesa leer, que sabemos que existen y andan por ahí, no circulan, no se les da su espacio, no se les edita; todo por esta visión mercantil. No es que haya pasado esa época, pero quizá la explosión de editoriales independientes, pequeñas o marginales, vino a hacer contrapeso a esa condición del libro convertido en una mercancía. Obviamente en parte lo es, pero no es sólo eso.

Las grandes editoriales, con su visión unilateral, reducen sus posibilidades. Incluso se pueden encontrar declaraciones provocadoras, como la del director de Planeta que algún día dijo: “yo podría convertir en *best seller* un libro en blanco”, claro, porque en realidad no le importa el libro, sino cómo se mueve y cómo lo empaquetan. Nosotros nos resistimos a ello y por eso decidimos editar aquellos géneros, propuestas o experimentos, tanto literarios como artísticos, que no embonaban en los patrones comerciales. Elegimos, a partir de esta declaración de principios, no publicar novelas, que son el género más cooptado por la perspectiva comercial (incluso hay una introyección de esta visión del mercado en la escritura del género); y tampoco poesía porque está tan publicada como la novela, sólo que en lugar de los grandes consorcios son los poetas quienes hacen sus ediciones en pequeñas *plaquettes*. Comenzamos una exploración para saber qué libros podríamos rescatar del pasado, cuáles podríamos traducir y qué podríamos publicar de los autores jóvenes. Nos hemos encontrado con una cantidad impresionante de obras de calidad que habían quedado eclipsadas y que tienen mucho que poner a discutir en la sociedad. Ese tipo de heterodoxia creativa perfiló el tipo de editorial que somos ahora. Hemos publicado volúmenes que nadie sabe bien qué son (ni sus autores). Pueden ser experimentos fallidos, pero nos parece importante permitir que ese tipo de propuestas encuentren una manera de estar frente a los lectores. Así, llegamos a la necesidad de hacer una colección de aforismos, otra de ensayos *en contra*, una más de libros escritos por artistas, una de *flipbooks* (libros que se animan con el dedo), otra de fotografía, pero como ensayos fotográficos. Y optamos por hacer libros no tan lujosos o para presumir, sino para leer.

El concepto de editorial independiente es un término engañoso que engloba demasiadas cosas que no tienen mucho que ver. Para nosotros es

importante entender la independencia como una búsqueda de la autogestión; una aspiración a hacer un proyecto cultural que se sostenga, que no dependa de presiones comerciales, ni a la larga de apoyos estatales. Es una aspiración más que un punto de partida, pues se necesitaría mucho capital para iniciar así.

Nos parece muy importante no pensar una editorial independiente como las de la década de 1970, que eran independientes del Estado e incluso contestatarias al poder. Más bien buscamos ser independientes de la lógica del mercado. Obviamente no contra el mercado en cuanto a tal, porque los libros se venden, pero sí contra esa lógica que busca un crecimiento hipertrofico, que quiere novedades cada vez más rápido, que considera la periodicidad del libro cercana a la del yogurt y que no entiende que el ritmo del libro es lento; pueden pasar años e incluso décadas para que un libro llegue a las manos del lector. Con esta postura que apuesta al largo plazo intentamos ser un bastión contra lo que hace del libro una mercancía más.

Vemos muchísimas editoriales, no sólo en México, que se autodenominan independientes, pero que en realidad deberían considerarse editoriales pequeñas o en vías de crecimiento. Por ahora tienen pocos libros pero su aspiración última sería convertirse, si pudieran, en Random House. No son independientes de la lógica del mercado, no tienen problema en pedir cualquier tipo de apoyo estatal o federal, o de entrar a concursos de la SEP. Sólo se llaman independientes por su tamaño, lo cual no es ningún tipo de independencia.

Hemos encontrado, después de muchos años, a nuestros pares, a la gente con quien podemos hacer proyectos en conjunto. Son varias casas editoriales: Surplus, que surgió en Oaxaca y ahora tiene sede en Morelos, ellos hacen libros de literatura abiertamente contestatarios; Alias, que ha buscado publicar la obra y la escritura de artistas contemporáneos; Mantarraya, que busca proyectos marginales y está asociada a una hostería que se llama La Bota; Moho, de Yolanda Martínez y Guillermo Fadanelli, que surgió de una revista y que desde su comienzo fue contracultural. Hemos hecho varias iniciativas en conjunto. Hay otras instituciones, en cambio, con las que siempre nos estamos peleando, como la Asociación de Editoriales Mexicanas Independientes (AEMI) que es un conglomerado grande de editoriales con quienes hicimos la Primera Feria del Libro Independiente, pero nos ha parecido que

su lógica es cada vez menos independiente, por ejemplo, la decisión de hacer esta feria en la librería Rosario Castellanos del Fondo de Cultura Económica a varios editores nos parecía incongruente, porque se trata de un espacio del Estado. A ellos les pareció consecuente y ahora se buscan cada vez más apoyos institucionales para realizarla, no sólo del FCE sino también del Conaculta. Así, la feria es cada vez más Estado-dependiente y no se entiende su espíritu contestatario. Todo el tiempo es necesario repensar y mantener esta discusión sobre qué significa editar con el Estado actual mexicano.

Creo que antes de que en México viviéramos esta etapa de violencia y horror descontrolados, las interrogantes eran diferentes. Ahora las preguntas que nos planteamos tienen que ver con editar para qué o escribir para qué en una época desenfrenadamente instrumental, al punto de que la vida humana parece valer siempre y cuando reporte beneficios de algún tipo (como parece ser la lógica del narco, por ejemplo). Antes de este momento, nos parecía importante rescatar la manera artesanal de hacer libros, no por hacerlos de un modo antiguo o a mano como en un taller; sino en el sentido de un grupo pequeño de gente implicado en la elaboración, en el que idealmente cualquiera podría hacer todas las partes del proceso. La editorial no está compartimentada en una cadena de producción; se busca que el libro se cree, desde su conceptualización hasta su difusión y distribución, como un mismo proceso; no se delega a otros el trabajo sino que se hace en colaboración con el autor; no es una cuestión de encargo.

El caso de las editoriales universitarias en México es especialmente desconcertante, porque entienden el libro como un trámite, es cumplir con una obligación al punto de que cuando ya está editado puede meterse en bodegas y se acabó; ya se publicó, ya se ejerció un presupuesto, se hizo lo que se tenía que hacer desde el aparato burocrático. Contra esa lógica, nosotros nos hacemos cargo del libro en todas sus dimensiones. Es tal el esfuerzo detrás de su elaboración que no sólo nos preocupa ponerlo en circulación, sino que incluso tenga algún tipo de incidencia en la comunidad; es decir, en lugar de desentendernos del contenido como cualquier producto, queremos libros que propicien una discusión.

En la editorial somos seis personas. A lo largo del tiempo se han ido algunos, otros han entrado, pero digamos que durante alrededor de cinco años hemos sido los mismos. La editorial se sostiene; hay periodos buenos

y periodos malos. Todos los que colaboramos tenemos alguna actividad creativa independiente del trabajo en Tumbona. Por ejemplo, hay una chica que es artista visual y escribe, somos dos escritores, hay otro que hace cine, otro que hace diseño, etcétera. Desde el comienzo estaba claro que nunca íbamos a renunciar a ella, por lo tanto nuestra implicación en la editorial iba a ser decidida pero no completa. Nos reunimos cada lunes y el resto de las actividades cada quien las hace cuando puede y cuando quiere, pero con un sentido de responsabilidad. Procuramos que el dinero que entra se reinvierta en hacer más libros y en un sueldo para todos. Hay ocasiones en que no hay dinero y entonces no hay sueldo, pero muchas veces sí lo hay. A veces la falta de dinero se debe al típico retraso de que nadie te paga lo que ya se vendió. Pero nunca hemos sacado de nuestro bolsillo para la elaboración de los libros.

El único capital que hemos invertido fue para pagarle al notario que hizo el acta constitutiva. Todo lo demás lo hemos hecho con imaginación y crédito. Por ejemplo, tuvimos la suerte de que un impresor amigo confiara en nosotros y nos dijera: “hagan los libros y luego me pagan”. Gracias a él sólo tuvimos que invertir en tiempo y trabajo. Algún libro ha tenido un financiamiento privado, por ejemplo la Hostería La Bota estaba interesada en apoyarnos cuando íbamos a sacar un libro sobre desobediencia civil, y a cambio de libros aportó dinero. Trabajamos de forma similar con las universidades; por ejemplo, estamos haciendo un archivo de los textos de los artistas de Fluxus: Dick Higgins, Allan Kaprow, etcétera y en la Universidad Autónoma de Baja California hay una escuela de artes muy interesada en apoyar el volumen porque imparten cursos afines a ese archivo. Con ellos hicimos una coedición; a cambio de una ayuda económica para la imprenta. Ellos reciben ejemplares y colocamos su logotipo. Sin embargo, en general producimos nuestros libros invirtiendo las ganancias de los ya publicados.

A veces hay algún título que no deja de venderse, entonces hay que reimprimir y se crean las condiciones para hacer más libros, en otras ocasiones no hay dinero y hay que bajar el ritmo de la producción. Un día Jorge Herralde, editor de Anagrama, nos dijo que a los diez años una editorial entra en una dirección operativa donde se podía sentir que ya se afincó. Nosotros estamos cumpliéndolos y sentimos que es engañoso decir que ya nos establecimos porque seguimos igual que cuando empezamos. Quizá

dependemos menos de la búsqueda de ayuda o apoyos externos, porque los lectores ya buscan nuestros libros, ya tienen una crítica a su favor, pues la gente los busca independientemente de si saben quién es su autor o no. Creo que ésa es la aspiración de todo editor, crear un perfil o una línea editorial que haga que tú como lector la ubiques independientemente de que no tengas ni idea de qué va exactamente el contenido; tienes un interés en el libro porque conoces la lógica desde la que se inscribe.

Lo que nos gustaría ahora es que los libros llegaran a otros lugares de una manera más sencilla; nuestros libros se consiguen a veces en España, tenemos buena relación con una editorial y centro cultural subversivo que se llama Traficantes de Sueños. Ellos tienen una distribuidora que opera con una red de librerías alternativas. También nos gustaría que nuestros libros tuvieran una buena presencia en Argentina pese a que es bastante difícil.

Es importante para nosotros llegar allá, porque el proyecto surgió después de que algunos de nosotros viajamos a ese país y a esa zona del continente, hace alrededor de doce años (en plena época del Corralito). De algún modo nos contagiamos de esa apuesta por la imaginación con la que se creaban proyectos en condiciones completamente adversas, incluso sin dinero: centros culturales, bares poéticos, editoriales independientes, etcétera. Sentimos que el nuestro es un proyecto afín a esta sensibilidad y a este *modus operandi*. Nuestros libros han tenido una buena acogida en este país pero es difícil entrar a una distribución masiva porque tienen todo tipo de trabas. Lo que estamos intentando, en lugar de llevar los ejemplares, es imprimirlos ahí. Éste es el tipo de aspiración y expansión que queremos ahora: se pueden dar alianzas con sellos en otros países: con la editorial Pepitas de Calabaza en España siempre estamos con la idea de intercambiar libros, en Argentina tenemos otras propuestas, pero aún no sabemos bien cómo hacerlo.

Un problema real para el sustento de las editoriales en México es la falta de lectores. En Francia un tiraje normal es mínimo de cinco mil ejemplares y aquí mil ejemplares es algo ya audaz. Si tuviéramos una distribución mucho más robusta no sólo reduciríamos el costo del libro, también podríamos ampliar nuestro público hacia otros países. Y es algo que nos atrae porque los libros que publicamos, los autores que distribuimos, tienen cosas que decir al ambiente literario contemporáneo en Argentina, en Chile,

en España. Constantemente recibimos *mails* y recados de gente de estos países, que descargaron los libros y quieren saber cómo conseguirlos; es decir, no es una cuestión que sólo se nos ocurra porque sí.

Otra apuesta que hicimos desde el comienzo y que nos ha beneficiado mucho es preguntarnos por el *copyright*; incluso publicamos una antología que se llama *Contra el copyright* (con autores emblemáticos sobre el tema). Algunos creen que no estar a favor del *copyright* es un suicidio para cualquier editorial (porque piensan que ésta vive únicamente de explotarlo), pero el *copyright* es una institución que surgió en determinadas condiciones de la circulación cultural. El derecho de autor es otra cosa y es importante establecer esta distinción. Éste se refiere al derecho de recibir una remuneración y todo tipo de reconocimiento por un trabajo, por contraste a la muy distinta apropiación monopólica al restringir los derechos de venta y circulación. El *copyright* y el derecho de autor incluso se rigen bajo estatutos legales diferentes, al menos en los países de legislación latina. Hemos hecho varios acuerdos con autores para que sus libros circulen libremente en Internet por medio de descargas gratuitas. De este modo han llegado a otros países y se ha despertado un interés por sus títulos y por la editorial.

La libre circulación de un libro en digital no se opone a su venta, incluso si nos pusiéramos en una lógica capitalista, es favorable. Contrario a lo que se pudiera pensar, nos ha sucedido que los más reacios a inscribirse en un *copyleft* o en *creative commons* o cualquier esquema de este tipo son los autores, cuando normalmente pensamos que si uno escribe un libro, lo que quiere, además de quizá ganar algo de dinero, es que sus libros se lean o tener propuestas editoriales en otros lados. Un patrón más curioso aún es que quienes aceptan estos esquemas de una manera más inmediata en su mayoría son mujeres.

Pese a que siempre hemos pensado que Tumbona es un colectivo, identifican a la editorial con dos personas, Vivian Abenshushan y yo. Es curioso cómo las personas reproducen un esquema jerárquico de las cosas, sin cuestionarlo y ni siquiera piensan en la posibilidad de otra forma organizativa. Si te hacen una cita piden hablar con el director editorial, pero todos somos directores editoriales, o más bien nadie figura como director editorial, todos somos editores; todos proponemos libros, planteamos discusiones, hacemos corrección... Es normal que haya gente más tímida o con mayor facilidad de

palabra, que existan algunos formados en diseño y otros con intereses literarios. En la división de las labores que se da de forma natural en el colectivo, Vivian y yo nos hemos asignado la parte de dar la cara y hablar, pero esto nada tiene que ver con nuestra estructura interna. Siempre mantenemos una estricta horizontalidad en la que nadie tiene mayor o menor voto, voz, sueldo, ni nada. Pero, aunque nosotros intentamos mantener esta horizontalidad, desde afuera viene la estructura jerárquica y vertical. Quizá esto es algo sintomático de la forma en que se entiende la empresa hoy día.

Claro que todo el tiempo hay que luchar contra la visión exterior y convencional del proyecto: vivimos en un país autoritario en el que todos están acostumbrados a recibir órdenes o a mandar. Quizás esto ha complejizado la imagen de la editorial. Por ejemplo, si hay un encuentro de editoriales independientes e invitan al editor, ¿quién va si somos seis? Entonces hacemos un sorteo, o a veces la decisión depende del perfil de cada integrante del equipo. Y es que en todo momento intentamos ser una hidra de seis cabezas.