



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA DE  
MEXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

“El contexto de las editoriales risográficas en México”

Tesina

Que para obtener el Título de:

Licenciado en Comunicación Gráfica

Presenta:

Carlos Nicolás Pradilla Molina

Director de tesina: Gerardo Clavel de Kruyff

México, D.F., 2014



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A Magda y Emilio.

## Contenido

	Introducción	9
1	Antecedentes tecnológicos	16
1.1	Duplicadores de estencil	16
1.1.1	Hectógrafo	16
1.1.2	Papirógrafo	18
1.1.3	Mimeógrafo	19
1.1.4	Ciclostilo automático	20
1.1.5	Ditto (duplicador de alcohol)	21
1.1.6	Xerox	26
1.2	Duplicador electrónico	28
2	El establecimiento de otros canales	33
2.1	1968	33
2.1.1	Volantes, carteles, panfletos	35
2.2	Redes	43
2.2.1	<i>El Corno Emplumado</i>	43
2.2.2	Beau Geste Press	44
2.2.3	Ulises Carrión, Other Books and So y El nuevo arte de hacer libros	49
2.2.4	Arte correo y otras estrategias de redes	52
2.3	Estrategias Colectivas	56
2.3.1	Nueva Presencia	57
2.3.2	El Salón Independiente	57
2.3.3	El Autogobierno en la Escuela de Arquitectura de la UNAM	58
2.3.4	CLETA	60
2.3.5	Tepito Arte Acá	61
2.3.6	El TACO de la Perra Brava	62
2.3.7	La Coalición	64
2.3.8	El Colectivo	65
2.3.9	Grupo SUMA	67
2.3.10	Germinal	68

2.3.11	Frente Mexicano de Grupos Trabajadores de la Cultura	71
2.3.12	Março	72
2.3.13	Taller de Gráfica Monumental	73
2.3.14	Escuela de Cultura Popular Revolucionaria <i>Mártires del 68</i>	74
2.4	Estrategias comunitarias	74
2.4.1	Taller Haltos/2/Hornos	74
2.4.2	La sociedad civil organizada (los sismos de 1985)	79
2.4.3	Sistema de Ediciones Territoriales en Cuba	83
3	Ventajas de los modelos editoriales de baja escala en el contexto mexicano contemporáneo	88
3.1	Financiamiento	91
3.2	Costos de producción y circulación	94
3.3	Impresión de tiros cortos	95
3.4	<i>Desktop Publishing</i>	95
3.5	Digital vs. impreso	98
4	Conversaciones	102
	Macolen, 9 de abril de 2014	103
	Cráneo Invertido, 28 de abril de 2014	121
	Ediciones Joc Doc, 28 de abril 2014	147
	León Muñoz, 5 de junio de 2014	161
	Selva Hernández, 12 de junio de 2014	169
	Conclusiones	181
	Bibliografía	192

## Introducción

“One publishes to find comrades”

André Bretón<sup>1</sup>

El Taller de Ediciones Económicas es una microeditorial<sup>2</sup> fundada por Gabriela Castañeda y Nicolás Pradilla en la ciudad de Guadalajara a finales de 2010. El proyecto se gestó con la determinación de buscar un modelo que permitiera cierta autonomía financiera, que difícil de encontrar bajo la lógica industrial de producción de libros, pues demanda de inversión económica significativa para echarse a andar. Esto limita las posibilidades de maniobra de quienes pretenden arrancar una editorial por cuenta propia.

1 Branwyn, Gareth, *Jamming the media*, Estados Unidos, Chronicle books, 1997. Citado en Ludovico, Alessandro, *Post-digital print. The mutation of publishing since 1894*. Holanda, Onomatopée, 2012.

2 Microeditorial, *small press* o pequeña prensa son términos que aluden a prácticas editoriales en que un pequeño grupo controla todo el proceso editorial: conceptualización, edición, diseño, impresión y distribución del material. Por lo general, estas actividades se realizan en un mismo espacio, y los editores suelen poseer los medios de producción. Los tirajes de las microeditoriales regularmente se encuentran por debajo de los 500 ejemplares por título, de los que publican pocos por año.

El Taller de Ediciones Económicas comenzó a publicar libros desarrollados en conjunto con artistas, utilizando un duplicador electrónico. Después de indagar en diversas fuentes, esta tecnología resultó la más atractiva por su economía, fácil operación y particularidades gráficas de impresión.

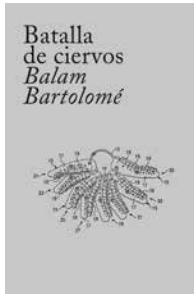
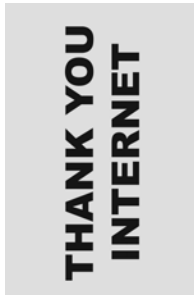
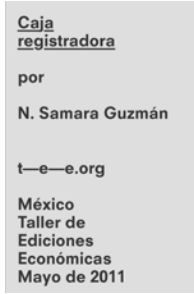
Al contar con un equipo de duplicado que permite realizar tiros cortos, los costos de producción se reducen considerablemente, y esto permite tomar riesgos impensables bajo modelos editoriales industriales.

A pesar de encontrarse prácticamente en desuso, la tecnología del duplicador electrónico se ha popularizado durante los últimos años entre pequeñas editoriales de artistas e ilustradores en nuestro país y otras partes del mundo. El objetivo de este documento es localizar en un marco histórico y conceptual aquellas prácticas adoptadas por editoriales risográficas<sup>3</sup> que, al igual que el Taller de Ediciones Económicas, han optado por la producción editorial utilizando esta máquina heredera del mimeógrafo.

No me detendré a hablar acerca de mi propia editorial, pues pretendo explicarla a partir del trazo de una línea histórica y los argumentos que sustentan su práctica actualmente. Más allá de la revisión de catálogo o el anecdotario, es la toma de postura y la elección de estrategias lo que me interesa. Me parece que para hablar de nuestra propia práctica, están los libros.<sup>4</sup>

3 Riso Kagaku es tal vez la compañía fabricante de duplicadores electrónicos más popular en el mundo. El duplicador Risograph significa —entre los países de habla hispana— a la técnica de que se vale, por lo que es común que se le conozca como risografía.

4 En el sitio web del Taller de Ediciones Económicas se pueden consultar los títulos publicados hasta el momento (t-e-e.org)



Portadas de algunos de los títulos del Taller de Ediciones Económicas publicados a la fecha (de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo): *Caja registradora* de Samara Guzmán, *José Guadalupe Carrillo García (1929-2009)*, de Paula I. Espinoza et al., *El desplazamiento*, de Miguel Fernández, *Thank You Internet*, de Jaime Martínez, *La repercusión de la línea en el espacio* de Pablo Rasgado, *Verbos*, de César Becerril y Jesús Galindo, *Batalla de ciervos*, de Balam Bartolomé, *Avistamientos*, de Juan Nuñez Lepe, y *Estibaliz Chávez*, *Milpa Alta, ciudad de México*, 1992.



Con el surgimiento de soportes digitales para la publicación, y el cambio de paradigma establecido por Internet, las publicaciones impresas —ya sean volantes, periódicos, revistas, libros o panfletos—, han estado expuestas a la constante pregunta acerca de su futuro incierto. Muchos soportes que históricamente existían en el espacio físico están migrando a la red, particularmente revistas y periódicos.<sup>5</sup> Se suele decir que vivimos en la época en que más información ha estado al alcance de un mayor número de personas, sin embargo más información no forzosamente significa mayor conocimiento. En el proceso de migración, los medios de difusión de información están modificando la forma en que comunican; apelando a la lógica de fragmentación y urgencia que tienen las experiencias en red, donde una suerte de estímulo pavloviano ha tendido a limitar nuestra capacidad de concentración en relación con el tiempo dedicado a la lectura de soportes físicos. Durante los años 90 y 2000, el ejercicio editorial independiente, el *fanzine* y la comunicación impresa más inmediata, optaron por replegarse a las redes como reducto de pluralidad y democracia en aras de un mayor alcance a un mínimo costo económico. Sin embargo, desde finales de la década pasada comienza a haber un interés creciente por la publicación impresa. Esto ha dado a luz a un sinnúmero de nuevos sellos editoriales de distinta índole en todo el mundo. Nuestro país no es la excepción. Muchas de estas editoriales comparten el modelo de la pequeña prensa, en donde se producen *fanzines* de cómic e ilustración, libros de poesía y literatura con un perfil conservador en cuanto a volumen de producción y, por ende, a alcance; pero arriesgado en la elección de contenidos, formatos y modelos de circulación.

5 Jimmy Wales, co-fundador de Wikipedia, decía en 2009 que la muerte de las revistas tradicionales (y aquí podemos extenderlo a los periódicos impresos) tiene que ver con la demanda creada por Internet de más información, de mejor calidad y a mayor velocidad, Wales, Jimmy, "Is the Magazine Dead?", jimmywales.com, 21 de octubre, 2009: <http://jimmywales.com/2009/10/21/is-the-magazine-dead/>

El resurgimiento del interés en generar sellos editoriales nuevos tiene mucho de nostalgia, pero también se da como un reclamo de espacios de libertad que se han perdido durante los últimos años en Internet, debido principalmente a que los intereses comerciales han ganado terreno dentro de la red. El acto de publicar en soportes físicos deviene en un gesto de subversión y reclamo de autonomía.

Publicar es establecer canales propios para el diálogo y el intercambio. Un diálogo que se está buscando nuevamente en la publicación impresa, un dispositivo cuya carga simbólica posee una fuerza histórica que difícilmente veremos desaparecer pronto. Este diálogo explora nuevas estrategias para afrontar la posición que adquiere en el impreso dentro del nuevo orden impuesto por los soportes digitales.

Estas estrategias en manos de grupos y colectivos de artistas son el tema del presente documento, en donde se emprende una revisión de sus antecedentes a partir de 1968. Se explorará el uso que de estos dispositivos se ha hecho, particularmente en relación con prácticas que buscan canales alternativos de circulación de la obra artística y apelan a sacarla de galerías y museos para insertarla en el contexto social y la vida cotidiana. Al referirnos a estas prácticas, el mimeógrafo y su heredero —el duplicador electrónico—, tienen el foco de atención. Dada su accesibilidad en términos económicos, posibilitan la autonomía financiera, lo que a su vez permite operar con autonomía discursiva y establecer *canales-otros* de comunicación para generar redes y comunidades de pensamiento libre y colaboración, fuera de los modelos editoriales mercantiles.

La búsqueda de modelos accesibles cobra particular interés en un momento en que la práctica editorial se enfrenta a las condiciones económicas imperantes en países que, como México, padecen de una profunda crisis que no sólo se refleja en el poder adquisitivo de la población, sino en sus instituciones y dinámicas sociales.

El uso de tecnologías baratas de impresión por grupos de artistas –durante el período comprendido entre 1968 y mediados de los años ochenta–, se vincula a la necesidad de establecer redes independientes de comunicación como una forma de contrarrestar al aparato de difusión ligado al Estado. No se trata solamente de evadir la mordaza gubernamental impuesta a las imprentas y medios de comunicación comerciales, sino también de permitirse el hacer más con menos recursos, para así operar con mayor libertad en la búsqueda de interlocutores, y el establecimiento de redes de colaboración y aprendizaje. La pequeña imprenta jugó entonces un papel preponderante en la organización de grupos de estudio y autoeducación, así como fue parte fundamental de la organización civil en momentos críticos de la vida social y política del país como el movimiento estudiantil de 1968, o los sismos de 1985.

La tecnología del mimeógrafo, diseñada a finales del siglo XIX con el propósito de permitir que oficinas y pequeños negocios hicieran tiros cortos de papelería y volantes, ha llegado hasta nuestros días con pocas modificaciones. Continúa siendo accesible, y en los últimos años ha cobrado notoriedad por sus particularidades estéticas que apelan a la nostalgia y el fetiche, pero también por la posibilidad que establece para publicar de manera autónoma. En nuestro país existen al menos cinco jóvenes editoriales que utilizan duplicadores electrónicos para producir sus publicaciones. Las estrategias son diversas, así como el discurso y los resultados; pero ponen nuevamente sobre la mesa un tema que se había diluido con el advenimiento de Internet: el hacerse de los medios de producción permite operar desde la autogestión dentro del espacio físico, en donde la autopublicación permite nuevas posibilidades discursivas dentro de comunidades basadas en el intercambio y el diálogo.

En este documento pretendo develar los argumentos comunes de la práctica editorial con modelos de baja escala en manos de artistas mexicanos. El análisis se hace a partir de una revisión histórica de casos en nuestro país, tomando el año 1968 como punto de partida, para luego plantear algunas problemáticas contemporáneas, y dar voz –mediante una serie de conversaciones– a los agentes que actualmente operan con estos recursos.

## 1 Antecedentes tecnológicos

### 1.1 Duplicadores de estencil

El mimeógrafo, junto con los duplicadores de alcohol y el hectógrafo son tecnologías de impresión de tirada corta cuya popularidad creció durante gran parte del siglo xx. Dada su sencilla operación y bajo costo, el uso de estos aparatos se extendió particularmente entre instituciones que requerían de reproducción de documentos en cantidades intermedias, como escuelas, iglesias, grupos sindicales y partidos políticos pequeños.

El prototipo tecnológico del mimeógrafo se atribuye a Thomas Alva Edison, sin embargo fueron diversos los esfuerzos que contribuyeron al desarrollo de los elementos que conforman el sistema que Edison patentó, así como aquellos que a lo largo del siglo xx lo perfeccionan.

#### 1.1.1 Hectógrafo

En 1869, el ruso Mikhail Alisov inventa el duplicador de gelatina. Este sencillo sistema de duplicado consiste en una tinta o lápiz especial con el que se realiza el documento original o matriz sobre papel de poca absorbencia. La matriz se coloca encima de una cama de gelatina preparada, cuando la tinta aún está fresca; esto se hace con el propósito de transferir la infor-

mación a este sustrato, que posteriormente servirá para realizar las copias. La cama de gelatina puede utilizarse para realizar alrededor de 50 duplicados en papel u otro soporte poroso.



Cartel de 1876 para promocionar el sistema de duplicado de gelatina de la compañía Holcomb. Tomado de Wikimedia.

Al ser un sistema de escasos requerimientos tecnológicos, que utilizado correctamente no genera residuos ni manchas, y cuyos componentes son susceptibles de ser sustituidos por otros similares, resulta muy apropiado en contextos rurales y en actividades clandestinas para las cuales es necesaria suma discreción.<sup>6</sup> A inicios del siglo xx, el proceso de hectografía se popularizó en pruebas escolares, boletines para iglesias y *fanzines*<sup>7</sup> de ciencia ficción amateur. El sistema de transferencia utilizado por el hectógrafo es extremadamente sencillo; existen documentos que describen cómo durante la Segunda Guerra Mundial, un grupo de prisioneros de guerra, confinados en el campo de Stalag Luft III al sudeste de Berlín –en donde se retenía a pilotos aliados

6 Mikhail Alice - INVENTOR typesetting machine, <http://old-kursk.ru/people/shg0803061.html>

7 El término *fanzine* es acuñado en 1940 por Russ Chauvenet, sin embargo, la práctica se remonta a mediados del siglo XIX.

capturados—, fabricaron y utilizaron un hectógrafo para reproducir documentos que formaban parte de un plan de escape masivo.<sup>8</sup>

### 1.1.2 Papirógrafo

En 1874, Eugenio de Zuccato, un italiano residente en Londres, registra con el nombre de papirografía<sup>9</sup> la patente de un proceso de duplicado que utiliza un estencil generado mediante el uso de materiales corrosivos. El proceso consiste en escribir con una tinta corrosiva sobre una hoja de papel cubierta con laca. La tinta devasta sólo aquellas áreas específicas del recubrimiento que han sido sometidas a este material abrasivo. El estencil se lava para dejar libres aquellas áreas tratadas, y permitir el paso de tinta. Este engorroso método utilizaba una prensa de copiado de documentos<sup>10</sup> para hacer los duplicados.

John H. Gage. Prensa de copiado Nashua. Tomado de [http://www.officemuseum.com/copy\\_machines.htm](http://www.officemuseum.com/copy_machines.htm)



- 8 Se puede consultar información detallada, crónicas y fotografías relacionadas con la evasión de Stalag Luft III en: <http://www.b24.net/pow/stalag3.htm>. La historia cobró notoriedad debido al filme norteamericano *The Great Escape*, dirigido por John Sturges en 1963.
- 9 Burns, Bill, "Edison's Electric Pen. 1875: The beginning of office copying technology", en <http://www.electricpen.org/ep.htm> (consultado el 10 de febrero de 2014)
- 10 La prensa de copiado de documentos (*Letter copying press*) es un sistema creado por James Watt hacia 1780. Consiste en una prensa de acero que transfiere tinta especial a papel, mediante capas de papel de seda y humectantes. El proceso sólo podía realizarse dentro de las primeras 24 horas posteriores a la escritura de la carta original.

### 1.1.3 Mimeógrafo

En 1875 en los Estados Unidos, Thomas Alva Edison desarrolla el prototipo de una sencilla máquina de impresión de bajo costo que patenta al año siguiente con el nombre de “Autographic Printing”. La patente registra una pluma eléctrica con motor que se utiliza para perforar el esténcil, así

como una sencilla prensa que lo sostiene para generar los duplicados.<sup>11</sup>

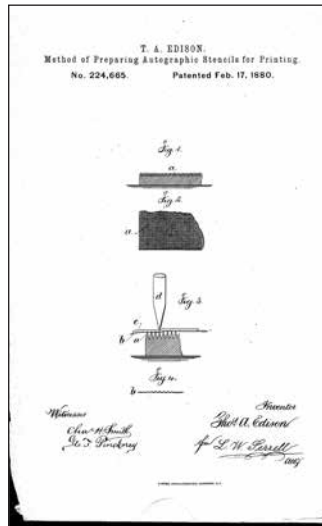


Imagen que acompaña a la patente No. 224,665 A. registrada en febrero de 1880 a nombre de Thomas Alva Edison bajo el nombre de *Method of preparing autographic stencils for printing*. Tomada del banco de patentes de Google.com

Edison, junto con su socio Charles W. Batchelor desarrollaron este sistema con el propósito de poder hacer hasta 100 duplicados de un mismo documento. Para aquel entonces, la reproducción de múltiples copias de un mismo original se encontraba limitada al uso de la imprenta de tipos móviles y la litográfica, sistemas que requerían de equipo costoso y mano de obra especializada, lo que dificultaba a pequeños negocios, oficinas legales o iglesias, disponer de un sistema



adecuado y accesible para duplicar documentos.<sup>12</sup>

Hacia 1880, Edison amplía la patente bajo el título “Method of Preparing Autographic Stencils for Printing”. Esta nueva patente incluye en su descripción, el proceso para la factura de estenciles mediante el uso de una placa metálica perforada. La licencia fue cedida a Albert Blake Dick en 1887, quien registra y emplea por primera vez el término “mimeógrafo” para comenzar a producir industrialmente el sistema de duplicado con fines comerciales.<sup>13</sup>

Grabado publicitario de  
1889 en donde se anuncia  
el mimeógrafo de Edison  
comercializado por A. B. Dick.  
Tomado de Wikimedia.



#### 1.1.4 Ciclostilo automático

David Gestetner inventa el ciclostil automático o ciclógrafo hacia 1894 en el Reino Unido. Se trata de un duplicador de estenciles automatizado que toma como base los principios tecnológicos del mimeógrafo de Edison, patentado diez años antes. El ciclostilo utiliza un estencil de papel cubierto de cera en el que se realizan incisiones a través de las cuales se hace pasar tinta mediante presión con la ayuda de un sistema de rodillos.<sup>14</sup>

El ciclostilo, al igual que el mimeógrafo comercializado por

12 Burns, *op. cit.*

13 “The early history of the mimeograph”, [http://courses.educ.ubc.ca/etec540/Sept06/stollingsl/researchtopic/index\\_files/Page342.htm](http://courses.educ.ubc.ca/etec540/Sept06/stollingsl/researchtopic/index_files/Page342.htm)

14 “Automatic stencil duplicator”, [http://www.officemuseum.com/copy\\_machines.htm](http://www.officemuseum.com/copy_machines.htm)

A.B. Dick Company, tuvieron mejoras subsecuentes que, junto con el perfeccionamiento de la máquina de escribir, mejoraron paulatinamente sus mecanismos hasta integrar estenciles susceptibles de mecanografiarse y obtener una mayor calidad tipográfica.

**THE AUTOMATIC CYCLOSTYLE.**  
THE LATEST IMPROVEMENT IN DUPLICATING APPARATUS.  
FURTHER IMPROVEMENTS JUST MADE.

Editor of  
"We can  
Secretaries of  
for preparing  
documents."

"SCIENCE-GOSSIP," says:  
(NAY, '96, No.)  
well recommend this Machine to  
Scientific Societies and others  
wanting copies of notices or other

For printing Reports, Specifications, Price  
Lists, &c., it is invaluable and soon  
repays its cost.

**With Complete Outfit for  
Reproducing Handwriting**  
Octavo size, **£3 10s. 1**  
Quarto size, **£4 15s. 1**  
Foolscap size, **£5.**

**Extras for Reproducing Typewriting:**  
Octavo size, **10s. 6d. 1**  
Quarto size, **12s. 6d. 1**  
Foolscap size, **12s. 6d. 1**  
Fitted with Unremovable Rollers for Hot  
Climates, **£1 1s.** extra, any size up to  
Foolscap.

To those requiring a cheaper process,  
less easy of manipulation, the following  
is suitable:—

**The "Neo-Cyclostyle  
Hand-Roller Process."**  
Prices from **25s.**  
Unremovable Rollers for Hot Climates  
supplied at an extra cost.

**THE CYCLOSTYLE CO., 34, SNOW HILL,  
LONDON, E.C.**

No. 2 Model (as figured) printing 10 copies per  
minute faster than the ordinary pattern, and with  
shorter turn to handle, it can be complete for  
typewriting.

Send for full illustrated  
particulars post free.



Anuncio del Ciclostilo automatico, 1899.  
Tomado de officemuseum.com

Durante gran parte del siglo xx, los modelos más comunes de mimeógrafo conservan las características básicas del ciclostilo, que consisten en un sencillo alimentador de hojas accionado mediante una manivela, que a su vez inyecta tinta al tambor portador del estencil. De este modo se hace pasar tinta a través de aquellas áreas que han quedado sin recubrimiento de cera al escribir o dibujar sobre ellas. El mecanismo permite que cada giro completo a la manivela produzca un duplicado del documento original.

### 1.1.5 Ditto (duplicador de alcohol)

La compañía norteamericana Ditto Inc. desarrolla y comienza a comercializar el duplicador de alcohol en 1910. El sistema utiliza estenciles de dos hojas similares a los que posteriormente desarrollarían A. B. Dick Company y Gestetner. La di-

ferencia con estos radica en que los Ditto Masters contienen una capa con tinta y otra con un recubrimiento homogéneo de cera sobre el cual queda registrada la matriz invertida que permite el duplicado. La primer hoja se retira, conservando la copia encerada que será adherida al tambor de impresión. El pigmento tradicionalmente empleado en el sistema Ditto, es una anilina púrpura que se transfiere al papel con la ayuda de solventes. En tiempos recientes, se ha descubierto que este pigmento tiene una desventaja importante: debido a la exposición a la luz y otras condiciones del ambiente, tiende a desaparecer con el paso de los años, lo que representa un reto para conservadores de archivo y obra artística.<sup>15</sup>

Anuncio 1965 para el duplicador Ditto. Tomado de officemuseum.com

# 300 DRY COPIES FOR LESS THAN ¼¢ A COPY

**WITH NO STENCILS, PLATES OR INK!**

- 120 copies a minute!
- Duplicates anything you can type, draw, write or trace!
- 1, 2, 3, 4 or 5 colors in ONE operation!
- Use ANY weight paper - even card stock!

When you want copies, you want them **fast!** Sales bulletins, accounting reports, orders, invoices, lists, manuals... all the important paper work that must get done **right now.** ☐ That's where a Ditto Duplicator can help you. Makes 120 dry copies a minute on anything from 2½" x 3½" cards to 14" x 18" paper. ☐ Cover! Sure. Up to five, in **one** operation, with **no** register problems. ☐ Fully automatic. ☐ Silent. Quiet. ☐ Always ready for



**Ditto**  
BRAND

Durante las primeras décadas del siglo xx, la popularización del mimeógrafo fue lenta y discreta, pero hacia la década de 1930, uniones de trabajadores y grupos radicales de izquierda comienzan a utilizarlo con el objeto de producir propaganda, volantes y publicaciones. El teórico marxista ruso Leon Trotsky, por ejemplo, echa mano de su portabilidad y economía, e imprime *Byulleten Oppozitzi*<sup>16</sup> con este sistema durante el exilio. Desde mediados de la década de 1930, y particularmente después de la Segunda Guerra Mundial, el mimeógrafo se convierte en el dispositivo de impresión ideal para operaciones clandestinas; su tamaño y poco peso permiten moverlo de un sitio a otro con facilidad, lo que representa una gran ventaja para activistas y grupos de izquierda revolucionaria en todo el mundo, ya que la movilidad lo convierte en un instrumento furtivo que permite evitar la censura, el decomiso y, eventualmente, el arresto.<sup>17</sup>



Anuncio de 1901 en donde se promociona el mimeógrafo oscilatorio comercializado por A. B. Dick. Tomado de Magazineart.org

En años subsecuentes, estos dispositivos permitieron el desarrollo de la primer ola de *fanzines* en norteamérica, cuyo auge se dio a partir de la década de 1950, sobre todo en San Francisco. Al tiempo que el mimeógrafo se popularizaba en escuelas y oficinas, se comenzaron a producir publicacio-

16 El boletín de la oposición de izquierda dirigido por Trotsky se imprimió en distintas ciudades como Berlín, Nueva York o París, y se introdujo de manera clandestina a la Unión Soviética durante el periodo posterior a su exilio, en 1929.

17 Ludovico, *op. cit.*, p. 38

nes fuera del ámbito comercial entre aficionados a la ciencia-ficción, donde se acuñó el término *fanzine* para nombrar estos cuadernillos engrapados de aspecto crudo y circulación errática, que pronto establecieron particularidades formales y discursivas únicas. El carácter marginal y totalmente alejado del mercado, permitió a su vez que los aficionados a estas publicaciones, establecieran modelos de distribución no monetaria basados en el trueque.<sup>18</sup>

Durante la misma década –que marca el inicio de la Guerra Fría–, en la Unión Soviética postestalinista y otros países del Bloque del Este, el mimeógrafo se empieza a utilizar para reproducir de manera ilegal, copias de literatura disidente prohibida por el gobierno. Este modelo de producción editorial clandestino se conoce como *Samizdat*; el término puede traducirse del ruso como autopublicación. El *Samizdat* fue muy popular en la Unión Soviética, pero particularmente en Polonia y Checoslovaquia. Regularmente se hacían muy pocas copias de los libros o documentos prohibidos, para evitar ser detectados. Estas publicaciones solían estar mecanografiadas individualmente o impresas con la ayuda de hectógrafo o mimeógrafo.

Libros y folletos clandestinos polacos de los años 80; entre los que se encuentra una copia mimeografiada de *Kultura Paryska* (1947 - 2000), una influyente publicación de la migración polaca en Francia. Tomado de Wikimedia.





Equipo de trabajo durante el proceso de impresión del primer número de *Jerome Communique*, periódico mimeografiado, Arkansas, E.E.U.U., 1942. Imagen tomada de [Bookmice.net](http://Bookmice.net)

Los duplicadores Ditto y el mimeógrafo fueron tecnologías complementarias y competidores comerciales; sin embargo, los duplicadores de alcohol Ditto tienen la desventaja de requerir de mayor experiencia del operador, que debe ser muy cuidadoso al generar originales, administrar solventes y controlar la presión durante el proceso de impresión, lo que permitió que el mimeógrafo gozara de mayor éxito comercial en su momento. Previo al paulatino predominio de los sistemas de fotocopiado –que se introdujeron al mercado en 1960 con el lanzamiento de la Xerox 914–, ambos sistemas gozaron de popularidad entre escuelas, iglesias y pequeñas empresas editoriales debido a su operación sencilla, precio accesible y autonomía. La mayor calidad de impresión, independencia de fuentes de energía externas, y la operación libre de solventes, permitieron que el mimeógrafo subsistiera hasta principios del siglo XXI.

### 1.1.6 Xerox

Hacia los años sesenta del siglo xx, se populariza el sistema de copiado en seco desarrollado por Chester Carlson durante la década de 1930, cuya tecnología está basada en el empleo de electricidad estática. Este sistema deviene en fuerte competencia comercial para el mimeógrafo, y comienza a popularizarse en oficinas y establecimientos dedicados a la impresión electrostática a lo largo de los años setenta.<sup>19</sup> Estos centros de copiado permitirán nuevas posibilidades para producciones pequeñas, que tendrán fuerte incidencia en escenas subterráneas como el *punk* en Inglaterra, y que aprovecharán la estética desgastada blanco y negro característica del fotocopiado, para generar códigos propios de identificación que son claros y reconocibles hasta la fecha. Este método barato permitió desarrollar una serie de publicaciones en donde el carácter individual y el espíritu *hazlo tu mismo* dio vida a publicaciones en donde se explotaba la reapropiación de imágenes que actualmente se asocia con el *collage* de la escena *punk* de mediados

Xerox 914, la primer copiadora de oficina automática comercializada por Carlson (1960). Tomada de [officemuseum.com](http://www.officemuseum.com)



19

"Electrostatic Photocopying Machines: Xerography", [http://www.officemuseum.com/copy\\_machines.htm](http://www.officemuseum.com/copy_machines.htm)



de los setenta. Estas publicaciones permitieron a los grupos y colectivos que operaban a nivel local, establecer contacto con grupos de otras ciudades y otros países. De entre las publicaciones arquetípicas de la época podemos mencionar a la británica *Sniffin' Glue* o a *Maximumrockroll* de San Francisco en los Estados Unidos.



Portadas de los números 3 (septiembre de 1977) y 30 (julio de 1977) de *Sniffin' Glue*, icónico fanzine punk publicado por Mark Perry entre 1976 y 1977.

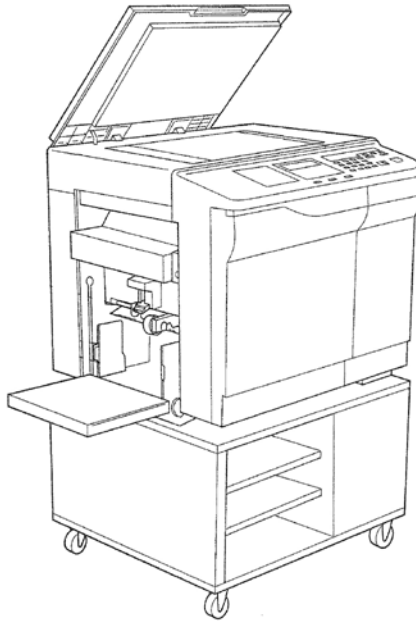
El bajo costo de la xerografía también fue aprovechado por el movimiento internacional de arte correo, que hacia finales de los sesenta utilizó la red internacional de servicio postal para hacer llegar material mimeografiado, fotocopiado o impreso mediante sellos de goma, a prácticamente cualquier sitio del mundo a través de una red de artistas que, de este modo, establecían nuevas políticas de exhibición basadas en el intercambio no monetario de obra gráfica.



## 1.2 Duplicador electrónico

El duplicador electrónico, que hereda y perfecciona el método de duplicado mediante estencil, es una tecnología de impresión económica de alto volumen que resulta muy adecuada en tiros medios de entre 50 y 500 copias de un mismo original.

Ilustración de un duplicador Risograph moderno. Archivo personal.



El origen de los duplicadores electrónicos va de la mano de la compañía japonesa Riso Kagaku, fundada en 1946 por Noboru Hayama como una empresa dedicada a la impresión mimeográfica. Después de haber aportado algunas patentes de emulsión y fabricación de tintas especiales al desarrollo del sistema de duplicado de estencil, la pequeña compañía, para entonces llamada Riso-sha, lanza en 1958 un aparato de reproducción mimeográfica de tecnología propia con el nombre Riso-graph. Nueve años más tarde, en 1967, pre-

sentan comercialmente el Riso Fax JF-7, un aparato térmico diseñado para el perforado de estenciles que mejorará significativamente la calidad de impresión y las posibilidades de maquetación de originales susceptibles de ser utilizados con el sistema de duplicado. A partir de ese momento, la compañía enfocará parte importante de sus esfuerzos en el desarrollo y perfeccionamiento del sistema de transferencia térmica de estencil. En 1977, lanzan Print Gocco B6, un popular sistema mimeográfico doméstico y portátil que permite elaborar estenciles mediante un proceso térmico que emplea bombillas desechables similares a las utilizadas en los antiguos flashes fotográficos. Print Gocco tiene la posibilidad de imprimir echando mano de una amplia gama de tintas de colores comercializadas junto con el sistema, que se diseñó originalmente con la idea de imprimir tarjetas personales. En 1980, aparece el primer sistema Risograph dedicado al uso de oficina, que consiste en un generador de másters y una máquina duplicadora en dos equipos separados. Este es perfeccionado, y para 1984 aparece en el mercado japonés el primer modelo de duplicador que incluye el proceso térmico de generación de estencil y el sistema de impresión en el mismo aparato: el Risograph 007, que dos años más tarde será reemplazado por el Risograph 007 Digital.<sup>20</sup>



Componentes fundamentales del sistema Print Gocco. La compañía Riso Kagaku dejó de comercializarlo en 2008 debido a la baja en ventas. Fotografía tomada de etsy.com

El duplicador electrónico diseñado por Riso Kagaku está basado en tecnología de reproducción de imagen hereda del mimeógrafo. A diferencia de éste, el proceso de generación de estencil es electrónico, lo que significa que el original del cual se harán duplicados se escanea sobre una cama incorporada en el aparato, y transfiere a una plantilla de polímero –o máster– mediante un proceso térmico que quema áreas de la plantilla en correspondencia con la imagen. Una vez listo el máster, se fija mecánicamente a un tambor de entintado. Los duplicadores electrónicos más recientes permiten transferir información al máster directamente de una computadora, por lo que también se les conoce como impresor-duplicador.<sup>21</sup> El duplicador electrónico, al igual que el mimeógrafo, utiliza tintas similares a las usadas en sistemas de impresión offset.

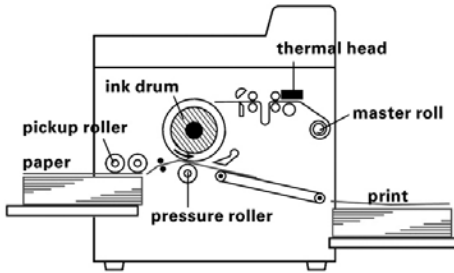
Si bien, los duplicadores electrónicos modernos tienen una apariencia exterior similar a una fotocopidora o impresora láser, el mecanismo es completamente diferente a la tecnología Xerox o de tóner, que emplean electrostática en seco para la reproducción de documentos. En el proceso xerográfico, una superficie es cargada con electricidad estática y expuesta a la luz proveniente de la cama de escaneo. La incidencia de luz sobre la superficie, descarga eléctricamente las áreas expuestas, limitando la carga a aquellas en donde hay sombra. El pigmento en polvo, tinta seca o tóner se adhiere a estas áreas cargadas y se transfiere mediante el mismo campo electrostático al papel, en donde se fija mediante calor y presión.<sup>22</sup>

En la tecnología del duplicador electrónico, el escaneo de la imagen permite la elaboración del estencil original o máster,

21 "Rise of the Risograph", <http://nothingmajor.com/features/17-rise-of-the-risograph-part-one/>

22 "Photocopy: Electrostatic Copying", <http://science.jrank.org/pages/5162/Photocopying-Electrostatic-copying.html> <http://es.wikipedia.org/wiki/Xerograf%C3%ADa>

que servirá para producir las copias, y que se coloca automáticamente alrededor de un tambor de entintado. Al momento de asignar un número de copias por hacer –e iniciar con el proceso de duplicado–, el tambor gira en sincronía con el sistema de alimentación de papel, y administrar tinta a través del esténcil sobre las hojas que cruzan horizontalmente debajo del tambor giratorio, lo que permite que se genere la copia. Este proceso, aunque se ha perfeccionado para poder realizarse a gran velocidad, sigue siendo muy parecido al que llevan a cabo un mimeógrafo o ciclostilo convencionales.



Esquema básico de operación de un duplicador electrónico. Tomado de hatopress.net

En los equipos modernos de duplicado electrónico es posible cambiar los tambores de entintado por otros de colores distintos, lo que permite hacer impresiones en diversos colores, e incluso combinaciones y superposición de tintas si se vuelve a cargar el papel tantas veces como colores adicionales se desee agregar.

A diferencia de la xerografía, en donde el papel se expone a presión y altas temperaturas al pasar por el sistema de rodillos que permiten que se fije la imagen al papel; en el duplicador electrónico, éste cruza horizontalmente bajo el tambor de entintado sin sufrir deformaciones ni cambios térmicos, por lo que no se expone a la destrucción de fibras que puede derivar en un cambio en las características físicas del papel. Otra ventaja del proceso de alimentación en

plano, es que la máquina soporta distintos tipos y pesos de papel, siempre y cuando no sean recubiertos. Por lo general, estos equipos de duplicado pueden imprimir sobre sustratos de entre 60 y 250 gramos; un rango mucho mayor que el aceptado por otros sistemas de copiado e impresión, pues las hojas no se doblan durante el proceso, como sucede con los sistemas electrostáticos que requieren de un proceso térmico que suele realizarse mediante rodillos entre los que se “plancha” el papel, y limita las variedades de sustratos aceptadas.

Los duplicadores digitales tienen un bajo costo operativo. Muchos modelos utilizan tintas de soya, y emplean 75% menos energía eléctrica que los equipos de fotocopiado convencionales,<sup>23</sup> ya que no requieren de calor en su proceso de impresión. Al utilizar tintas de soya, reducen su contribución en la emisión de gases de efecto invernadero,<sup>24</sup> partículas de tóner o partículas de sílice. Los másters están fabricados con fibra de plátano y, a diferencia de lo que sucede en la impresión mediante el sistema offset, sólo es necesario hacer una prueba para que el tambor se encuentre totalmente entintado y listo para imprimir, lo que reduce al mínimo el desperdicio de papel y tinta. Los equipos de duplicado están diseñados para durar, lo que reduce la cantidad de desperdicio electrónico que suele terminar en rellenos sanitarios.

23 Los equipos basados en tecnología electrostática utilizan una gran cantidad de energía para “planchar” el papel y fijar las partículas de tóner.

24 Las tintas originales para equipo Risograph emplean aceite de soya en su fabricación. Esto no significa la eliminación total de componentes derivados del petróleo, ya que ciertos fijadores son de origen fósil, y el estándar para tintas base soya considera suficiente una mezcla compuesta con sólo 40% de aceite vegetal para obtener la certificación. Por otro lado, siguen siendo cuestionables las ventajas medioambientales del uso de tintas vegetales: el monocultivo de soya y otras especies alrededor del mundo representa un peligro para la diversidad biológica del planeta; la creciente demanda a nivel mundial de aceites vegetales contribuye de manera preocupante a la deforestación a gran escala —principalmente de bosques tropicales—. Los factores mencionados ponen en duda las bondades de esta solución, que se supone, representa una reducción de la huella de carbono que el proceso de impresión implica.

## 2 El establecimiento de otros canales

“Una gran cantidad de consignas, denuncias y convocatorias a movilizaciones se expresan en imágenes impresas en un medio destinado principalmente a reproducir (miméticamente) la tipografía mecanografiada sobre un esténcil. Sin embargo, este soporte de trabajo gráfico en manos de los artistas se convertirá en una herramienta fundamental para trabajos de intervención gráfica que se desmarcarán de la tradición del grabado. La tecnología menor del mimeógrafo revela sus capacidades solo a partir de su empleo por los artistas.”<sup>25</sup>

Justo Pastor Mellado

### 2.1 1968

Con la responsabilidad de los XIX Juegos Olímpicos a cuestas, 1968 representa para el gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz, el año de la legitimación de México como una nación moderna donde reina la paz social y la estabilidad política conquistadas por la Revolución Mexicana. Paz y estabilidad que el partido oficial reclamaba como sus éxitos histó-

25 Pastor Mellado, Justo, “El mimeógrafo: herramienta editorial flexible”, justopastormellado.cl, 29 de septiembre de 2005: <http://www.justopastormellado.cl/edicion/index.php?option=content&task=view&id=288&Itemid=28>

ricos<sup>26</sup> a lo largo de cuarenta años en el poder. En ese afán por mostrar al mundo los progresos dignos de fungir como ejemplo para otros países en vías de desarrollo, el programa de la Olimpiada subraya su carácter pacífico y no competitivo con la creación de la Olimpiada Cultural.<sup>27</sup> La cultura y las artes, signos inequívocos de modernidad, aparecen en el discurso oficial como instrumentos de legitimación de una nación que exige su lugar en la lista de los países emergentes. Esta idea contrasta con la debilidad manifiesta en la reacción insegura y excesiva que el régimen muestra en la actitud defensiva que busca evitar cualquier alteración del programa olímpico ante los ojos del mundo entero: el “momento de México” no puede ser opacado por “unos cuantos”. Como sucedió durante el mayo francés, el descontento estudiantil mexicano proviene de una serie de incidentes aparentemente triviales<sup>28</sup> que desencadenan una bola de nieve expresada en la desmesura policiaca y la represión, que detonan y fortalecen un movimiento de estudiantes a nivel nacional que rápidamente gana adeptos entre la sociedad civil. “Las simpatías populares por el movimiento tendían a incrementarse y grupos de trabajadores, estimulados por el ejemplo que estaban recibiendo, empezaron a organizarse y a luchar por sus propias demandas. Comenzaron a aparecer ‘comités de lucha’ en oficinas públicas y se multiplicaron pequeños conflictos laborales.”<sup>29</sup> En un breve lapso de tiempo,

26 Fuentes, Carlos, *Tiempo mexicano*, México, Cuadernos de Joaquín Mortiz, 1971. pp. 150

27 Paz, Octavio. *Posdata*. 4ª edición, México, Siglo XXI, 1970. p. 33

28 El mayo francés de 1968 tiene su origen en el rechazo a la economía mercantil de posguerra y al vuelco consumista que se desencadena durante los años de crecimiento económico. El 68 mexicano tiene su origen en la exigencia de la satisfacción de demandas elementales del sentido democrático, Guevara Niebla, Gilberto, *La democracia en la calle. Crónica del movimiento estudiantil mexicano*. México, 1988, Siglo XXI, p. 39.

29 Guevara Niebla, *op. cit.*, p. 40

se generó una crisis política sin precedente en la historia del partido de la Revolución Mexicana.<sup>30</sup>

### 2.1.1 Volantes, carteles, panfletos

Entre los seis puntos incluidos dentro del pliego petitorio del Consejo Nacional de Huelga (CNH) durante el 68 mexicano, se exige la derogación de los artículos 145 y 145 bis de la Constitución, que en ese momento tipifica como delito la disolución social y castiga con cárcel y multa: “al extranjero o nacional mexicano que en forma hablada o escrita, o por cualquier otro medio realice propaganda política difundiendo ideas, programas o normas de acción [...] que perturben el orden público o afecten la soberanía del Estado Mexicano”. El movimiento estudiantil luchaba por el derecho a la discrepancia.<sup>31</sup>



Cartel del Consejo Nacional de Huelga pegado en el costado de un autobús. 1968. Tomado de Aquino, Arnulfo, *Imágenes épicas en el México Contemporáneo*.

30 *Ibid.*, p. 41

31 Aquino, Arnulfo. *Imágenes épicas en el México contemporáneo*. México, CENIDIAP, INBA, 2011. p. 39



Durante el transcurso de ese año, el control mediático ante el riesgo de perder espacios simbólicos de poder,<sup>32</sup> se manifiesta como medida precautoria y desesperada que escalará paulatinamente junto con el control policial para desembocar en la brutal represión y matanza en la Plaza de las Tres Culturas de Tlatelolco el 2 de octubre. 1968 marca la ruptura del pacto social<sup>33</sup> del régimen del partido de Estado, que había durado más de cuarenta años.

“...a medida que aumentaban los rigores de la represión y crecía la hostilidad de la prensa, la radio y la televisión, en su casi totalidad entregadas al gobierno, el movimiento se robusteció, se extendió y adquirió conciencia de sí. [...] Desde el principio se intentó aislar el movimiento tendiendo un cordón sanitario que lo aislase e impidiese el contacto ideológico. Los dirigentes y funcionarios de los sindicatos obreros se apresuraron a condenar, en términos amenazadores, a los estudiantes; lo mismo hicieron, aunque con menos violencia, los partidos políticos de la izquierda y la derecha oficiales.”<sup>34</sup>

El movimiento estudiantil se encuentra en un punto dentro del cual aquellos medios de comunicación visibles, así como los portavoces de organizaciones sindicales y partidos políticos de diversas tendencias lo desacreditan. Esto establece rápidamente la necesidad de hacerse de medios propios para comunicarse con los demás actores sociales y entre ellos. Desde el Centro de Estudios Cinematográfi-

32 González Martínez, Alfonso, “Elogio del 68. 68 El año que la imaginación desbordó al poder”, en *Cuadernos Arquitectura Docencia* 4-5, México, Facultad de Arquitectura, UNAM, 1990., p. 88

33 Guevara Niebla, *op. cit.*, p. 41

34 Paz, Octavio. *op. cit.*, pp. 33 - 34

cos (CUEC) de la UNAM, con Leobardo López Arretche como representante ante el CNH, se comienza a documentar “la manera en que se articulaba el movimiento con el pueblo”<sup>35</sup>. De ahí surgiría material filmico como *Únete pueblo*, una especie de noticiero del cual el CNH pagó para hacer copias y conseguir una distribución más amplia. *El Grito*, documental editado y firmado por Arretche, es el producto colectivo del material filmado durante esa época. A la par de estos esfuerzos se crearon las brigadas de propaganda del Movimiento Estudiantil, que distribuían material anónimo, cuya función pragmática consistía en difundir las ideas y objetivos del movimiento por medio de mantas, carteles, volantes y panfletos impresos en diversas técnicas como offset, grabado en linóleo, serigrafía o mimeógrafo; sistemas a los que recurrían “para combatir la mordaza pseudolegal que le impedía a las imprentas ofrecer sus servicios a los opositores”<sup>36</sup>. Dicha producción de material gráfico alcanza gran significación y las fuerzas policiales comienzan a perseguir y reprimir la propiedad de mimeógrafos en manos de particulares. Bertha Navarro, amiga del artista Felipe Ehrenberg, es arrestada por transportar un mimeógrafo en su auto en 1968.<sup>37</sup>

Estudiantes de la Academia de San Carlos de la UNAM y La Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado La Esmeralda del INBA, se hacen cargo del diseño e impresión de parte importante del material gráfico y la prensa marginal del momento. Hacia finales de los años sesenta, el arte en México encuentra un vínculo con los movimientos y luchas popu-

35 Vázquez Mantecón, Álvaro, “La visualidad del 68”, en Debroise, Olivier, *et al.*, *La era de la discrepancia. Arte y cultura visual en México 1968-1997*. Museo de Ciencias y Arte, Universidad Nacional Autónoma de México, 2007, p. 34

36 Ehrenberg, Felipe. “Treinta años después. Breve recuento de lo que empezó como una minúscula editorial en las nalgas del mundo.” [librodeartista.info](http://librodeartista.info), 1998: [http://issuu.com/librodeartista/docs/98\\_bgp30mas-\\_con\\_fotos](http://issuu.com/librodeartista/docs/98_bgp30mas-_con_fotos)

37 Pastor Mellado, *op. cit.*

lares, que lleva parte de su producción a una circulación no mercantil.<sup>38</sup>

“La expresión gráfica que se desarrolla desde las comunidades estudiantiles fue la respuesta necesaria y espontánea para denunciar la campaña de difamación de los medios masivos sobre el movimiento, así como difundir al pueblo la propia versión de los acontecimientos. [...] Cabe mencionar la pasión editorial desatada entre los estudiantes y el auge de proclamas, boletines, circulares, volantes y periódicos impresos en mimeógrafo, como órgano principal en la difusión de propaganda escrita y que dio origen a la prensa marginal y los *otros libros* de los años setenta.”<sup>39</sup>

La defensa anti-autoritaria del derecho a la discrepancia es fundamental para entender la importancia que la prensa, la propaganda y otros medios de comunicación alternos, tienen para el movimiento estudiantil durante ese año, pero también para entender el devenir de estos *sistemas*, que en años posteriores representarán un peligro para “la paz” del México moderno que el gobierno de Díaz Ordaz se esfuerza en promover; lo que deriva en la persecución de éstos dispositivos, cuya principal función “es comunicativa, más que estética”.<sup>40</sup> Raúl Renan en *Los otros libros*, hace hincapié en la importancia de la prensa rápida del 68, cuya memoria está registrada en gran medida en hojas mimeografiadas: “Fue tal la producción de impresos salidos de los núcleos de prensa del movimiento, que las autoridades controlaron la venta que los fabricantes hacían de esta generosa imprenta y locali-

38 Híjar, Alberto. Citado en Aquino, Arnulfo, *op. cit.*, p. 30

39 *Ibid.*, p. 39

40 *Ibid.*, p. 40

zaron los focos de trabajo con la intención de desaparecerlos.”<sup>41</sup> Vale la pena recordar cómo durante el régimen soviético posterior a Stalin (1945-1989), la copia y distribución clandestina de literatura prohibida, conocida como *Samizdat*, era una práctica peligrosa dado el control que los servicios de inteligencia tenían sobre las imprentas, copiadoras e incluso las máquinas de escribir que había en existencia, lo que llevaba a hacer copias manuales o con papel carbón para evadir la censura y la cárcel.<sup>42</sup>

La persecución durante el movimiento estudiantil en la ciudad de México llega al grado absurdo de que grupos paramilitares irrumpen en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM para destruir la imprenta.<sup>43</sup> Esta no es la primera ocasión que en México se hace uso de la fuerza para detener la edición de material incómodo: en 1929, el presidente Portes Gil ordena destruir los talleres del periódico *El Machete*, órgano del Partido Comunista Mexicano. Para sorpresa del gobierno, el periódico siguió apareciendo regularmente a pesar del atentado. Durante el 68, *¿Por qué?*, la única revista comercial que divulgaba testimonios del movimiento estudiantil, sufrió el decomiso de varios de sus números por parte del gobierno, particularmente aquellos en que se publican fotografías que evidencian el uso de la fuerza policiaca contra los estudiantes.<sup>44</sup>

Esta es una práctica recurrente que continua teniendo episodios actualmente. Basta recordar la polémica desapari-

41 Renan, Raul, *Los otros libros. Distintas opciones en el trabajo editorial*, México, Coordinación de Humanidades. Dirección General de Fomento Editorial, UNAM, 1988. p. 34

42 <http://es.wikipedia.org/wiki/Samizdat>

43 Aquino, Arnulfo. *op. cit.*, p. 40

44 Trejo Dalarbre, Raúl, *La prensa marginal*, México, Ediciones El Caballito, 1975. p. 70

ción de la edición 1950 del semanario *Proceso* en puntos estratégicos del Estado de México, Guadalajara y la ciudad de México. La portada de la edición de marzo de 2014, cuya compra masiva se orquestó presuntamente desde instancias gubernamentales, presenta una fotografía de Eruviel Ávila acompañada del encabezado: “Estado de México. Disputa Sangrienta. En el gobierno de Eruviel Ávila, como antes en el de Peña Nieto, las narcobandas se matan por el botín mexicano”.<sup>45</sup>

Portada de la revista *¿Por qué?* (número, 14 de julio de 1968). Publicación a cargo de Mario Menéndez Rodríguez. Imagen tomada de <http://cronicas-de-spectator.blogspot.mx/>



Las redes de comunicación con mayor difusión durante 1968 estuvieron a cargo de las brigadas estudiantiles, que lograron establecer vínculos con distintos sectores de la sociedad al utilizar volantes y periódicos como herramientas para difundir sus demandas y contrarrestar la difamación sistemática por parte de los medios masivos de comunicación alineados al gobierno. Papel fundamental jugaron también las pintas en bardas y autobuses, que la policía borraba en cuanto eran detectadas.

La propaganda, al igual que todo el movimiento, fue espontánea, sin embargo hubo esfuerzos dedicados no sólo a dar voz al Comité Coordinador de Huelga, sino a establecer vínculos con fábricas y poblaciones conurbadas como el pueblo de Topilejo en la Delegación Tlalpan de la ciudad de México, en donde el activismo no buscaba la politización de la población local, sino establecer canales de comunicación e información acerca de lo que sucedía en otras colonias y centros de trabajo para así vincularlos.<sup>46</sup> Raúl Trejo Dalarbre cita el caso de la fábrica Spicer en *La prensa marginal*;<sup>47</sup> en donde da cuenta del poder que adquirió el uso del mimeógrafo para la organización de los trabajadores, que alentados por grupos de estudiantes durante ese período, comenzaron a producir pequeñas publicaciones clandestinas que establecían vínculos con sus compañeros para contrarrestar el control de la directiva de los centros de trabajo con el propósito de conseguir mejores condiciones laborales.

La represión al movimiento estudiantil también provocó desmovilización. El activismo comenzó a cobrar más fuerza en movimientos sindicales mientras los estudiantes tendieron a catalizar sus problemas en modas mediatizadas importadas como el rock y el uso de drogas dentro de un espíritu contracultural influenciado por el hipismo y la generación *beat* norteamericanos. Esta búsqueda es —para los movimientos de izquierda—, más de forma que de fondo. Entre las diversas publicaciones de vida efímera de la época, una de las más representativas de esta tendencia es *Piedra Rodante*, uno de los esfuerzos más profesionales por hacer una publicación de “la onda”. A pesar del éxito conseguido durante su corta vida entre 1971 y 1972, terminó cerrando por presión gubernamental ejercida a través de sus anun-

46 Trejo Dalarbre, Raúl, *op. cit.*, P. 72

47 *Ibid.*, p. 73

ciantes. Será este tipo de presión focalizada la que predominará durante toda la década de los setenta, y que formará parte de la guerra sucia o guerra de baja intensidad: un conjunto de medidas militares y policiacas cuyo propósito es acallar y disolver movimientos de oposición. Es durante esa época que comienza la persecución y desaparición de líderes sociales y de presuntos miembros de grupos guerrilleros como la Liga Comunista 23 de septiembre y el Partido de los Pobres. El gobierno busca atacar puntos específicos al interior de organizaciones sociales, grupos estudiantiles y campesinos al tiempo que se ve obligado a promover una aparente “apertura democrática”<sup>48</sup> para garantizar la estabilidad. Durante ese período, en que la explosión demográfica representa un problema para las instituciones de enseñanza superior, y éstas ya no garantizan su papel como promotoras de movilidad social y política para las clases medias, es que se crean —con la intención de atraer a grupos inconformes—, la Universidad Autónoma Metropolitana (1974)<sup>49</sup>, y modelos de apoyo para la clase trabajadora, como el INFO-NAVIT (1972).<sup>50</sup> Es durante este período de “apertura democrática” que, con la Reforma Política de 1977, se legaliza la existencia del Partido Comunista Mexicano, que había sido proscrito por el gobierno en 1940.

48 *Ibid.*, p. 76

49 La creación en 1974 de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) es vista por Arnulfo Aquino como una estrategia del gobierno de Luis Echeverría, en acuerdo con la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior (ANUIES) para descentralizar la educación superior en México y restarle fuerza a la UNAM, Aquino, Arnulfo, *op. cit.*, p. 91

50 López, Julio César, *CLETA: Crónica de un movimiento cultural artístico independiente*. México, Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, Centro de Investigación Teatral Rodolfo Usigli, 2012, pp. 14 - 15

## 2.2 Redes

### 2.2.1 *El Corno Emplumado*

En 1961 llega a México Margaret Randall, quien junto con el poeta Sergio Mondragón, funda *El Corno Emplumado*, una publicación bilingüe de circulación limitada que fungió como eje de una colectividad alrededor de la poesía y la literatura durante los sesenta. *El Corno Emplumado* supone una reconfiguración de las fronteras culturales que refrescó la “isla endogámica de la periferia artística y cultural”<sup>51</sup>. Logró convocar, entre muchos otros, a William Agudelo, Mario Benedetti, William Burroughs, Haroldo de Campos, Ernesto Cardenal, Leonora Carrington, Julio Cortázar, José Luis Cuevas, Roque Dalton, Lawrence Ferlinghetti, Allen Ginsberg, Jack Kerouac, Octavio Paz, Nicanor Parra o Juan Soriano.<sup>52</sup> Cuauhtémoc Medina asegura que esta amalgama sería imposible de reunir en años posteriores, dadas las divergencias ideológicas dentro del campo literario del continente.<sup>53</sup>

La publicación apareció en un contexto en el que las redes de distribución editorial se encontraban mucho menos desarrolladas que en la actualidad, y logró circulación regular mediante suscripción y apoyo de los colaboradores en la distribución. Randall y Mondragón, junto con muchos de sus colaboradores, pusieron esta red a disposición del movimiento estudiantil durante el 68, a fin de contrarrestar la campaña de desinformación del gobierno. Después del 2 de octubre, *El Corno* no se mantuvo neutral y apeló a una revolución en todos los sentidos. “Como ocurría cada vez que el gobierno buscaba censurar a la prensa, la revista perdió de inmediato sus anuncios y subsidios, pero aún así

51 Medina, Cuauhtémoc, “Publicando circuitos”, Debroise, Olivier, *op. cit.*, p. 150

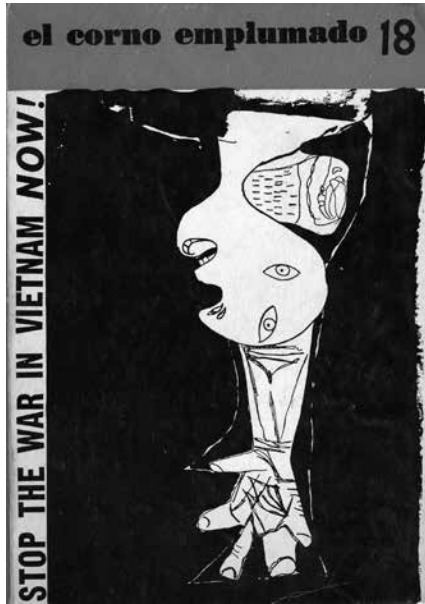
52 Hellion, Martha, *Libros de Artista/ Artist Books*, Tomo I, México, Turner, 2003. p. 40.

53 Debroise, Olivier, *op. cit.*, p. 150



no cerró sino hasta el verano de 1969, cuando Randall, debido a la intimidación policial, se vio forzada a escapar del país...<sup>54</sup>

Portada de El Corno Emplumado 18 (abril de 1966).  
Imagen tomada de artefiteral.com



## 2.2.2 Beau Geste Press

Como sucedió con muchos mexicanos con las posibilidades para hacerlo, los artistas Felipe Ehrenberg y Martha Hellion salen del país con sus dos hijos por temor a la represión en 1969. Tras permanecer unos meses en Nueva York, se trasladan a Islington, un barrio de Londres, Inglaterra. “No obstante lo doloroso del caso, este autoexilio habría de llevar a los Ehrenberg a considerar las posibilidades abiertas por la crisis de los medios tradicionales y el despunte de un arte hecho de acciones y conceptos”<sup>55</sup>

54 *Idem.*

55 *Ibid.* p. 151

Ya instalados en Inglaterra, Felipe comienza a adoptar una serie de prácticas artísticas que hasta entonces había abordado de manera marginal; abandona la pintura y asume su propio cuerpo como detonante, explorando el detritus urbano y los espacios públicos de tránsito, en cierta sintonía con los modelos operativos de Vito Acconci, Richard Long, los *derivés* situacionistas o Fluxus; y en donde el registro mediante dispositivos como el magnetófono, la fotografía y otro tipo de documentos testimoniales, cobran particular importancia.

Ehrenberg encuentra un mimeógrafo Gestetner en una tienda de segunda mano a la vuelta de su departamento en Islington. El aparato, por el que paga 50 libras, no resulta costoso y ofrece en el momento, posibilidades plásticas con las cuales experimentar. Sin embargo, el mismo Felipe Ehrenberg acepta que “adquirió el aparato, sobre todo porque podía disponer de una herramienta cuyo manejo en México era reprimido”.<sup>56</sup> Basta recordar el caso de Bertha Navarro, una amiga muy cercana de la familia, que fue arrestada en 1968 por transportar un mimeógrafo en su auto.<sup>57</sup>

En 1970, Polygonal Group, colaboración de Ehrenberg con el artista Richard Kriesche, lleva a cabo una acción-registro vinculada a una huelga de recolectores de basura en Londres que desemboca en *The 7th Day Chicken*, una exhibición en la galería Sigi Krauss, en la cual se acumulaba basura con el propósito de observar su proceso de descomposición. Uno de los asistentes a la muestra es David Mayor, un historiador del arte que, por aquél entonces, hacía un posgrado en la Universidad de Exeter, y a quien se le había comisionado organizar una exhibición sobre el movimiento Fluxus en Reino Unido. Al tiempo que los Ehrenberg deciden

56 Pastor Mellado, Justo. *op. cit.*

57 Ehrenberg, Felipe, *Manchuria. Visión periférica*, México, Diamantina, 2007. p. 198

abandonar la ciudad y rentar una granja, Mayor se encuentra sin casa, por lo que lo invitan a habitar Langford Courts, en Devon, y compartir techo con ellos y Chris Welch, un artista gráfico que acababa de mudarse al sitio en compañía de su novia. La invitación implicó cohabitar y realizar trabajo en comunión con los demás habitantes con el propósito de sostenerse. El mimeógrafo Gestetner se convierte en un instrumento para financiar las actividades de los habitantes de Langford Courts. Así nace Beau Geste Press, so pretexto de poner en circulación materiales relacionados con la muestra que Mayor tenía entonces entre manos.

“Una máquina es un utensilio cuya eficacia depende de la pericia de su operario: pronto puedo cantar y bailar con mi mimeógrafo; por lo tanto, su tiempo libre se lo ofrezco a mis amistades. La amistad es hábito esencial para la sobrevivencia del arte: el modesto mimeógrafo me permite concebir una faena editorial parecida a la del *Corno Emplumado*, que habían animado Margaret Randall y Sergio Mondragón hasta que se las truncó el 68.”<sup>58</sup>

La muestra *Fluxshoe* toma su nombre de un error tipográfico en el boletín dedicado a la muestra, el cual fue publicado por Beau Geste Press. El evento, que originalmente se titularía *Fluxshow*, tiene sus bases operativas en el modelo de trabajo que la propia granja había generado al momento de conformarse: de ser una muestra académica y monográfica dedicada a Fluxus, se convierte en un aglutinador de actividades en torno al arte-acción y el arte-correo europeos, que de manera tangencial tocan al movimiento Fluxus y que reúne contribuciones de más de 100 artistas bajo un modelo



Portadas de *Fluxshoe* ADD END A 1972-1973 (1973) y *Schmuck 5* (1974), publicaciones de Beau Geste Press. Imágenes tomadas de [artcorwall.org](http://artcorwall.org) y [fondazionebonotto.org](http://fondazionebonotto.org)

itinerante que a lo largo de casi un año pisa distintas ciudades del Reino Unido y se convierte en “una manifestación de la investigación artística y antiartística viva, más que un recuento histórico”.<sup>59</sup> *Fluxshoe* ADD END A 1972-1973 es el punto de arranque de una comunidad establecida en torno a Beau Geste Press, que funge como puente entre Gran Bretaña y América Latina mediante una prensa manual, una microeditorial que a la vez es una comunidad de artistas-impresores dedicados a la publicación de libros de artista, y que incluye trabajo de Felipe Ehrenberg y Martha Hellion, Ulises Carrión, Carolee Schneemann, Michael Nyman y COM (Genesis P-Orridge y Cosey Fanni Tutti) entre muchos otros. Beau Geste Press publicó más de 150 libros entre 1972 y 1976, además de siete números de la revista *Schmuck*, un documento ineludible basado en la entonces creciente red de arte-correo. Beau Geste Press tenía un propósito político: superar las barreras económicas, institucionales y de gusto impuestas a los artistas: “...el principal motivo para que nosotros (o cualquiera) instituyera una imprenta fue tirar por la borda toda la gravosa estupidez de someter una obra

'a ser considerada', y la angustia que produce. [...] El acto de someter una obra de cualquier tipo a la aprobación de un editor trae consigo implícitamente una serie de actitudes de concesión, en detrimento de la obra".<sup>60</sup>

Fundar una editorial-imprenta, implica conservar los medios de producción, lo cual le permite a los artistas establecer un ámbito económico paralelo que les mantiene independientes de los circuitos comerciales –y oficiales– de la producción cultural; y les garantiza autonomía de los controles establecidos por el aparato cultural reinante, a la vez que se constituye como un elemento neurálgico de su práctica artística.

"Cuando un artista se ocupa de escoger su punto de partida, definiendo las fronteras de su campo de trabajo, tiene el derecho de incluir la organización y distribución de su obra como un elemento de su producción. Al hacerlo, crea una estrategia que habrá de convertirse en un elemento formal constitutivo de la obra final"<sup>61</sup>

Felipe Ehrenberg es tal vez el personaje que más atención pone al mimeógrafo como instrumento de subversión dentro del contexto artístico mexicano. Comprende al dispositivo como un arma que da una voz *otra* frente a los medios de comunicación y plataformas editoriales convencionales. Ehrenberg entiende la potencia de este *dispositivo en oposición*; la pulsión del instrumento como eje de una práctica autogestiva que es a la vez amenaza y posibilidad.

60 Felipe Ehrenberg a Paul Brown, *Transgravity*, 5 de julio de 1972. Tate Gallery Archive 815.3.2.1 *bgp correspondence*. 1971-1973, a-f. Citado en Debroise, Olivier, *op. cit.* p. 153

61 Ulises Carrión, "Personal Worlds or Cultural Strategies", *Second Thoughts*, Ámsterdam, void Distributors, 1980. Citado en *Idem*.

### 2.2.3 Ulises Carrión, Other Books and So y El nuevo arte de hacer libros

“En marzo de 1975, tres semanas antes de abrir Other Books and So, envié más de mil cartas solicitando a artistas, escritores y editores que me enviaran sus libros. No incluí ninguna definición precisa de las obras en las que estaba interesado. Sólo dije que quería ‘el tipo de libros que tú haces’.”<sup>62</sup>

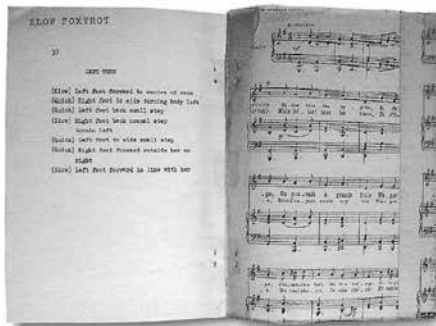
Tras abandonar la narrativa de manera voluntaria, y dejando atrás dos libros de cuentos: *La muerte de miss O* (Era, 1966) y *De Alemania* (Joaquín Mortíz, 1970), Ulises Carrión se instala en Ámsterdam hacia 1970, después de haber estudiado en Francia, Alemania e Inglaterra (donde conoce Beau Geste Press en 1972), para comenzar a explorar la poesía visual y concreta, el arte-correo, los *bookworks*<sup>63</sup> y la escritura crítica en torno al libro como soporte. Se interna rápidamente en la escena artística europea como escritor conceptual y teórico del libro; comienza a desarrollar publicaciones con la ayuda de un mimeógrafo hacia 1971 y, a mediados de 1975, abre Other Books and So: una galería y librería que reunía ejercicios artísticos basados en el soporte libro (*libros-otros*). Rápidamente, Carrión comienza a escribir acerca de su concepción del libro como dispositivo cultural; “El nuevo arte de hacer libros”, publicado originalmente en la revista *Plural* en 1975 –y citado exhaustivamente dentro del contexto artístico–, está originalmente dedicado al universo

62 Carrión, Ulises, “Otros libros” en *El arte nuevo de hacer libros*, Archivo Carrión 1, México, Tumbona, 2013. p. 126

63 Heriberto Yépez, en el prólogo a *El arte nuevo de hacer libros* (*Ibid*, p. 22), abunda sobre el concepto enarbolado por Carrión: “la noción (aún implícita de *bookwork*, que se puede traducir como *obra-de-libro* (con cierta resonancia en la expresión *work of art*) o, simplemente, *obra-libro* (o libro-obra, librobra, bibliobra, biblio-arte, libroarte, entre otras posibilidades)”. El término está relacionado con aquella obra artística que toma al libro –en su sentido más ortodoxo–, como soporte de la misma.

literario y expone las ideas de Carrión, sobre los *libros-otros*. En el ensayo, planteó "... por primera vez al libro como un medio artístico y brindó una reflexión sobre sus condiciones de activación y sus características formales esenciales"<sup>64</sup>. "En el arte viejo el escritor escribe textos. En el arte nuevo, el escritor hace libros"<sup>65</sup> es tal vez una de las frases más célebres del texto de Carrión; es también una de las más claras respecto a la idea que en ese momento tenía de lo que un libro podía ser, al considerar conscientemente sus cualidades espacio-temporales.

Ulises Carrión, *Dancing With You*, 1973. 30 páginas impresas en mimeógrafo y estampadas con sellos a color. In-Out Productions, Amsterdam. Tomado de *Heñón, Martha, Ulises Carrión, ¿Mundos personales o estrategias culturales?*



64 Morales, Lourdes, "Del Libro como estructura" en Debroise, Olivier, *op. cit.*, p. 160

65 Carrión, Ulises, *op. cit.* p. 39

“En el arte nuevo la escritura del texto es sólo el primer eslabón en la cadena que va del escritor al lector. En el arte nuevo el escritor asume la responsabilidad del proceso entero”<sup>66</sup> –Carrión retoma desde otra perspectiva lo que William Morris hacia finales del siglo XIX plantea como pieza fundamental de su práctica editorial: el involucramiento en todos los estadios del proceso editorial; no sólo haciendo uso de los medios de producción, sino participando como un eslabón activo de la cadena de distribución, catalogación y orquestación de discursos, en este caso, desde el archivo. Para Carrión, el establecimiento de Other Books and So conforma parte neurálgica de su práctica artística. Lourdes Morales plantea que para él, el archivo –refiriéndose en concreto al periodo posterior a Other Books and So, llamado Other Books and So Archive– “... era función social, campo de investigación, desarrollo teórico y espacio de creación, era de hecho, obra de arte.”<sup>67</sup> El archivo es “mucho más que un contenedor para coleccionar y preservar objetos, este archivo era el centro físico de una dinámica red de comunicación e intercambio.”<sup>68</sup> En ese sentido, la utilización de libros, correo o video como soporte, no tiene que ver con apelar a tecnologías particulares por la carga simbólica que tienen *per se*, sino con la oportunidad que ofrecen en términos comunicativos, expresivos, y sobre todo, como modelos de distribución y posibilidad para la configuración de redes. Dentro de las estrategias adoptadas por Carrión, la comunicación y distribución son parte fundamental de los sistemas. Una de estas estrategias es el arte correo: “el modelo ideal como sistema de comunicación que incluía la idea de distribución, como parte del proceso de comunicación. El arte correo es básicamente distribución y

66 *Idem.*

67 Debroise, Olivier, *op. cit.*, p. 162

68 Hellion, Martha, *op. cit.*, p. 66



dentro de la distribución también se disemina la ideología.”<sup>69</sup> Las incursiones de Ulises Carrión en el arte-correo amplían y aclaran esta intención de generar obra con una profunda función social y crítica, pues apelan a las posibilidades de organización y distribución de productos culturales. Su trabajo, al igual que en el caso de Ehrenberg y Hellion, pone especial énfasis en “inventar y activar circuitos de colaboración, comunicación y distribución artística”.<sup>70</sup> En cuestionar la naturaleza de la práctica artística, y el establecimiento de redes y comunidades creativas como un requisito fundamental de independencia.<sup>71</sup>

#### 2.2.4 Arte correo y otras estrategias de redes

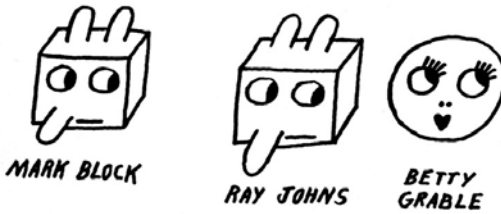
En 1964, la galería Bryon de Nueva York, le envía a Ray Johnson una invitación a la inauguración de una exposición de Pedro Friedberg. Johnson devolvió a Friedberg la invitación partida en dos y unida por la frase “Collage by Ray Johnson” junto con un recorte publicitario religioso y un billete sellado con la leyenda “Troublemaker money”.<sup>72</sup> Desde 1962, Johnson había comenzado a enviar instrucciones por correo, en las cuales se solicitaba agregar algo a la obra recibida para después enviarla a alguien más con el mismo propósito. Ese mismo año funda la New York Correspondance School, una identidad conceptual para los envíos. *El New York Correspondance School Weekly Breeder* se convierte en la primer publicación que vincula a diversos actores del movimiento de arte-correo a nivel global. Su aparición confirma el énfasis

69 *Ibid.*, p. 20

70 Medina, Cuauhtémoc, “Publicando circuitos”, Debroise, Olivier, *op. cit.*, p. 150

71 *Idem.*

72 Marcín, Mauricio, *et al.*, “Arte correo en un libro”, *Arte Correo*, México, Museo de la ciudad de México/ RM Verlag, 2011. P.1



February 19, 1984

Mark,

Please tell all the other kids that the New York Correspondence School is now the New Orleans Correspondence School.

Ray

Postal enviada por Ray Johnson a Mark Block en 1984. Tomado de Panmodern.com, sitio personal de Mark Block.

del movimiento en el concepto de redes<sup>73</sup> que permeará tanto al movimiento de arte correo, el cual tiene vínculos estrechos con la incipiente escena de libros de artista y la escena de publicaciones *underground* o *fanzines* que surgen en núcleos contraculturales durante la década de los sesenta.

Entre las publicaciones de artecorreístas existe un sub-género conocido como ensamblaje, en donde aquél que publica invita a un grupo de colaboradores a que envíen las copias necesarias de su trabajo para cubrir el tiraje total del *fanzine*. Cada pieza terminada incluye una copia de cada uno de los colaboradores y se encuaderna o envuelve para ser enviado a los destinatarios finales y otros colaboradores.<sup>74</sup> *Brain Cell* es una hoja impresa con sellos y estampas hechas con Print

73 Ludovico, Alessandro, *op. cit.*, p. 44

74 *Ibid.*, p. 45

Brain Cell 02, 1985. Imagen tomada de  
brain-cell-compilation.blogspot.mx



Gocco<sup>75</sup> que Ryosuke Cohen publica en Tokyo desde 1985. A la fecha se han realizado 880 ejercicios colaborativos bajo este sello, el más reciente publicado en 2014. En 1970, Richard Kostelanetz funda Assembling Press, que publicó trece libros anuales de arte y literatura *avant-garde*. Kostelanetz invitaba a colaboradores potenciales a enviarle mil copias de aquello que quisieran publicar. Una vez que Kostelanetz tenía el material en mano, lo organizaba alfabéticamente y encuadernaba en libros tamaño carta, con lo que obtenía publicaciones de contenido visual y escrito impredecible.<sup>76</sup> El libro *Aquí* (1979 - 1982) de Manuel Marín, también está basado en la colaboración a distancia utilizando el sistema postal internacional: un número definido de artistas alrededor del mundo es invitado a generar ilustraciones y enviarlas a Marín para que él fabrique sellos de goma con los cuales se iniciará un cruce postal de sellos de goma y tarjetas selladas,

75 Print Gocco es un pequeño sistema doméstico de impresión, comercializado desde 1977 por Riso Kagaku Co., la compañía japonesa que desarrolló el sistema de duplicado Risograph. Las características de Print Gocco son muy similares a las del mimeógrafo manual en el cual se hace pasar tinta a través del estencil con la ayuda de un rodillo. Este contiene una emulsión fotosensible y se coloca debajo del dibujo original a reproducir. Ambos se exponen a un flash de bombilla instalado en el mismo dispositivo, lo que permite que se revele la imagen expuesta al estencil. (ver p. 25)

76 Kostelanetz, Richard, "Assembling", [www.richardkostelanetz.com](http://www.richardkostelanetz.com): <http://www.richardkostelanetz.com/inventories/assembling.html>

mismas que se sugiere hacer públicas en conjunto un día determinado, a manera de exposición simultánea en distintos lugares del mundo. Para Graciela Kartofel y el propio Marín, *Aquí* plantea un modelo en el cual "el vector de producción total, idea-diseño-producción-consumo-uso-reciclamiento, ha sido alterado, trabajado paralela e inversamente, provocando una edición sistemáticamente alternativa."<sup>77</sup>



Evento de sellado colectivo para el proyecto *Aquí* de Manuel Marín. Facultad de Arquitectura, Autogobierno, UNAM. Fotografía de Manuel María (1982). Tomado de *Ediciones de y en Artes Visuales*.

A mediados de los ochenta, César Espinosa y Araceli Zúñiga recuperan su experiencia con el Frente Mexicano de Trabajadores de la Cultura, el TACO de la Perra Brava y El Colectivo, con el objetivo de organizar la Bienal Internacional de Poesía Visual y Experimental en México, para la cual se edita *Signos Corrosivos*, de donde tomo un fragmento de "DidEYética: una post-lectura de la poesía visual" de Márcio Almeida:

77

Kartofel, Graciela y Marín, Manuel, *Ediciones de y en Artes Visuales. Lo Formal y lo Alternativo*, México, Coordinación de Humanidades. Dirección General de Fomento Editorial, UNAM, 1992 (Biblioteca del Editor) pp. 67-70

“Sería el arte-correo el que acabaría con el privilegio mitificador del “aura” del original al reproducir masivamente, al sustraer el arte de la crítica, al demoler las contradicciones, al democratizar la creación, al desregionalizarse como tránsito libre por el mundo, al conciliar códigos, símbolos, grafismos, al particularizar la lectura de lo ‘kitsch’, al humorizar la sociedad erudita, al crear interferencias visuales hasta la saturación...”<sup>78</sup>

### 2.3 Estrategias Colectivas

Durante el período 1940 - 1960, tras el auge de asociaciones como la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios o el Taller de Gráfica Popular, ambos fundados en 1938, la aparente estabilidad económica en México coincide con la pasividad de los frentes artísticos cuyo origen podemos encontrar hacia 1922 con el surgimiento del Movimiento Es-tridentista.

Después de un vacío de alrededor de diez años en que no emerge ningún colectivo, con la represión a movimientos sindicales, como el ferrocarrilero, el magisterial, así como el asesinato del líder campesino Rubén Jaramillo y su familia en mayo de 1962, comienzan a agitarse los ánimos. Para inicios de la década de 1960 existe en el terreno de las artes plásticas una lucha entre corrientes pictóricas en México. La guerra de Vietnam tenía ya cinco años desde su inicio, y algunos artistas se mantenían fuera del conflicto existente entre pintores realistas y abstractos, en favor de un expresionismo cuyos temas se encuentran en el horror de la guerra, ahora mediatizada y bajo la sombra de la Segunda Guerra Mundial.

78

Almeida, Márcio, “DidEYética: una post-lectura de la poesía visual”, en Espinosa, César (compilador), *Signos Corrosivos, Selección de textos sobre poesía visual concreta-experimental-alternativa*, México, Ediciones Literarias de Factor, 1987. p. 81

### 2.3.1 Nueva Presencia

Arnold Belkin y Francisco Icaza conforman Nueva Presencia en 1961. El grupo manifiesta una postura contra la injusticia social, la pobreza, la guerra y las dictaduras. A pesar de su corta vida (el grupo declara su desintegración en 1963), tuvieron un medio de difusión que consistía en una revista-cartel que seguía la tradición de las publicaciones asociadas a las vanguardias de la primer mitad del siglo xx, como *Irradiador* (1923-1924).<sup>79</sup> Entre los primeros puntos de su declaración como grupo, acusan al armamentismo y el cultivo de ejércitos y políticas bélicas; la complicidad de Estados y la complicidad de sectores políticos con las acciones militares de la época. Si bien su llamado no es a realizar trabajo colectivo, sí convocan a otros artistas a participar en una exposición mundial contra la guerra.<sup>80</sup>

El dispositivo impreso es, antes que soporte artístico, plataforma ideológica y aparato de comunicación para la configuración de redes.

### 2.3.2 El Salón Independiente

Durante los Juegos Olímpicos de 1968, la llamada Olimpiada Cultural incluía entre diversas actividades, la convocatoria al Salón Solar (INBA). Dicha convocatoria fue rechazada públicamente mediante una carta firmada por un gran grupo de artistas entre los que figuraban Rufino Tamayo, Carlos Mérida, Gunther Gerzo, Leonora Carrington, José Luis Cuevas, Alberto Gironella, Manuel Felguérez, Vicente Rojo, Fernando García Ponce, Arnold Belkin, Arnaldo Cohen y Felipe Ehrenberg, por nombrar a los más conocidos. La carta rechazaba

79 *Irradiador*, publicación ligada al movimiento estridentista, estaba a cargo de Arqueles Vela, Germán List Arzubide y Manuel Maples Arce.

80 Hijar, Alberto (compilador), *Frentes, coaliciones y talleres. Grupos visuales en México en el siglo xx*. México, Juan Pablos/ CNCA, 2007 pp.157-159

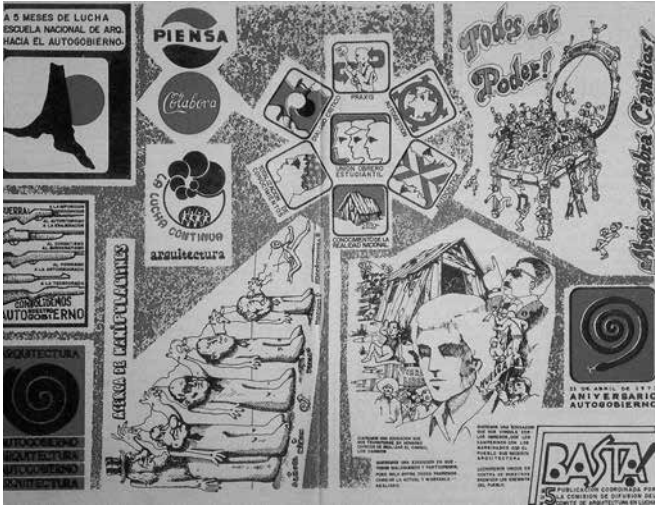
la división arbitraria por técnicas artísticas que se empleaba para el proceso de selección; el otorgamiento de premios, que establecían juicios de valor en un contexto dentro del cual –alegaban– el único beneficiario sería el mercado; así como la diferencia en el monto de los premios asignados a cada categoría, entre otros puntos. Es así como se establece el Salón Independiente que tendrá tres ediciones consecutivas entre 1968 y 1970, teniendo como primera sede al centro cultural Isidro Fabela en San Ángel, ciudad de México y tomando como casa para las siguientes ediciones al Museo de Ciencias y Artes de la UNAM en Ciudad Universitaria. La muestra contaría posteriormente con itinerancia en sedes de Guadalajara, Toluca, La Habana y Medellín. El Salón Independiente tuvo como función el establecer nuevas dinámicas expositivas alejadas de los parámetros que regían el establecimiento de concursos y premios. Nunca tuvo propósitos políticos<sup>81</sup> ni lucrativos, como tampoco la idea de establecer vínculos con la sociedad. Los integrantes del Salón Independiente se manifiestan en bloque contra la matanza de Tlatelolco, que tiene lugar apenas dos semanas antes de la inauguración de la muestra, sin embargo, carecen de un programa que reafirme su independencia, razón por la cual terminan sucumbiendo al desacuerdo. El Salón Independiente tendrá relevancia, pues establece los parámetros para el posterior nacimiento del fenómeno grupal en México durante la segunda mitad de la década de los setenta.

### 2.3.3 El Autogobierno en la Escuela de Arquitectura de la UNAM

La experiencia pedagógica del Autogobierno de la comu-

81 Si bien el rechazo al sistema de selección y otorgamiento de premios planteado por el Salón Solar es un movimiento claramente político que conduce a conformar el Salón Independiente como respuesta y vía alterna, son los intereses personales e inmediatos de los artistas involucrados lo que los lleva a la acción.

nidad escolar en la Escuela Nacional de Arquitectura (ENA) es provocada por la incapacidad de la mayoría de los catedráticos para comprender la dinámica social y que sería puesta en el centro de las demandas planteadas por estudiantes durante los brotes de inconformidad entre 1966 y 1972.



Basta 5, publicación coordinada por la comisión de difusión del comité Arquitectura en Lucha (1973). Imagen tomada de m-guillermocalva02.wix.com

En 1968, la ENA entra al escenario de las luchas organizadas. Conforme pasan los meses, la politización de grupos de alumnos lleva a la toma de conciencia respecto al apoyo a las causas populares y se busca cambiar la mentalidad de estudiantes, profesores y profesionistas sobre el ejercicio profesional en beneficio de los sectores sociales más desprotegidos y explotados.<sup>82</sup> Esto, aunado a la lucha por conflictos de intereses ideológicos, conduce a desavenencias esporádicas y a propuestas de las distintas facciones para la aprobación de nuevos planes de estudios, lo que lleva en 1972 a orientar los esfuerzos de la comunidad a



discutir la formación de un gobierno de los estudiantes, profesores y trabajadores, que posteriormente derivaría en la aprobación de una nueva estructura en la Escuela, denominada Autogobierno, que apuntaba a una práctica profesional crítica que contribuyera a resolver necesidades reales de carácter popular. Para esto, una de las medidas que se tomaron consistió en establecer una nueva estructura organizada por Talleres Integrales, es decir, pequeñas escuelas con autonomía de decisiones, pero ligadas al consejo del Autogobierno. En los Talleres, la materia de Proyectos tuvo un rol fundamental como posibilidad de integrar los conocimientos en el diseño y solución a demandas concretas, con particular énfasis en los sectores populares.

La experiencia del Autogobierno y su organización en Talleres autónomos constituye un esfuerzo que contribuyó a la práctica colectiva e interdisciplinaria al cobijo de la teoría y su relación y entendimiento de las contradicciones sociales del país.

#### 2.3.4 CLETA

Un grupo de estudiantes de teatro de la UNAM, al lado del venezolano Carlos Giménez, montan la obra *El fantoche lusitano* en el Foro Isabelino, que formaba parte de El Eco de Mathias Goeritz, en la colonia San Rafael de la ciudad de México. La obra tuvo buena aceptación, sin embargo las autoridades de la UNAM decidieron no alargar la temporada. Esto, aunado al requerimiento de cobrar a la compañía el uso de tramoya, llevó a que el autodenominado grupo Fantoche tomara el foro, y conformara lo que sería el Centro Libre de Experimentación Teatral y Artística (CLETA) el 1 de febrero de 1973. En ese momento el CLETA planteaba el rechazo a la mercantilización del arte, que —según el primer manifiesto divulgado por el grupo— lleva a la confrontación y competencia entre colegas; al establecimiento de un teatro comercial desprovisto de una visión crítica de la sociedad y totalmente alejado de las problemáticas de ésta.

El llamado de su primer manifiesto invita a crear un Frente de Trabajadores de la Cultura con el propósito de transformar el Foro Isabelino en el espacio de experimentación administrado por los trabajadores de la cultura, y con el objetivo de abrir nuevos teatros de y para el pueblo, así como CLETAS ambulantes que propicien la formación de trabajadores de la cultura dentro y fuera del ámbito académico, involucrando teoría y práctica.<sup>83</sup>

Durante el primer congreso de CLETA, el grupo insiste en que la apropiación de los medios de producción para generar programas culturales al margen del Estado, es la única vía para poder desarrollar contenidos propios provenientes de los intereses del pueblo y utilizando otros medios de distribución de contenidos, alejados de la lógica y el discurso de los medios masivos; el grupo impulsa la publicación de periódicos, revistas, cuadernos y boletines para la comunicación de los avances de su organización, en la cual existe particular interés en la creación de dinámicas y métodos de enseñanza para la preparación política y artística de los miembros, como de otras personas interesadas.<sup>84</sup>

CLETA insiste en recuperar la capacidad de generar contenido por y para el pueblo. El problema al que se enfrentan con el paso del tiempo radica en que los contenidos de la comunicación que desarrollan tenderán a concentrarse en el grupo y sus propios intereses por encima de los intereses populares por los que supuestamente abogan.

### 2.3.5 Tepito Arte Acá

Tepito Arte Acá es un objetivo común: la necesidad de modificar el entorno propio –el barrio de Tepito– a través del arte y la cultura. Para Daniel Manrique –uno de los fundadores

83 *Ibid.*, pp. 221-223

84 *Ibid.*, p. 227

del grupo, y su principal promotor—, “practicar el arte es saber qué hacer con nuestro medio para modificarlo, para mejorarlo”.<sup>85</sup> Arte Acá se trata de utilizar al arte como vehículo, la calle como extensión del cuerpo para crear hechos artísticos que funcionen en la cotidianidad, “saber estar todos con todos, no contra todos”. Su posición política e ideológica evita rebasar el compromiso con el barrio, pues existen para el barrio.<sup>86</sup> Sus actividades están enfocadas en prácticas públicas como el teatro, la música, los murales comunitarios y la edición de un periódico informal llamado *El ñero en la cultura*, en donde se publican ensayos generados por gente del mismo barrio.

Arte Acá es pura función social, un instrumento que echa mano de productos culturales para contrarrestar problemáticas sociales del entorno inmediato como la violencia, la precariedad y la falta de infraestructura cultural y recreativa.

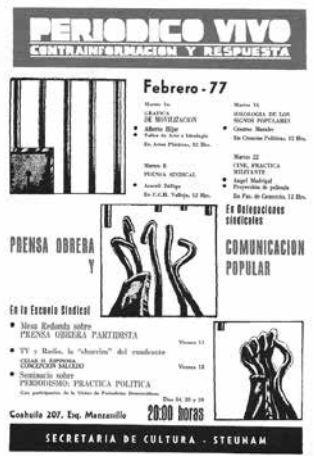
### 2.3.6 El TACO de la Perra Brava

César Espinosa y Araceli Zúñiga se vinculan con el STEUNAM en lo que será un largo período de colaboración como “Centro de Comunicación Crítica”. A partir de una reunión en agosto de 1975, los asistentes proponen “establecer un vehículo de comunicación cultural”; para esto deciden hacer un ensamblaje en el cual una bolsa de papel estraza —como las utilizadas en panaderías de la ciudad de México—, será el contenedor del trabajo de los colaboradores: textos, serigrafías, grabados, fotografías u otros objetos. Los autores deberían entregar el número de reproducciones equivalentes al tiraje total de la bolsa —del mismo modo en que funcionaron antes los proyectos de Ryosuke Cohen y Richard Kostelanetz—. Esta estrategia —que no prosperó—, pretendía eliminar el pa-

85 Manrique, Daniel y Plascencia, Carlos, “Qué es el arte, qué es Tepito Arte Acá 2”, Octubre de 2010. [http://www.youtube.com/watch?v=O\\_VhX-T8INM](http://www.youtube.com/watch?v=O_VhX-T8INM)

86 Hajar, Alberto. *op. cit.*, p. 231

rasitismo de los autores hacia el editor. El proyecto quedó trunco debido a la reticencia de los propios colaboradores a sufragar la reproducción de su trabajo, y a permitirse incluir a colaboradores ajenos al grupo; “al cabo predominó el liberal-individualismo”.<sup>87</sup> El atropellado e infructuoso proceso apunta ya a la búsqueda de un trabajo de comunicación basado en la dinámica colaborativa, y el establecimiento de redes de trabajo al margen del mercado, que posteriormente serán la columna vertebral de su trabajo en conjunto con el STUNAM<sup>88</sup>, con quienes se establece relación a partir de un ciclo de coloquios sobre medios masivos y comunicación popular que se organizaron en la escuela sindical, y en donde se propuso establecer un Centro de Comunicación Crítica bajo el auspicio de la Secretaría de Cultura del sindicato. Es ahí en donde se genera, en colaboración con el Taller de Arte e Ideología (TAI), el *Periódico Vivo* como un órgano de contrainformación y respuesta.<sup>89</sup>



Cartel del *Periódico Vivo*, 1977. Tomado de Hijar, Cristina, *Siete rupos de artistas visuales de los setenta*.

87 Espinosa, César y Zúñiga, Araceli, *La perra brava*, México, UNAM/STUNAM, 2002. Citado en *Ibid.*, p.266

88 Sindicato de Trabajadores de la Universidad Nacional Autónoma de México.

89 Hijar, Alberto. *op. cit.* p 263

### 2.3.7 La Coalición

La Coalición es el primer intento de agrupar colectivos artísticos, que en 1978 verá la consolidación del Frente Mexicano de Grupos Trabajadores de la Cultura (FMGTC).

En 1976, Juan Acha convoca a los grupos de artistas que existían en el momento a realizar una muestra en la línea de los conceptualismos, para lo cual se realizan varias reuniones en la ciudad de México y una gran reunión en casa de Zalathiel Vargas en Zacualpan, Morelos. La muestra nunca se concreta, pero la experiencia en Zacualpan resulta muy enriquecedora debido al intercambio de experiencias e ideas derivadas de la presentación de trabajo realizado por los asistentes, así como la discusión alrededor de las posturas acerca del trabajo artístico y cultural. Entre los participantes se encontraban Felipe Ehrenberg, Rubén Valencia, Alfredo Núñez, Daniel Manrique, Gustavo Bernal, Armando Ramírez, Víctor Muñoz, Carlos Fink, Armando Villagrán, Raúl Tovar, Francisco Marmata, Zalathiel Vargas, Aarón Flores, César Espinosa, Morris Savariego, Miguel Fematt y Juan Acha.

En una carta a Felipe Ehrenberg<sup>90</sup>, César Espinosa hace hincapié en la desorganización que terminó con los intentos de consolidar La Coalición. Destaca la intención de contar para cada reunión con un mimeógrafo que permitiera dejar registro inmediato de los acuerdos y/o documentos derivados de éstas. Generar documentos de cada encuentro, así como publicar ensayos sobre las experiencias colectivas, será una constante en muchos de los grupos y asociaciones de ese período. La herramienta aparece en la carta de Espinosa como condición para realizar las reuniones. Incluso se plantea la discusión acerca de las sedes para futuras reuniones dependiendo de la disponibilidad de un mimeógrafo.

Previo a la existencia de las redes de intercambio *peer-to-peer* y los servicios de alojamiento de información en línea,

la forma más sencilla de compartir información era mediante la tecnología de fotocopiado o duplicado. En la misma carta, Espinosa cierra diciendo: “me gustó mucho tu ‘paquete’ informativo-estético en los *Cuadernos de Comunicación*, junto con el apretado ensayo de Híjar. Estoy dándole vueltas a reproducirlos de alguna manera”. La publicación de documentos *on the fly*, y la posibilidad de contar con las herramientas para generar relatorías multiplicables, apuesta por estrategias de divulgación e intercambio de información que diluyan la capitalización individual del conocimiento.

Espinosa emplea los términos *reproducibilidad* y *serialismo* en la posdata de estos apuntes, al advertirle a Ehrenberg que hará copias de los mismos para distribuir entre los otros miembros de La Coalición.<sup>91</sup> Si bien, el uso de estos dos términos obedece a estrategias artísticas en boga en ese momento, aquí se manifiesta de manera clara la importancia de facilitar la creación de circuitos de colaboración, comunicación y distribución, que son clave en la práctica de Carrión, Ehrenberg y Hellion en su momento, y que permearon en la práctica de muchos de los actores del fenómeno grupal posteriormente. Felipe Ehrenberg había vuelto a México en 1974, para mudarse a Xico, una población cercana a Xalapa, en el estado de Veracruz. En Xalapa funda la editorial de la Escuela de Artes Plásticas de la Universidad Veracruzana, en dónde impartiría clases de mimeografía, electrostática (Xerox) e impresión offset.<sup>92</sup>

### 2.3.8 El Colectivo

En 1976, durante las reuniones poco fructíferas que lleva a cabo La Coalición, se consolidaría El Colectivo, cuyos integrantes –autodefinidos como marginalistas y antiimperialistas–, provienen de la experiencia del TACO de la Perra Bra-

91 *Ibid.*, p. 298

92 Ehrenberg, Felipe, 1998, *op. cit.*

va, así como algunos miembros de Tepito Arte Acá, quienes se involucran sólo al inicio. La principal característica de El Colectivo es la vocación por articularse con organizaciones populares democráticas y la intención de vincular la práctica artística con la vida cotidiana.

A lo largo de los tres años que se mantienen en activo, realizan trabajo de carácter comunitario que consiste en actividades socio-estéticas<sup>93</sup> como ventas de garage que devienen en fiesta, posadas, edición de libros y boletines, pinta de murales, talleres, conferencias y festivales al aire libre con actividades infantiles, cuyo propósito es buscar vías de autoexpresión popular, y lo que ellos mismos llaman alternativas perceptuales<sup>94</sup>. Es decir: generan marcos para la aproximación a actividades estéticas que escapan a la rutina, pero apuestan por integrarse a la cotidianidad. Para El Colectivo, las publicaciones representan la estrategia para distribuir aquellos trabajos formales y teóricos derivados de los círculos de estudio semipúblicos en los que se discutían problemas conceptuales y sociales. Los propios participantes serían los encargados de reproducir la información elaborada que se pondría en circulación mediante bolsas del mandado y otros soportes de comunicación. El trabajo del grupo se concentra en tres ejes: comunitario, callejero y grupal; todos entendidos desde la perspectiva del arte público, para lo cual tomaron una comunidad piloto en la Unidad Habitacional Popular San Fernando, en la colonia Portales. El Colectivo es responsable de la muestra *América en la mira* (1978).<sup>95</sup>

93 Hjar, Alberto. *op. cit.*, p. 301

94 *Ibid.*, p. 306

95 La exhibición convocada por el Frente Mexicano de Trabajadores de la Cultura, con César Espinoza y Araceli Zúñiga al frente, ponderaba el contenido crítico y político en donde la praxis artística pretendía romper con el individualismo y la producción cosmética, Ida Rodríguez Prampolini, "Tianguis o transformación. Las Artes Plásticas en 1978", México, *Nexos*, febrero de 1979.

### 2.3.9 Grupo SUMA

SUMA, al igual que El Colectivo, Arte Acá, o CLETA, busca trabajar en un contexto amplio dentro de la esfera pública. Rechazan el formalismo, al que consideran alejado de los acontecimientos cotidianos, y buscan una experimentación plástica que dé respuesta dentro del contexto urbano a las características de un país dependiente económicamente y en vías de desarrollo como México.

El grupo se forma en 1976 en la Academia de San Carlos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, dentro del taller de investigación visual y pintura mural de Ricardo Rocha. Las primeras prácticas de SUMA consisten en la pinta de murales en lotes baldíos y bardas que suelen ser abandonadas tras los períodos electorales. A raíz del trabajo en el ámbito público, dentro del grupo se discute acerca de las posibilidades que tiene el productor cultural de establecer una relación con el gran público en las condiciones económicas, políticas y sociales del momento; de las probabilidades que existen de que el Estado censure actividades culturales en espacios públicos que tengan una visión crítica; y de la incidencia que tienen los medios masivos de comunicación como obstáculos del desarrollo de la creatividad en los sectores más amplios de la sociedad.

SUMA aprovecha el deshecho industrial y el reciclaje de imágenes provenientes de los medios masivos de comunicación mediante cine super 8, fotografía y grabaciones de campo. Editan publicaciones con sistemas económicos y accesibles de reproducción como el fotocopiado o el mimeógrafo, técnicas con las que habían experimentado poco antes en el Departamento de Artes Visuales de la ENAP durante un taller impartido por Felipe Ehrenberg, experiencia que llevaría a varios a fundar pequeñas editoriales en la década de los ochenta. Durante estas clases se elaboró *El libro de las 24*



horas, que fue impreso en fotocopias:<sup>96</sup>

“Una de las reglas que les impuse era que podían autopublicarse sin apartarse más de 6 cuadras a la redonda, empleando medios como los sellos de goma, la mimeografía, la fotocopia. Podían estar hechos a mano, cosidos o utilizando el *collage* o ensamblajes. De las 16 o 18 personas del grupo, cada uno tenía que hacer 20 hojas iguales para producir 20 ejemplares”<sup>97</sup>

Grupo SUMA será cuna de varios proyectos editoriales que estarán activos durante los años ochenta del siglo xx como Ediciones La Cocina, las revistas *Lacre* y *Paso de peatones* y El Archivero,<sup>98</sup> espacio para el libro de artista que opera en la colonia Roma entre 1984 y 1993.

### 2.3.10 Germinal

Germinal surge en La Esmeralda como un grupo de autoeducación, que estableció un cine club, ciclos de conferen-

96 *El libro de las 24 horas* es una publicación resultado del taller de Felipe Ehrenberg en San Carlos, en el que participaron alumnos del taller de Experimentación Visual y Pintura Mural de Ricardo Rocha en 1975. Entre los alumnos se encontraban Gabriel Macotela, José Juan Carlos Becerra Barbosa, Santiago Rebolledo y René Freire, entre otros. Algunos de ellos formarían posteriormente SUMA.

97 Entrevista a Felipe Ehrenberg, marzo de 2009, en Aroeste Meshoulam, Sara Lillian, *Libro de artista: espacio alternativo. Un repaso de evidencia mexicana*, México, 2010. Tesis (Doctorado en Historia del Arte), Centro de Cultura Casa Lamm. p. 215

98 Gabriel Macotela y Yani Pecanins fundaron Ediciones Mimeográficas La Cocina hacia finales de los setenta. Esta experiencia los llevaría después, influenciados por Other Books and So de Ulises Carrión, a abrir El Archivero, una librería, espacio de exhibición, colección y editorial que fungió como sede nacional del movimiento de libros de artista. Durante el tiempo que duró el proyecto –que dirigían junto con el artista Armando Sáenz Carrillo–, tuvieron locales en la calle de Frontera, Tabasco y un breve período al interior de la Casa del Poeta en la colonia Roma.

cias y un círculo de lectura. A partir de estas actividades proponen un cuestionamiento político de la producción artística mediante el trabajo colectivo, en el cual consideran las prácticas autogestivas y de autoeducación como parte de la praxis política, y buscan el acercamiento con movimientos sociales y organizaciones populares.<sup>99</sup>



Germinal, periódico mural. Tomado de Hjar, Cristina, *Siete rupos de artistas visuales de los setenta*.

Para Germinal, el trabajo colectivo representa una ruptura con los modelos de producción y circulación de obra artística propios de una sociedad capitalista y dependiente. “El trabajo colectivo constituye para el grupo un proceso dinámico de autoeducación y aprendizaje en la producción, discusión y realización conjunta de proyectos.”<sup>100</sup> Desarrollan su trabajo utilizando dispositivos propios de las luchas populares como el cartel, el estencil y la manta, soporte al que recurren con más frecuencia, pues consideran que tiene ciertos paralelismos con la pintura mural, pero con la ventaja de ser un dispositivo portátil y familiar a las manifestaciones populares.

99 Hjar, Alberto. *op. cit.*, p 343

100 *Ibid.*, p 344

“La manta es consecuencia de un trabajo de base en el grupo, no espera como el mural a que el público se aproxime, ya que comunica plásticamente para y con el público en el momento histórico concreto que determinó su producción. La manta es efímera y necesaria. Su participación es complementada por los volantes, los carteles, las consignas y los gritos. Su forma y contenido están determinados por el carácter de las demandas populares de la manifestación, es barata y accesible, de rápida producción y de difusión inmediata, no cabe en las galerías ni puede enmarcarse con vidrio, es un medio comunicativo que puede ser usado por el pueblo.”<sup>101</sup>

Germinal descubre en la manta el dispositivo más propicio para el contexto en el cual como mexicanos estamos habituados a operar, a nivel de calle y desprovisto de obstáculos simbólicos que tienen otros soportes impresos como el libro mismo. La manta es el dispositivo de comunicación idóneo para el contexto mexicano. Sobrevivirá a los volantes y otros dispositivos de propaganda. Libros, revistas y pasquines sucumben ante la ubicuidad y empatía de la manta.

Durante la Revolución Popular Sandinista en Nicaragua, tres de los miembros del grupo se involucran impartiendo talleres y realizando propaganda gráfica como parte de la Cruzada Nacional de Alfabetización, misma en la que Felipe Ehrenberg participa en 1979, al colaborar en la edición de *El manual del editor con huaraches*<sup>102</sup>, dentro de la serie mimeográfica Cuadernos de Comunicación Alternativa, que se distribuye por todo el país centroamericano.

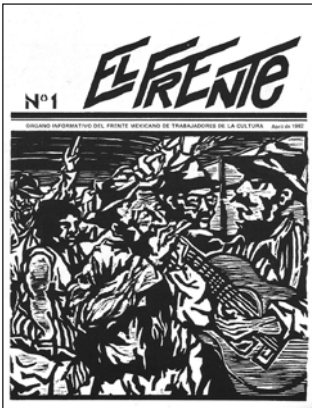
101 *Ibid.*, p. 346

102 En 2.4.1 se abunda acerca de esta publicación.

### 2.3.11 Frente Mexicano de Grupos Trabajadores de la Cultura

El Frente Mexicano de Grupos Trabajadores de la Cultura (FM-GTC) se funda en 1978. Está conformado por diversos grupos entre los que se encuentran El Colectivo, el TACO de la Perra Brava, Germinal, Mira, Proceso Pentágono, SUMA, Taller de Arte e Ideología, Taller de Cine de Octubre, El Centro Regional de Ejercicios Culturales de Veracruz, Cooperativa Chucho el Roto, *Cuadernos Filosóficos*, Sabe Usted Leer, Caligrama y el Taller de Investigación Plástica.

La experiencia adquirida por los diversos colectivos que lo conforman le dan claridad al Frente que, en su declaración de principios, se pronuncia por una producción artística comprometida con las luchas proletarias y democráticas a través de la vinculación solidaria y la socialización cultural y política; por buscar establecer formas de trabajo colectivo para abatir el individualismo y el mercantilismo de la práctica artística impuestos por el sistema dominante; por una formación teórico-práctica, y por la recuperación del control de los medios



Frente Mexicano de Trabajadores de la Cultura, *El Frente* 1 (abril de 1982). Portada. Sergio Montero Olivares, *Comunicación Popular*, Cuadernos del Frente 1, 1983. Tomado de Híjar, Cristina, *Siete rufos de artistas visuales de los setenta*.

de producción, reproducción y circulación de su trabajo.<sup>103</sup> El FMGTC aboga por la generación de productos culturales de raíz ideológica y apuesta por establecer alternativas de comunicación en oposición a la producción de mercancías.

### 2.3.12 Março

Março tuvo como factores determinantes de su práctica la interdisciplina y la división del trabajo dentro de un entorno colectivo pero conservando las individualidades de los participantes. Los ejercicios de comunicación de Março estaban situados en el no-objetualismo y la participación colectiva entre un público heterogéneo. El trabajo del grupo, que paulatinamente fue derivando en publicaciones, era distribuido en los eventos que llevaban a cabo. Otra parte de su trabajo consistía en la socialización de prácticas de escritura pública en las que se repartían pedazos de papel con palabras a los transeúntes, con los que se construían frases sobre la banqueta en una apuesta por la espontaneidad. Estos y otros ejercicios en la vía pública, como los *Poemas topográficos*, fueron abandonados en favor de las publicaciones autofinanciadas que tenían el propósito de ser depositarios y difusores de información cultural. La revista *Março* apareció a fines de 1979 como un gran cartel doblado cuyas páginas contenían obra colectiva o trabajo individual de miembros del grupo y otros artistas invitados.

Al igual que el No-Grupo o Peyote y la Compañía, se encuentran en un punto de transición en el cual conviven el trabajo colectivo de “resistencia” y modos de trabajo individualista.<sup>104</sup>

103 Hajar, Alberto, *op. cit.* p 383

104 Catálogo de exposición: *De los Grupos, los individuos, Artistas Plásticos de los grupos metropolitanos*, México, Museo de Arte Carrillo Gil/ Instituto Nacional de Bellas Artes, 1985. p. 44

### 2.3.13 Taller de Gráfica Monumental

En 1980 surge la carrera de diseño gráfico en la UAM Xochimilco. Ese mismo año se invita a tres integrantes del grupo Germinal para producir un espacio con las características del trabajo desarrollado por ellos en Nicaragua. Así surge, como un espacio de producción teórico-práctico, el Taller de Gráfica Monumental. Ahí se establecen relaciones con organizaciones y movimientos sociales para el desarrollo de murales, mantas, carteles, serigrafías, estenciles, impresión mimeográfica, grabado y museografía.<sup>105</sup> El trabajo se realiza por encargo, con la condición de incorporar a comisionados de la organización solicitante para aprender los procesos. Desarrollaron material de capacitación para la producción de propaganda, como el manual *Mantas, mimeógrafo y periódico mural*, así como antologías de textos teóricos e históricos que cumplieran la función de apuntalar el quehacer del trabajador cultural. Producen también los boletines periódicos *La brocha gorda* y *El tintero*, en los cuales se vierten experiencias y reflexiones sobre el trabajo plástico, poesía, cuento y gráfica elaborada por los trabajadores.



Este boletín/revista abre una brecha más a los seres gráficos del Taller, muestra algunas de sus actividades y experiencias en el campo gráfico, los trabajos subterráneos, críticos, satíricos, subterráneos en oposición y lucha, popular y clandestino, contra el poder, la ideología y la gráfica burocrática.

Cada día de la cultura y la gráfica populares cobran mayor peso e importancia como rasgos de la organización y la lucha popular, como efectivas armas de resistencia. Esto no es nuevo. Es uno de los rasgos tradicionales de las luchas populares de nuestra historia. La necesidad es pensar y sentir esta tradición contemporánea y profundizando sus posibilidades gráficas que sirvan y sea importante por el momento popular, gráfica que genere nuevas relaciones, ideas, sentimientos y pensamientos que, a su vez, den lugar a nuevas relaciones sociales, gráfica sencilla y rápidamente reconocida a la lucha proletaria, gráfica que probe y ayude en la práctica la conciencia proletaria.

Queremos abrir un espacio de diálogo, discusión y relación concreta entre los creadores culturales y gráficos por lo que nos hemos comprometido a publicar un boletín de esta publicación con críticas, ideas, poemas, dibujos, fotos, caricaturas, cómics, etc., y queremos solamente un espacio crítico y constructivo.

Como "el saber de una fiera" y los "voz del mundo" el poder de una patita. Veamos.

★ julio de 1986

La brocha gorda 1, julio de 1986. Tomado de Hijar, Cristina. *Siete rufos de artistas visuales de los setenta.*

### 2.3.14 Escuela de Cultura Popular Revolucionaria *Mártires del 68*

En 1988, a partir del esfuerzo autogestivo del Círculo de Estudio de la Casa del Lago, el Taller de Arte e Ideología, y el CLETA, se funda la Escuela de Cultura Popular Revolucionaria *Mártires del 68* (ECPR-M68), derivada de los esfuerzos históricos de movimientos de izquierda y comunistas en México como la LEAR, Las Preparatorias Populares y el Autogobierno en Arquitectura de la UNAM. Surge de la necesidad de fundar un proyecto cultural educativo vinculado a los movimientos sociales del país, con los que mantienen fuertes vínculos. Actualmente continúan su labor en un local de la colonia Obrera en la ciudad de México, enfocados en talleres de impresión serigráfica, offset, grabado y encuadernación.

## 2.4 Estrategias comunitarias

### 2.4.1 Taller Haltos/2/Hornos

En 1978, al tiempo que trabajaba con el grupo Proceso Pentágono, Felipe Ehrenberg obtiene un apoyo para impartir talleres de pequeña imprenta en distintas localidades del país. En estos talleres enseña la construcción y utilización del mimeógrafo manual, lo cual propicia que se formen imprentas visuales en muchos de estos sitios. Esta experiencia se repite al año siguiente en Nicaragua, donde colabora con el gobierno sandinista en la elaboración de *El manual del editor con huaraches*, una guía dirigida a formar impresores, que no sólo explica el funcionamiento del mimeógrafo manual, sino que además contiene diagramas para la construcción del mismo.

“Del mimeógrafo casero, el *pinocho*, yo enseñé el uso de la herramienta, pero lo importante es qué hacer con la herramienta, no la herramienta misma.

La idea es que ésta facilitaba su producción. *El manual del editor con huaraches* surge de un libro chino titulado *El médico descalzo*,<sup>106</sup> que fue retomado por un europeo quien le llamó *El arquitecto descalzo*.<sup>107</sup> Se producía en oferta sobre demanda, se hacían los que se fueran necesitando en papel económico.”<sup>108</sup>

En *Los otros libros*, un recuento de editoriales no convencionales publicado por primera vez en 1988, Raúl Renán se refiere al mimeógrafo como la máquina ideal y natural para imprimir los *otros libros*<sup>109</sup>, y reproduce fragmentos completos de *El manual del editor con huaraches* con los que describe sus componentes y funcionamiento:

“El mimeógrafo de madera, aunque lento, es una maravilla, pues además de ser portátil, se presta a muchas cosas. Es barato, pero lo es aún más si lo hace uno mismo.

Este aparato casero se presta especialmente para

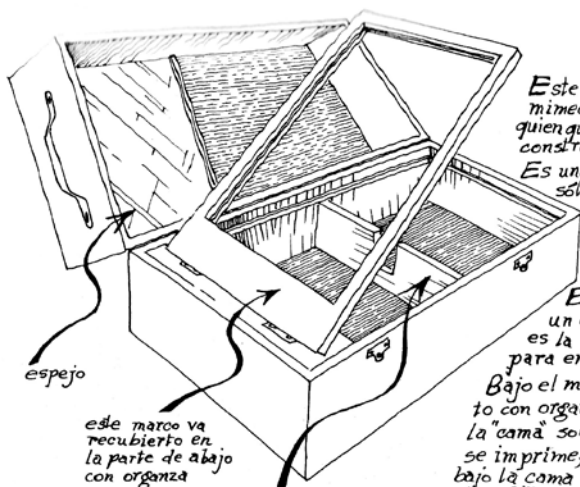
106 En 1968, como parte de la Revolución Cultural, Mao Zedong incorpora el programa de médicos descalzos a la política nacional de la República Popular China. Los médicos descalzos son campesinos con una formación médica y paramédica básica. Trabajan en pueblos rurales en todo el país. Su propósito es llevar cuidados médicos a las áreas rurales a las que no llegan los médicos profesionales.

107 *Manual del arquitecto descalzo* de Johan Van Lengen es un popular manual de autoconstrucción publicado en México durante una estadía del arquitecto en 1982. En el libro se explican técnicas de construcción en contextos pobres mediante el uso de ecotécnicas.

108 Entrevista con Felipe Ehrenberg, marzo de 2009. en Aroeste Meshoulam, Sara Lillian, *op. cit.*, p. 218-221

109 Para Renán, el *otro libro* representa la inconformidad, la apuesta por operar alejado de las condiciones de la industria editorial. En el afán de mantener su autonomía, el *otro libro* suele ser impreso con sistemas económicos por rudimentarios que éstos sean. Renán asegura que el *otro libro* tiene un ciclo de vida efímero, a pesar de que su función es salir del anonimato. Renán, Raúl, *op. cit.*, p. 14





Este es el mimeógrafo que cualquiera puede construir.

Es una caja porque sólo así se puede guardar una "editorial" entera.

En la tapa va un espejo, que es la "platina" para entintar.

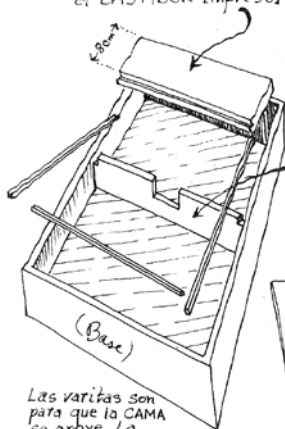
Bajo el marco recubierto con organza está la "cama" sobre la cual se imprime; en el hueco bajo la cama se guarda el rodillo.

espejo

este marco va recubierto en la parte de abajo con organza

Aquí se pone la "cama"

Este es el soporte para el BASTIDOR impresor



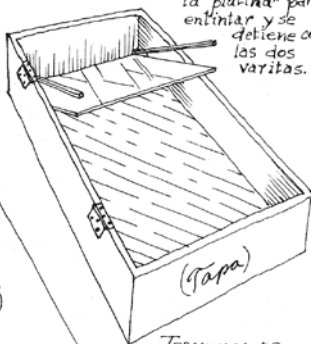
30mm

La división ranurada en medio sirve para guardar el rodillo y para sostener la CAMA

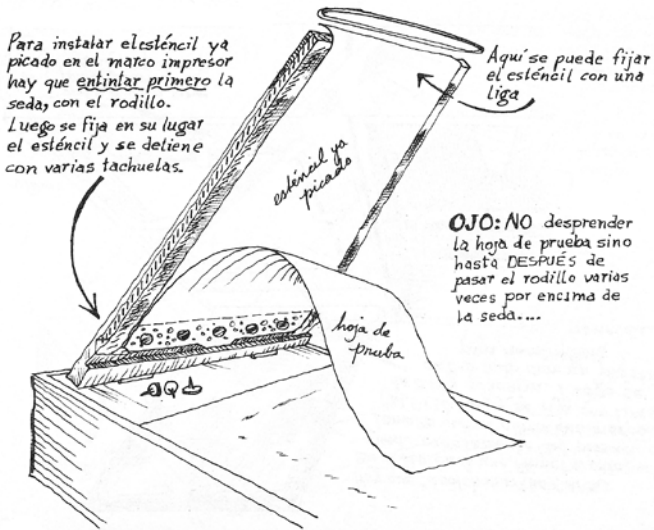
CAMA (de fibracel o triplay)

Las varitas son para que la CAMA se apoye. La CAMA debe quedar al ras del borde de la caja.

Este espejo es la "platina" para entintar y se detiene con las dos varitas.



TERMINADA DE ARMAR LA CAJA PUEDE PINTARSE TODA DE NEGRO.



mezclar tintas y crear nuevos colores y para imprimir en toda suerte de superficies, tales como cartón, tela y triplay, siempre y cuando sean superficies porosas. En el mimeógrafo de madera, es útil trabajar en pareja, pero de preferencia con tres personas: una que ofrezca y retire las hojas de papel, otra que imprima y la tercera que instale y luego guarde los estenciles. Las hojas impresas se acomodan sobre una mesa para evitar el repinte y se juntan al terminar de imprimir.

Atención: Para imprimir con el mimeógrafo de madera hay que entintar el rodillo para cada impresión y dar sólo una pasada sobre la seda. Así se evitan dobles impresiones y otros defectos.

### Los pasos a seguir para una edición mimeográfica

Estos son muy parecidos al proceso de producción de empresas más grandes. Lo más importante al

planificar la edición después de ordenar el material seleccionado es diseñar la publicación. Sólo así se evitarán pérdidas innecesarias de tiempo y materiales. En primer lugar habrá que construir un modelo –la maqueta– tal y como queremos que sea el libro por publicar. De la maqueta saldrá el machote, que será el formato a seguir a lo largo de la publicación. En general, debido a los productos que ofrece el mercado, tendremos que trabajar con base en dos medidas: tamaño oficio (34 x 21.5 cm) y tamaño carta (28 x 21.5 cm). Estos dos formatos son los únicos que caben en máquina de fábrica, pero el mimeógrafo de madera nos permite trabajar sobre medidas más grandes y más chicas.

El tamaño más cómodo para los libros de texto, ya sean de poesías, literarios o científicos, es medio oficio y los pliegos pueden ser doblados o cortados, de acuerdo a como serán empastados. El tamaño recomendable para periódico o revista, siempre y cuando la última contenga 25 hojas o más (igual a 50 páginas o más), es el tamaño carta.

### Los estenciles

Los estenciles de cera, es decir, los que podremos adquirir en cualquier papelería, se pican a mano o en máquina de escribir. Antes de picar el estencil habrá que delinear sobre el mismo las áreas donde irán los textos y/o dibujos.

El estencil electrónico sirve para producir un original previamente preparado. Es el único que reproduce fotografías.”<sup>110</sup>

En 1980, a su vuelta de Nicaragua, Ehrenberg funda los Talleres de Comunicación Haltos/2/Ornos con apoyo del Departamento de Promoción Cultural de la Secretaría de Educación Pública, que en ese momento es precedido por Manuel de la Cera, quien destina recursos para el desarrollo del grupo, que llegó a contar con 26 artistas-instructores que componían los Talleres de Expresión Artística en los estados. En muchos casos, los instructores del proyecto provenían de grupos ya desaparecidos. La intención de H2O era permitir la salida de obra gráfica y establecer modelos pedagógicos en comunidades rurales. Enseñar el uso del mimeógrafo, pero sobre todo enseñar a montar editoriales propias. Su labor en un inicio se enfocó a la impartición de talleres de labor editorial con mimeógrafo, que paulatinamente se extendió al diseño de carteles y pintura mural. Ehrenberg asegura que al terminarse el proyecto, después de casi diez años, habían sido fundadas alrededor de 500 editoriales mimeográficas en todo México.<sup>111</sup>

#### 2.4.2 La sociedad civil organizada (los sismos de 1985)

El 19 de septiembre de 1985, la televisión local mexicana se convierte en una de las primeras víctimas del sismo de 8.1 grados que afectó principalmente a la ciudad de México. Grupo Televisa, la principal cadena de televisión y radio en el país, dejó de transmitir, debido a que la torre principal de Televicentro, en la zona centro de la capital, se derrumbó. Sólo las televisoras estatales y sus canales 11, 7 y 13 se mantuvieron al aire. La cadena privada sólo reanudaría transmisiones hasta pasadas las 12 del día, operando desde sus instalaciones de San Ángel, que no fueron afectadas por el temblor.

En un momento en que la ciudad se encuentra vulnerable y expuesta, cuya crisis se agudizó tras la réplica de 7.3 gra-

dos del 20 de septiembre por la noche, la radio funge como enlace y vínculo entre ciudadanos. A diferencia de lo sucedido con la televisión, cuya única empresa privada deja de funcionar en un momento en que la comunicación es clave, la diversidad de emisoras de radio –cuyo control se encontraba menos centralizado–, permitió que muchas estaciones se mantuvieran al aire y apoyaran como enlace y fuente de información acerca de los avances en las labores de rescate, distribución de víveres y el establecimiento de albergues.

El 19 de septiembre, el ejército salió a las calles con la instrucción de mantener el orden y evitar saqueos; fue la ciudadanía quien de inmediato se lanzó a las calles a organizar brigadas de rescate, a remover escombros y buscar sobrevivientes.<sup>112</sup> Tanto el ejército, como los medios de comunicación conminaban a la ciudadanía a mantenerse alejados de las zonas de desastre y permanecer en casa.

El gobierno de Miguel de la Madrid censuró las cifras de muertos, desaparecidos y damnificados, por lo que no existen datos oficiales a la fecha. Se estima que fallecieron alrededor de 6 000 personas, 20 000 más se cuentan como desaparecidas y alrededor de 150 000 damnificados, de los cuales 30 000 familias perdieron su casa totalmente.<sup>113</sup>

Los sismos de 1985 intensificaron la profunda crisis que se vivía en México y que para la capital de un país completamente centralizado, representó una profunda herida que evidenció el grado de corrupción y cinismo de las autoridades y aquellos con los que de uno u otro modo tenían fructíferas complicidades.

En septiembre de 1985, una vez que Televisa logra normalizar sus actividades, prosigue con la feroz campaña promocional

112      Ramírez Cuevas, Jesús, "Repercusiones sociales y políticas del temblor de 1985. Cuando los ciudadanos tomaron la ciudad en sus manos" México, *La Jornada*, 11 de septiembre de 2005: <http://www.jornada.unam.mx/2005/09/11/mas-jesus.html>

113      Pradilla, Emilio (coord.), *Vulnerabilidad, sismos y sociedad en la ciudad de México. 1985 y el futuro*. México, uvyp-19, Protección Civil DDF, 1996. p. 14

del campeonato mundial de fútbol México 1986. El monopolio de la televisión privada formaba parte del Comité Organizador, e hicieron grandes esfuerzos por demostrar que México se encontraba en posibilidades materiales para conservar la sede.<sup>114</sup> Los sismos del 19 y 20 de septiembre mostraron la reivindicación de poderes cívicos y políticos<sup>115</sup> de la sociedad civil mexicana, que salió a las calles a ayudar ante la incapacidad organizativa y la poca efectividad del gobierno y sus aparatos de comunicación, de la televisión pública y privada, las fallas en las redes de telefonía, y la propia incapacidad material para activar medios alternativos de comunicación al inicio de la crisis. Los primeros cinco días posteriores a la tragedia fueron los días en que se activaron las brigadas y cadenas humanas dedicadas a mover piedras sin los rudimentos necesarios. El impulso perduraría pasados los esfuerzos iniciales por rescatar heridos de entre los escombros, a pesar de que la esperanza de encontrar gente con vida se diluía con el paso de las horas. A partir del 19 de septiembre en la noche ya había miles de damnificados durmiendo en las calles, afuera de sus casas, entre los escombros o en albergues improvisados en parques, banquetas y algunas instalaciones públicas que se mantenían en pie. Hacia el 22 de octubre se conformaría la Coordinadora única de Damnificados, que integraba a más de 200 mil miembros<sup>116</sup> y cuyas demandas consistían en la exigencia de vivienda; castigo a los constructores responsables de los edificios colapsados; indemnización a los afectados y un decreto de expropiación para beneficio de los damnificados.

La Unión de Vecinos y Damnificados de la Colonia Roma (uvyd-19), surgió originalmente como una unión vecinal que

114 Pradilla, Emilio, *op. cit.*, p. 27

115 Monsiváis, Carlos, *Entrada libre. Crónicas de la sociedad que se organiza*. México, Era, 1987. p.20

116 Aquino, Arnulfo. *op. cit.* p.124

hacía listados de desaparecidos y organizaba alimento para los damnificados. Desde los primeros días estableció una organización cultural dedicada a organizar eventos de cine, música y teatro en campamentos, plazas y parques, lugares que fungían también como tribuna para exponer los problemas a los que los damnificados se enfrentaban. La Comisión Cultural generó una serie de folletos, volantes y panfletos –la mayoría de estos, mimeografiados, algunos otros impresos en offset–, que daban cuenta de las actividades que llevaba a cabo la Comisión, pero que también fungían como órganos de comunicación civil entre los damnificados. La UVD-19 y su Comisión Cultural consideraban al damnificado como un individuo con múltiples necesidades y posibilidades que no terminaban en la demanda de vivienda digna. Gestionaron vivienda, pero también apoyaron a los creadores y contribuyeron a formar públicos para las artes, consideradas como una necesidad integral del individuo.<sup>117</sup>

En 1987, la Sala de Arte Público Siqueiros en la ciudad de México presentó la carpeta de grabados *A la calle*, que reunía intereses comunes alrededor de la lucha de los años anteriores vinculada a grupos de damnificados del sismo de 1985. Durante la presentación se reunieron integrantes del Taller de Gráfica Monumental de la UAM-X, el Taller de Producción y Comunicación Gráfica (TCG), CLETA y otros colectivos que participaron activamente en la conformación de dinámicas culturales alrededor de los primeros años de lucha de los damnificados del sismo, y que utilizaron medios de bajo costo como la serigrafía, la plantilla, el grabado y el mimeógrafo para coadyuvar en la comunicación de las demandas de los grupos sociales afectados.<sup>118</sup>

117 *Ibid.*, p. 125

118 *Ibid.*, p. 127

### 2.4.3 Sistema de Ediciones Territoriales en Cuba

En agosto de 2000, el Ministerio Cubano de Cultura adquiere, por decreto gubernamental, máquinas Risograph para ser instaladas en las 14 provincias y el municipio especial de Isla de la Juventud. Con esto, se crea el Sistema de Ediciones Territoriales, con el cual, el gobierno cubano busca descentralizar la impresión de publicaciones, y otorgarle cierta autonomía a las editoriales en las distintas provincias para poder publicar a más autores de los que podían permitirse con las imprentas offset de la isla. La adquisición del equipo coincidió con la puesta en marcha de la red de computación de las direcciones municipales de cultura, de modo que en los espacios asignados para la instalación de los duplicadores, se contaba también con equipo de cómputo para poder trabajar en el diseño de los libros. Los principales beneficiados de este programa fueron los escritores emergentes alejados de los centros editoriales de la Habana, a quienes les resultaba aún más complicado canalizar su material para impresión, pues esto implicaba anotarse en las pesadillezas listas de espera de las grandes imprentas de la capital.<sup>119</sup>

El Sistema de Ediciones Territoriales —o riso como se le conoce en la isla—, ha permitido la publicación de una cantidad considerable de obras que, de otro modo, difícilmente habrían visto la luz. Estas publicaciones, que en promedio tienen una tirada de 700 ejemplares, suelen ser distribuidas a nivel local y en ferias del libro alrededor del país, incluyendo la Feria Internacional del Libro de La Habana. Los libros también se depositan en la Biblioteca Nacional José Martí y en las distintas bibliotecas provinciales.

Después de cinco años de arrancado el programa, en 2005 se habían publicado, según cifras de las Direcciones Muni-

119

De la Hoz, Pedro, "Cinco años de ediciones territoriales", *La Jiribilla*, Año IV, Número 223 (13 al 19 de agosto, 2005), Cuba, 2005



cipales de Cultura, 2 186 títulos de 1 931 autores distintos. La mayoría de las revistas culturales en las provincias cubanas se imprimen también en máquinas Risograph. Los Centros Provinciales del Libro arrancaron en el año 2000 sin demasiada idea de cómo hacer libros: con escaso conocimiento de la tecnología, del diseño de las publicaciones y otros rudimentos relacionados con la práctica editorial: faltaban informáticos, editores y diseñadores. Se fue aprendiendo sobre la marcha. En algunas provincias existían editoriales tiempo antes de la llegada de la Riso, y éstas tuvieron ciertas ventajas, pues conocían de antemano la labor editorial y el diseño de publicaciones. Muchos otros aprendieron trabajando.

Con la idea de hacer consenso, se crearon consejos editoriales municipales vinculados a las provincias que decidían qué libros se habrían de imprimir. En un arranque de entusiasmo por la llegada de las máquinas Risograph y las computadoras, en algún momento se llegó a pensar en establecer una editorial por municipio en toda la isla.<sup>120</sup> Alejandro González Bermudez, de la editorial Ácana de Camagüey, reconoce<sup>121</sup> que el primer impulso que hubo en editoriales como la suya —que existía discretamente desde 1990 con un catálogo de apenas 25 títulos en diez años—, fue imprimir una gran cantidad de títulos, aún en tiradas cortas. Para 2005, Ácana contaba con 120 títulos en su catálogo. Esta estrategia tendió a cambiar después de pasados cinco años, la producción se midió y ponderaron hacer tiros un poco más grandes de títulos que los consejos consideraban de mayor calidad, así desplazaron la tendencia inicial de imprimir a la mayor cantidad de autores posible. En el municipio de Ciego de Ávila, por ejemplo, durante

120 Sánchez, Francis, "Posibilidad de existir", *La Jiribilla*, Año IV, Número 223, *op. cit.*

121 González Bermudez, Alejandro, "Ácana y la Riso", *La Jiribilla*, Año IV, Número 223, *op. cit.*

la segunda mitad de los años 90, se lograban imprimir en poligráfico<sup>122</sup> dos títulos al año. Para 2005, con el establecimiento de la Riso en la provincia, se publicaban alrededor de 30 títulos anuales en este sistema.<sup>123</sup>

La copiosa producción de títulos que se desató con el establecimiento del Sistema de Ediciones Territoriales y los Centros Provinciales del Libro trajo también un problema: en ciertos casos, aquellos textos que antes se debatían en talleres literarios, ejercicios de estilo y obras inacabadas, vieron la luz como impresos gracias a la Riso. La crítica a los métodos de evaluación del material publicable y el establecimiento de comités han ayudado a medir lo que en un principio fue el aprovechamiento de la tecnología para la producción en masa de títulos. Esta práctica ha dado paso a la medida, a buscar títulos de calidad para evitar caer en la desfachatez que la accesibilidad del sistema permite.

Ponderar la cantidad de títulos publicados por encima de la calidad de los mismos, evidentemente tiene que ver con el interés que hay por nutrir las estadísticas. Francis Sánchez apunta que existen una serie de amenazas a la legitimidad del sistema: por un lado la falta de rigor editorial en la toma de decisiones de lo que se imprime, la homogeneidad de los títulos publicados con ayuda del sistema, que “hechas con idéntico aspecto las buenas, malas y peores”, es difícil distinguir la calidad de los escritos; y, que en ese afán democrático que busca la impresión de la mayor cantidad de títulos, se limiten las tiradas a pocos ejemplares, dificultando aún más el de antemano complejo problema de la distribución.

A pesar de los riesgos implícitos en la democratización editorial –del mismo modo que se cuestionaba en ciertos ámbitos la democratización implícita en los modelos de pu-

122 Impresión en sistema offset.

123 Sánchez, Francis, *op. cit.*

blicación *online*, cuando esta se comenzó a popularizar—, el Sistema de Ediciones Territoriales establece canales alternos y desmantela el embudo, tanto de la espera de dictamen, como del tiempo de máquina en las grandes imprentas de la Habana. Esto ha permitido también establecer circuitos y discusiones locales de asuntos literarios e históricos que de otro modo habrían quedado limitados a la oralidad. El Sistema de Ediciones Territoriales también trajo consigo ventajas adicionales para los escritores de las provincias: una fuente de empleo tal vez más digna que aquellas a las que anteriormente tenían que someterse con el propósito de poder escribir. En lugar de un puesto nocturno en una granja o taller, los escritores comenzaron a participar de las actividades implícitas en el desarrollo de las editoriales provinciales como editores, correctores o diseñadores.

Según *Invasor*,<sup>124</sup> periódico digital de Ciego de Ávila, existen veintidós editoriales que utilizan el sistema Risograph en Cuba. Algunas de ellas son anteriores al establecimiento del sistema en el año 2000: Pinar del Río: Ediciones Loynaz; Matanzas: Ediciones Matanzas y Aldabón, Asociación Hermanos Saíz (AHS)<sup>125</sup>; Ciudad de La Habana: Extramuros y Unicornio; Villa Clara: Capiro y Sed de Belleza (AHS); Cienfuegos: Mecenas y Reina del Mar (AHS); Sancti Spiritus: Luminaria; Ciego de Ávila: Ediciones Ávila; Camagüey: Ácana; Las Tunas: San Lope; Holguín: Ediciones Holguín y La Luz (AHS); Granma: Ediciones Orto (Manzanillo) y Bayamo (Bayamo); Santiago: Ediciones Santiago; Guantánamo: El Mar y la montaña; Isla de la juventud: Editorial El Abra, Áncora (AHS); Unión de historiadores de Cuba: Ediciones Historia. Sería ingenuo celebrar *per se* la diversificación de la pro-

124 <http://www.invasor.cu/index.php/es/hipertextos/6417-sistema-de-ediciones-territoriales> (consultado el 27 de febrero de 2014)

125 La Asociación Hermanos Saíz (AHS) es una organización cultural cubana de carácter voluntario, creada en 1986. La asociación reúne a escritores, artistas, intelectuales y promotores menores de 35 años de todo el país.

puesta editorial que supone el establecimiento de mecanismos como el de las editoriales provinciales. Es real el peligro de que el afán por producir una mayor cantidad de títulos distribuidos de manera precaria, derive en hacer de muchos títulos valiosos, balas perdidas entre productos editoriales de calidades dispares. Retomo a capricho algunos puntos que me parecen fundamentales de un texto de David Curvelo sobre las Territoriales;<sup>126</sup> aquellos tópicos que se pueden extender a prácticas editoriales similares fuera de la isla y que resultan básicos para poder consolidar un modelo editorial fortalecido que saca provecho de un sistema accesible como el Risograph: Trabajar por conseguir una mejor educación visual para los encargados del diseño de las colecciones, que conceptualicen desde el planteamiento editorial las colecciones, para hacer libros interesantes y bellos, a pesar de las limitantes del sistema, pero también consecuentes con sus propias limitaciones; una mejor conceptualización del trabajo editorial; poner atención a las decisiones acerca de tirajes y títulos a publicar con el propósito de asegurarle una mayor circulación alrededor de toda la isla; y una perspectiva crítica de los productos editoriales.

### 3 Ventajas de los modelos editoriales de baja escala en el contexto mexicano contemporáneo

“Los medios más antiguos, los que no se miden por la producción en masa, cobran nueva actualidad: la de lo marginal y la de la improvisación. Sólo ellos podrán eludir el frente único del *trust* y la técnica. En un mundo en el que hace tiempo que los libros no parecen libros, sólo valen como tales los que no lo son, Como en los comienzos de la era burguesa tuvo lugar la invención de la imprenta, pronto llegará su revocación por la mimeografía, el único medio adecuado, discreto, de difusión.”

Theodor Adorno, *Mínima Moralía*<sup>127</sup>

Hacia 1891, William Morris, pintor y artesano marxista fundador del movimiento Arts & Crafts, ante la frustración por lo que consideraba un declive de los estándares de calidad en el diseño e impresión de libros –derivado de las transformaciones socioeconómicas que la Revolución Industrial había traído a los procesos de producción–, e interesado en la publicación de sus propios textos, funda junto con Emery Walker, una pequeña casa editorial llamada Kelmscott Press. Para Morris y Walker, es sólo a través de la recuperación de los medios de producción, y la factura mediante técnicas

artesanales en una organización horizontal, que se puede recuperar la pasión por lo bien hecho.<sup>128</sup> Morris y Walker ponen en marcha una vieja prensa en una casa de Kelmscott en Hammersmith, Inglaterra. El primer título que publican es *La historia de la planicie resplandeciente* de William Morris, que incluye ilustraciones de Walter Crane y del que se tiraron 200 copias.



[Photo] [Walter de Cockrell]  
Sussex House, Hammersmith, occupied  
by the Kelmscott Press

La Sussex House en Hammersmith,  
donde se estableció Kelmscott Press.  
Fotografía de Walker & Cockrell.

El interés de Morris por el cuidado de la edición de sus publicaciones, los llevó a confeccionar su propio papel con el apoyo de una pequeña productora en Kent. Incluso en algún momento consideraron la posibilidad de fabricar sus propias tintas de impresión, sin embargo abandonaron la idea al no poder asegurar la calidad de los ingredientes disponibles. La imprenta Kelmscott se mantuvo activa entre 1891 y 1898, tiempo durante el cual publicaron 53 títulos con un tiraje total aproximado de 18 000 ejemplares.

128 El movimiento Arts & Crafts planteaba una recuperación de técnicas artesanales y modelos de organización gremial como una crítica al "industrialismo" o "comercialismo" al que consideraban una enfermedad de la civilización industrial de finales del siglo XIX. Esta crítica está teñida de nostalgia y, según Irene Martínez Sahuquillo, es idealista, pues "localizaba la cuestión social en el terreno de los valores estéticos y morales, soslayando toda consideración de los factores económicos y políticos que constituían la base de la sociedad industrial" Martínez Sahuquillo, Irene, "William Morris y la crítica a la sociedad industrial: una síntesis singular del radicalismo romántico y marxismo", Madrid, *Reis* 66, 1994. p 172

En “Art and it’s Producers”, Morris expresa su rechazo al trabajo alienado;<sup>129</sup> una de las preocupaciones que llevan a la fundación de Kelmscott; “debemos ser los amos de nuestras máquinas, no sus esclavos”. La voluntad por recuperar los medios de producción, y el interés en el trabajo artesanal es una manifestación del rechazo a la producción industrializada que objetifica<sup>130</sup> al trabajador: “No se trata de deshacer nos de esta o aquella máquina: objetos tangibles de acero y latón; sino de la intangible y gigantesca maquinaria de la tiranía comercial que oprime la vida de todos nosotros [...] Debemos aunar a la necesidad de trabajo, el incentivo del placer y el interés en el trabajo mismo”.<sup>131</sup>

Irónicamente, el cuidado hasta el último detalle en la calidad de los materiales empleados y el complejo trabajo artesanal, volvían inaccesibles los libros publicados por Kelmscott Press, que sólo las clases más acomodadas podían adquirir.

La empresa de Morris establece las bases para el trabajo editorial controlado por un pequeño equipo que posee los medios de producción. Es el antecedente de prácticas de autoedición que surgirán durante la segunda mitad del siglo xx.

La idea de una microeditorial, como se plantea aquí, parte de desarrollar publicaciones empleando un equipo y presupuestos mínimos que permitan operar con mayor libertad y autonomía que una editorial convencional.

129 Marx, Carlos, *Manuscritos económico-filosóficos de 1844*, México, Grijalbo, Colección 70, 1968. p. 78

130 Para Marx, “El obrero se empobrece tanto más cuanto más riqueza produce, cuanto más aumenta su producción en extensión y en poder. El obrero se convierte en una mercancía tanto más barata cuantas más mercancías crea”, Marx, Carlos, *op. cit.*, p. 74

131 Morris, William, *Art and Its Producers and The Arts and Crafts of Today: Two Addresses Delivered Before the National Association for the Advancement of Art*, London, Longmans & Co., 1901. (<https://www.marxists.org/archive/morris/works/1888/producer.htm>.) La traducción es mía.

### 3.1 Financiamiento

Uno de los factores decisivos para la permanencia de un proyecto editorial es, sin duda, su estabilidad financiera. Dentro de un contexto socioeconómico precario en el cual impera la desigualdad –manifiesta en la distribución inequitativa de recursos y bienes–, el establecimiento de proyectos editoriales sostenibles puede depender de diversos factores entre los que habría que poner particular atención a la fuente de ingresos iniciales. Podemos considerar los siguientes, como modelos más recurrentes:<sup>132</sup>

La adhesión a un aparato financiero sólido que subvencione desde la iniciativa privada; como lo puede ser una casa editorial mayor u otro modelo de financiamiento como el patrocinio por parte de compañías que no forzosamente se dedican a la edición de publicaciones, pero que pueden ver un beneficio atractivo en el apoyo a productos culturales. Esto puede traer consigo el condicionamiento de los contenidos, aspecto y redes de distribución de la publicación para favorecer los intereses ideológicos y económicos de quien solventa. En este caso, los productos culturales devienen en dispositivos de legitimación para quien financia.

El acceso a recursos mediante licitaciones y apoyos gubernamentales para la producción. Este modelo, muy socorrido en México, conlleva ciertas implicaciones: exista o no el respeto del contenido íntegro de las publicaciones, el producto cultural, mediante la selección y aceptación del acuerdo de financiamiento, pasa a formar parte del discurso del aparato cultural del Estado, legitimándolo. En “Ideas para un fondo de las artes”, Gabriel Zaid dice: “el examen histórico muestra que no solamente el Estado jamás ha sido creador de una literatura de veras valiosa sino que, cada vez que intenta

132 En *Dinero para la cultura*, Gabriel Zaid habla de cinco fuentes de financiamiento: “el sacrificio personal, la familia, los mecenas, el Estado y el mercado”, Zaid, Gabriel, *Dinero para la cultura*, México, Debate, Random House Mondadori, 2013. p. 13



convertirla en instrumento de sus fines, termina por desnaturalizarla y degradarla.”<sup>133</sup> El modelo de subvención estatal no sólo transforma el discurso de los productos culturales, sino que a su vez los desmantela virtualmente al no fomentar ni procurar el establecimiento de los canales de difusión pública que estos requieren. Si bien, no es responsabilidad exclusiva del Estado establecer estos canales; mediante la inyección de capital, contribuye al tortuguismo de los agentes culturales beneficiados, que al no poner en juego recursos personales, suelen descuidar las tareas relativas a la puesta en circulación de los productos. Este modelo tiende a establecer relaciones de dependencia financiera, pues retarda –cuando no bloquea– la búsqueda de un punto de equilibrio económico que permita el desarrollo prescindiendo de los recursos estatales. En muchos casos, la distribución de los productos suele también quedar condenada a la dependencia de los circuitos de exhibición gubernamentales. En ambos casos se da una interiorización de la ideología hegemónica y se genera dependencia económica que resulta en la predecible desaparición del proyecto una vez que el producto cultural deja de ser útil o se vuelve incómodo para quien lo financia.

La vía del mercado. El mercado editorial se ha adherido al sistema económico neoliberal<sup>134</sup>, lo que ha derivado en una competencia agresiva que coloca a los libros en la posición de bienes de consumo limitando –en gran medida– su circulación al éxito comercial. Durante gran parte del siglo xx, los libros se encontraban a disposición del interesado

133 Texto publicado originalmente en la revista *Plural* en 1975, Zaid, Gabriel, *op. cit.* p. 36

134 Hoy en día, el uso del término se orienta a describir las políticas económicas que «eliminan los controles de precios, desregulan los mercados de capital y reducen las barreras al comercio», además de reducir la influencia del estado en la economía, especialmente mediante la privatización y la austeridad fiscal. <http://es.wikipedia.org/wiki/Neoliberalismo>. Consultado en mayo de 2014

en librerías hasta que el tiraje completo se agotaba, por lo que era posible encontrar disponible un título durante años. Actualmente es difícil encontrar una publicación en venta después de tres meses de existencia. Si bien, esto no es una norma, sí es una realidad para las editoriales más pequeñas, que al no tener un flujo frecuente de novedades, se les suele relegar a los estantes menos socorridos antes de su devolución. El tiempo de presencia en las mesas de novedades suele ser de apenas una semana, lo que deja a la suerte el dar con ellas. Otra de las prácticas comunes en librerías comerciales es eliminar del catálogo los títulos a la hora de realizar devoluciones. Esto tiene como resultado que los libros queden fuera del sistema de catalogación, y probablemente fuera de la librería para siempre.

Las librerías comerciales actualmente suelen estar abarrotadas de *bestsellers*, libros de autoayuda y títulos por el estilo. En la era del *rating* del libro, la reducción y homogeneización de la cultura por la ley de la oferta y la demanda, es una realidad.

El control por parte de un mercado voraz, al cual se han aliñado las grandes librerías nacionales, ha provocado que éstas operen como puntos de venta de mercancía “perecedera” sujetas a la rentabilidad de los “productos” que ofrecen. Esto ha llevado a encontrar los anaqueles usualmente abarrotados de títulos de venta segura que suelen desplazar la diversidad y el posible hallazgo mediante una suerte de “censura sin hostigamiento que hace peligrar la naturaleza misma del libro”<sup>135</sup> y que tiende a favorecer al entretenimiento<sup>136</sup> ligero y uniforme por encima de formas culturales heterogéneas.

135 Abenshushan, Vivian, *Escritos para desocupados*, Oaxaca, Sur+, 2013, p.240

136 Entendamos al entretenimiento como una serie de actividades evasivas relacionadas con el tiempo libre.

### 3.2 Costos de producción y circulación

Las condiciones económicas imperantes en nuestro país, en donde la afición a la lectura y el consumo de libros se encuentran en franca decadencia,<sup>137</sup> complican significativamente la ecuación. En el modelo comercial de distribución, el precio de portada de un libro está determinado por el costo de producción (edición, composición, formación, papel, impresión y encuadernación), de distribución, el descuento de librería y las regalías para el autor y traductor. Sobre el precio de portada, la librería y la distribuidora se llevan entre 65% y 70% del total, del cual el autor por lo general recibe 10%. Esto deja ver que, si el 20% o 25% restante corresponde a cubrir los costos de producción y a los ingresos del editor, este último, salvo que venda rápidamente todo el tiraje, probablemente no vea un solo peso, y probablemente tenga pérdidas.

Bajo este panorama, la única manera de alejarse de los números rojos consiste –irónicamente– en aumentar el costo de portada, lo que afecta directamente a los lectores y tiende a alejar la posibilidad de que más personas se aficionen a la lectura.

Estas condicionantes llevan a buscar nuevos modelos de producción y distribución de publicaciones que permitan la diseminación de los contenidos a precios razonables para que los libros no sean un lujo, sino un derecho al cual toda la población pueda acceder.

137 Según la Encuesta Nacional de Lectura 2012, “De la penumbra a la oscuridad”, el promedio anual de lectura en nuestro país es de 2.9 libros. Esta cifra puede descender: entre 2006 y 2012 el promedio anual se ha mantenido; sin embargo, ante la pregunta “¿actualmente usted lee o no libros?”, en 2006 el 43.6% aseguraba no leer y el 56.4% sí lo hacía. En 2012, las cifras se invierten y el 46.2% sí lee mientras el 53.8% no lo hace. Un dato aún más dramático es que según datos de la UNESCO (2012) sobre índices de lectura a nivel mundial, en donde se muestrean 108 países, México aparece en el lugar 107 de la lista, en la que, por ejemplo, España tiene un promedio anual de 7.5 libros leídos y Alemania, 12.

### 3.3 Impresión de tiros cortos

La impresión offset es el método más socorrido para la elaboración de publicaciones actualmente. Si se trata de tirajes mayores a los tres mil ejemplares, es un sistema bastante accesible económicamente; sin embargo un tiraje de ese tamaño en un país de no-lectores, resulta difícil de poner en circulación. Dentro de un contexto tal, publicaciones de nicho deben crecer preferiblemente de manera exponencial para, en todo caso, después ampliar sus tirajes o reimprimir. El costo de la impresión en sistema offset resulta inaccesible para editoriales pequeñas dedicadas a nichos particulares y cuyos tiros difícilmente alcanzan los 500 ejemplares.

Dadas las presiones del mercado, y la falta de lectores para publicaciones de nicho, si pensamos en títulos de temas especializados –caprichos de aquellos que cada vez es más difícil encontrar en librerías comerciales–, se hace inviable tomar riesgos con un tiro comercial de títulos que difícilmente encajan en las categorías de narrativa o gráfica, y de los cuales probablemente sea osado aspirar a colocar más de 500 ejemplares a nivel local. Ante este panorama la impresión offset dista de ser una opción asequible, pues hacer tirajes menores a los 1000 ejemplares implica un incremento considerable en costos, poco apropiado e incluso, irresponsable.

### 3.4 *Desktop Publishing*<sup>138</sup>

Los sistemas digitales de impresión están desplazando poco a poco a las tecnologías análogas como el offset, debido, principalmente, a la posibilidad de reducir tirajes e imprimir

138 Durante los años ochenta, se comienza a popularizar lo que se conoce como *Desktop Publishing* (DTP), que implica el uso combinado de paquetería de cómputo para la edición y maquetación de texto. Esto, aunado al uso de impresoras domésticas permite que cualquiera con el acceso a las herramientas pueda convertirse en un editor potencial al poseer los medios de producción en su propia casa. A esto se suma el modelo *Print on Demand* (POD), que gracias al acceso al manejo de archivos digitales, permite la impresión de un número reducido y determinado de ejemplares sobre pedido.

bajo demanda. En años recientes, estos sistemas se han convertido en la solución para tiradas cortas. Sin embargo, aún son demasiado costosos en tiradas medias de más de 50 ejemplares y la calidad de la mayoría de estos sistemas –sobre todo de los más económicos–, se encuentra muy por debajo de la que se consigue en sistemas de impresión tradicional.<sup>139</sup>

Los estándares tecnológicos impuestos<sup>140</sup> por las compañías desarrolladoras de *hardware* de impresión digital, junto con la proliferación de equipo de cómputo relativamente accesible, han abaratado y, hasta cierto punto, democratizado el acceso a la autoedición y el desarrollo de material gráfico con distintos propósitos. Esto ha permitido que la producción de estos materiales pueda hacerse en menor tiempo y sobre demanda (POD), pero esta velocidad en la producción también se ha manifestado en la calidad y el carácter gráfico improvisado de los mismos. La autoedición<sup>141</sup> ha supuesto modificaciones sustanciales en el aspecto de los materiales, que viene determinado por el cambio de herramientas, la inmediatez y la estandarización (y reducción de oferta) de los sustratos de impresión. La otrora rica tradición gráfica mexicana se ha visto reducida en años recientes a la repro-

139 Debido al incremento de la demanda de este tipo de servicios, una gran cantidad de compañías han desarrollado sistemas de impresión digital que suelen basarse en tecnología de impresión láser o inyección de tinta. Ambas presentan distintas cualidades dependiendo del equipo que se utilice. Xerox y Hewlett Packard (HP) son las compañías que mayor penetración han logrado en el mercado, sin embargo los equipos más pequeños y accesibles son los que predominan, y suelen tener muchas limitaciones de calidad.

140 En impresión de bajo volumen para materiales pequeños como tarjetas de presentación, pósters doble carta y –principalmente– rótulos en vinilo, la introducción de estos sistemas ha representado una competencia muy agresiva para los oficios tradicionales del impresor y el rotulista.

141 Entendida, en este caso, como Desktop Publishing.

ducción –en una variedad limitadísima de sustratos<sup>142</sup>– de librerías de efectos digitales precargados en paquetería de cómputo, que son utilizados sin reservas y aparentemente sin criterio, por operadores improvisados carentes de oficio. Esta práctica ha contribuido a pauperizar el entorno urbano de nuestras ciudades en algo que podríamos definir como uno de los daños colaterales de la democratización que la informática ha supuesto en los mercados urbanos locales.

El sistema de impresión Risograph posee una serie de ventajas que nos permiten vislumbrar una solución a las problemáticas antes mencionadas: es posible realizar tiradas menores a los 500 ejemplares dentro de un rango de precio accesible, que se encuentra muy por debajo de el de otros sistemas de reproducción digital, offset e incluso xerografía; es un equipo de impresión de operación sencilla que no requiere de personal calificado para su manejo, ni de un espacio amplio para su instalación; genera una mínima cantidad de merma de papel y otros remanentes; al no utilizar un proceso térmico para la impresión de cada copia y hacer uso de consumibles de origen vegetal, genera un menor impacto ambiental que otros sistemas de impresión de bajo volumen. Estas cualidades permiten operar en consecuencia con un contexto socioeconómico como el de países en vías de desarrollo, entre los que se encuentra México; y tener una mayor libertad operativa al acceder a los medios de producción, con lo que se incide en todo el proceso de trabajo. Esto establece distancia de la normalización que el libre mercado trae a la industria editorial, y lo comunica desde el propio modelo de producción, lo cual toca conceptualmen-

142

En aras de la optimización económica de los procesos de producción, la conversión a sistemas digitales de impresión ha limitado la oferta de papel en los centros de impresión a dos o tres variantes de calidad y gramaje. El papel estucado de baja calidad y el genérico Bond de línea suelen ser las únicas opciones disponibles. Algo similar sucede con la impresión en *plotter* que ha desplazado la labor artesanal del rotulista, para la cual, los sustratos se limitan a lona plástica o vinil autoadherible.

te el planteamiento de Morris, que deriva en la creación de Kelmscott Press, aunque no forzosamente coincide con sus referencias estéticas o resultados formales, los cuales parten de una visión romántica e idealista del pasado.

Si a las ventajas implícitas en el sistema Risograph se suman políticas de empleo de papeles y acabados de bajo costo, así como formatos que disminuyan la merma de papel en la manufactura de los libros publicados, se incide favorablemente y de manera directa en los costos de producción.<sup>143</sup> El énfasis en el uso de materiales y tecnologías “pobres” obedece a la intención de mantenerse muy por debajo de los costos tradicionales de la industria editorial con el propósito de poder operar con mayor libertad y autonomía, así como publicar títulos accesibles. Es esto y no la nostalgia por las características físicas y estéticas dadas por la herramienta y los materiales, lo que lleva a considerar trabajar bajo el modelo de microeditorial utilizando sistemas de duplicado electrónico.

### 3.5 Digital vs. impreso

Fácilmente se podría objetar que si lo que se busca es economía y accesibilidad, el formato impreso de tirada corta no es la mejor vía para difundir materiales, dado que publicar en soportes digitales es mucho más barato y se puede acceder a mucho más lectores sin las limitantes geográficas a las que se enfrenta el libro impreso. Ante esto habrá que decir algunas cosas –no en recriminación hacia la red, pero sí en defensa del dispositivo libro:

En aquellos sitios en donde se ha logrado sortear la brecha digital, Internet ha abierto la posibilidad de establecer comunicación con casi cualquier parte del mundo en segundos; durante las dos últimas décadas se convirtió en un

medio para descubrir cosas nuevas al otro lado del planeta y al otro lado de la ciudad por igual. Sin embargo, la relación con Internet y con los dispositivos que utilizamos para acceder, como teléfonos celulares, *tablets* o computadoras personales, se han vuelto –irónicamente– instrumentos de aislamiento y fragmentación. Internet dista mucho de ser una red independiente y democrática. Poco a poco empresas de todo tipo han aprendido a utilizarlo como herramienta de venta, se han creado compañías *ex profeso* para la configuración de dinámicas comerciales; un caso claro de esto son las redes sociales más populares. Actualmente cada espacio de la red tiene un precio, y la información que agregamos como usuarios se vuelve diariamente sujeto de especulación. Basta pensar en Google Adwords/ AdSense<sup>144</sup> o las estrategias de comercialización que utiliza la red social Facebook, quienes echan mano de nuestros datos personales para ofrecer productos de terceros. Esto ha limitado significativamente las posibilidades de hallazgo y sorpresa en la red, pues los motores de búsqueda han tendido a capitalizar sus capacidades con fines comerciales. Se ha hablado acerca del abuso de Google como una “interfaz de realidad”,<sup>145</sup> en la cual el usuario atribuye una especie de totalidad al contenido desplegado en las primeras páginas de resultados, dejando fuera, no sólo aquellos resultados que aparecen entre las últimas páginas, a las cuales el usuario no suele llegar, sino también a todo aquello que no aparece enlistado en el motor de búsqueda. Google se ha instaurado como nuestra interfaz principal de realidad, y esta realidad se encuentra dramáticamente cons-

144 Google Adwords es el programa que utiliza la compañía Google para ofrecer publicidad a posibles anunciantes. Existen severas críticas al presunto uso tendencioso de los resultados de búsqueda del navegador, así como la recopilación de datos de usuarios y la manera en que estos se utilizan con fines comerciales a través de Adwords y AdSense, que coloca anuncios basados en el historial de búsqueda del usuario en espacios destinados para publicidad en diversos sitios, el propio buscador y otros servicios de la compañía, como Gmail.

145 [http://en.wikipedia.org/wiki/Criticism\\_of\\_Google](http://en.wikipedia.org/wiki/Criticism_of_Google)



treñida por el aparato comercial y de censura de la compañía. Bajo esta perspectiva se vuelve sensato apelar por una comunicación persona a persona, por establecer experiencias desconectadas, no-alienadas que puedan suceder en canales periféricos y alejados del mercado, como experiencia humana y no como experiencia de consumo. Para movimientos sociales, Internet ha sido un excelente canal de propaganda y comunicación, sin embargo, la red también puede operar como un espejismo cuando estas dinámicas se constriñen a Internet y pierden su capacidad de presión y exposición política.<sup>146</sup> La anécdota y los mensajes triviales son el lugar común de las redes sociales, neutralizando el potencial que éstas tienen como agentes de cambio y generación de comunidades dentro y fuera de ellas. Habrá que pensar si es posible considerar a la red como un nuevo espacio público, o hemos perdido ya esa posibilidad al convertirlo en un gran *mall*.<sup>147</sup>

Ante esta perspectiva, podemos pensar en el libro como un dispositivo capaz de activar espacios de confluencia públicos para la convivencia, discusión y diálogo entre individuos.

En una conversación entre Nicolás Malavé y Laurence Rus-  
sel, transcrita en el libro *Montañaslaglaci* de 2011, Malavé

146 Trejo Delarbre, Raúl, "Ciencias sociales ante el entorno digital. Para una sociología de Facebook" en Casas Guerrero, Rosalba y Carton de Grammont, Hubert, *Democracia, conocimiento y cultura*. México, IIS UNAM y Bonilla Artigas Editores, 2012. p. 232

147 Basta pensar en las similitudes entre la forma en que Internet funciona actualmente, y la lógica de privatización del espacio público que se ha dado en los últimos años, en donde se ha incrementado la construcción de centros comerciales cerrados bajo pretexto de la inseguridad imperante en las calles. Se ha tendido al remozamiento del espacio público —principalmente en cascos históricos o de valor patrimonial—, con el propósito de volverlos útiles a la especulación inmobiliaria, cuya tendencia es convertirlos en espacios de consumo en oposición a la idea de los espacios de esparcimiento y convivencia.

dice, a partir del concepto de *archivado profundo*<sup>148</sup> “si utilizo un formato de archivo, necesitaré la documentación sobre el formato del archivo y un *software* que lo lea y máquinas en las que pueda funcionar. Para el *software* y las máquinas también necesitaré la documentación y esta documentación también necesitará un *software* para decodificarla...”<sup>149</sup> lo cual implica un bucle o *loop* eterno de decodificación. El soporte impreso sigue siendo la mejor interfaz de lectura. No requiere de tecnología adicional para su decodificación, es portátil y, después del grabado en piedra, es probablemente el sistema de almacenamiento de información más confiable que se conoce.

Durante las últimas tres décadas del siglo xx y la década de 2000, hemos visto aparecer en el mercado tecnologías que se han esfumado a la misma velocidad en que se mueve el mercado. La especulación ha jugado un papel fundamental en esto, y no estamos posibilitados para contrarrestar los caprichos de una economía que se basa en el consumo. Si, por ejemplo, repasamos la historia de los formatos descatalogados de almacenamiento de video durante los últimos 40 años<sup>150</sup>, podemos establecer una genealogía de luchas corporativas por un mercado multimillonario, al tiempo que contemplamos un cementerio tecnológico que anticipa el futuro inminente de los soportes de descodificación de otro tipo de archivos digitales.

- 148      Modelo de archivo de material informático cuyo propósito es la conservación de material digital por más de cien años.
- 149      Fernández-Pello, *et al. Montañaslaglaciár. Correspondencia desde Eyjafjallajökull*. Madrid, Broken Dimanche, 2011. p. 98
- 150      De 1975 a la fecha se ha librado una batalla tecnológica y comercial que ha generado una sucesión de formatos muertos que incluye a Betamax, 1975 (Sony); vhs, 1976 (JVC); Laserdisc, 1978 (Pioneer); DVD, 1995 (Phillips/ Sony) y Blue Ray 2006 (Phillips/ Sony), por mencionar sólo a los más populares.

## 4 Conversaciones

“Estrictamente hablando, la preocupación principal aquí no está en el éxito comercial, ni en la pureza estética del experimento impreso. No está tampoco (al menos en ese momento) en la configuración de un archivo de trabajos. Más bien, este tipo de publicaciones se tratan de fomentar y diseminar ideas entre personas de ideologías afines, a través de un modelo de comunicación ‘viral’ a menudo utilizado por la prensa alternativa”<sup>151</sup>

Alessandro Ludovico, *Post-digital Print*

151 Ludovico, Alessandro, *op. cit.*, p. 31, a razón del surgimiento de la prensa alternativa durante la primera mitad del siglo xx. (la traducción es mía)

Macolen, 9 de abril de 2014

Macolen es una duplicadora risográfica que se estableció a mediados de 2013. Ofrecen servicios de impresión y editan algunas publicaciones ocasionales como *Tabloide*.

Macolen es una sociedad creada por Manuel Bueno, Mariel Calderón y Rodrigo Escandón.

**tabloide**  
x macolen

1	6	16. JUL. 2013
volumen	número	fecha
		
nombre		

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	45	46	48	49	50

macolen.com/tabloide

Tabloide volumen 1, número 6, julio de 2013 (reverso)

### ¿Por qué usar un duplicador?

Rodrigo Escandón: Nos interesa mucho justo ese hueco que hay entre Xerox y Offset –de más de 50 copias y menos de 1000, o de 500. Cuando alguien nos cuenta que en Lumen podías imprimir tu *flyer* en naranja, se nos hace lo más fuerte que hay.

Manuel Bueno: También era algo de escala manejable, ¿sabes? No comprar una Indigo<sup>152</sup> que es del tamaño de tu casa y que necesita a alguien que la cuide como un doctor. Y cada repuesto cuesta como una risa. Son escalas que ni siquiera nos interesan.

Rodrigo: En cambio algo que se opera como una Xerox —que todos en algún momento sacamos fotocopias en la escuela—: botón, formato manejable... era justo ese lugar el que nos interesaba.

Como una imprenta que sí funciona como imprenta, pero que tiene dimensiones caseras.

### ¿Cómo descubren que existen estas cosas?

Manuel: Me comentó una chica, una diseñadora; y después encontramos que muchos libros que teníamos en casa estaban impresos en Riso. ¡Te los acercas mucho, los ves en HD y está increíble!

Rodrigo: El hecho de que estemos intentando hacer maquila para otras personas más que para nosotros, tiene mucho que ver con que nos embruja el momento en que estas cosas funcionan para la gente.

Mi abuela daba cursos de antropología y tenía una fotocopidora en casa; el hecho de tener disponible algo así, nos embruja demasiado. Hemos intentado trabajar mucho en que no sea nada más algo para nosotros, sino que le funcione a la gente.

Manuel: Una de las ideas que teníamos cuando estábamos buscando dónde iba a vivir Macolen, era un local con vista comercial, como una miscelánea. Directo en la calle. Un lugar donde corres y sacas copias; hacer maquilas medianas,

donde puedes sacar tus dibujos. Darle un giro hacia lo que nos gusta. Enfocarlo a una mínima maquina abierta.

Mariel: Nos gusta la analogía de que si fuera un despacho, funcionaría como una sastrería: entraras a buscar solucionar problemas a partir de lo que hemos aprendido que nos soluciona problemas a nosotros.

Justo lo que decía Manuel hace rato.

Viendo los costos de imprimir en Riso; nosotros siempre estamos haciendo papelería para nuestras empresas. Nos hace mucho sentido tener esto adentro. Este sistema de trabajo nos funciona, y queremos ofrecer el servicio a los demás.

Manuel: Imagínate también tener una maquina de café y que sea algo rico para estar.

Mariel: También me interesa que no sólo sea donde puedas imprimir, sino que sea como un espacio de trabajo, una oficina de impresión, armado, pintura...

Manuel: No es Kinko's en donde te imprimen en puro papel feo, pero tampoco es Santiago<sup>153</sup> en donde ni siquiera sabes lo que es.

Es un lugar donde si hiciste unos dibujos padres y quieres hacer algo que no se quede en una entrega escolar mal pegada con Uhu, lo puedes hacer. Un espacio de servicios.

¿En Macolen la riso es un equipo que se busca capitalizar, hacerlo rentable?

Rodrigo: En el otro proyecto que tenemos<sup>154</sup>, nos interesa mucho esta escala. Es difícil ser organizado y eficiente. Los despachos o son pequeños y caóticos, o tienen este nivel de despachos internacionales corporativos que funcionan como Coca-Cola.

Hay un espacio ahí en medio que es difícil lograr. Siento que los despachos funcionan o como estudiantes de la carrera o como Coca-Cola, y debería funcionar como algo más eficiente y organizado.

Nosotros ahí vamos. Obviamente no va a funcionar como Coca-Cola, pero tampoco va a funcionar como la copiadora de la esquina. Hay algo ahí que nos interesa mucho.

Mariel: Lucas, de Savvy<sup>155</sup> le contó a Manuel que cuando crecieron se despegó de muchos proyectos, y sentía una insatisfacción de no tenerlos cerca, de no poder evolucionar en el desarrollo del trabajo de diseño al perder control por subdelegar chambas. No poder direccionar ciertas cosas.

### No sólo fabricar

Rodrigo: Muchísimo del trabajo que hemos hecho en Espacios Libres<sup>156</sup> tiene que ver con entender formas de organizarnos nosotros mismos. Por ahí la papelería ha sido muy

154 El Curricán es el despacho de diseño que comparten Mariel Calderón, Rodrigo Escandón y Manuel Bueno. La mayor parte del trabajo que realizan está enfocado en identidad gráfica para microempresas.

155 Savvy Studio es un despacho de diseño que se ha especializado en desarrollo de marca e identidad. Se fundó en la ciudad de Monterrey, y actualmente cuentan con oficinas en la ciudad de México.

156 Espacios Libres para Hacer Cosas (ELHC) es un conglomerado de pequeñas empresas privadas que pretenden funcionar como espacios públicos. A la fecha cuentan con Comida Bebidas y Revistas para llevar, una tienda de productos de consumo rápido; Muebles Sullivan, un *showroom* de muebles que funciona a su vez como cafetería y paletería; y Comedor Café Internet Café Zena, un comedor que se utiliza para eventos diversos. Manuel Bueno y Rodrigo Escandón son socios de ELHC.

importante. Hacer un esfuerzo por que esto sea muy formal y que a la vez nos haga sentido.

Ha sido muy importante poder imprimir nosotros mismos las cosas: control de planeación de turnos y gastos, cosas así.

Mariel: El elemento de diseño y organización. Si logramos integrar y eficientar todo eso, disolverá la *shit* lo más posible para poder enfocar los esfuerzos en jugar.

Manuel: Menos tiempo de buscar ese archivo, y entender qué le pasó a los 500 pesos que tenías en la mañana. Si hay un local comercial con la máquina, que ahí también puedas comprar un formato de caja chica y entrada de gastos que no sea el de Printaform. Compras este *blog* que te funciona; es una herramienta. Diseño que es una herramienta.

Te armas de un equipo de cosas que se ven bien para autoadministrarte en cuestión económica y de gestión. Nos hace mucho más sentido que sea de venta al público. No sólo para diseñadores, sino que se abra.

Rodrigo: Además de que son feos, los formatos de Printaform no se entienden.

Mariel: Poco a poco se está juntando lo que cada uno está trabajando –cada uno de nosotros por su lado. En Espacios Libres, en El Curricán. Lo armable, lo que te ayuda a entender cosas: desde temas complejos –lo que tienes que hacer–, con una buena lista. Queremos llevarlo a un espacio para que se puedan unir todas estas cosas gracias a lo que todos hemos aprendido para poder generar estos espacios que sean lo suficientemente abiertos y generen distintos tipos de interacción. Y que se vuelva este espacio de servicio, producción y organización.

Manuel: Para nosotros despues poder hacer puro *fanzine punk* de dibujos de pitos toda la tarde. Todos los días de la vida.



En el Curricán casi todo lo que hacemos es identidad corporativa: un 90% de identidad corporativa. Tenemos ya estos tabuladores bien definidos. Entregamos un kit con la idea de que nosotros nos olvidemos de la marca.

Si de pronto te entregan tu logo, y en el camino decides que vas a meterle unos pikachus, ahí tienes tu carpeta de tipografías.

Rodrigo: Por eso es identidad para cosas muy chiquitas. Tiene que ver con eso.

Manuel: Tienes tu logo blanco y negro, tus colores para que supervises, tu tipografía...

Bajo la misma lógica de lo otro. Estructurar todo para no meterse en broncas

Manuel: Poder olvidarte de eso, ¿sabes? No tener que decir: “te voy a dar mantenimiento toda la vida ¡porque sólo yo sé usar esos archivos!”.

Mariel: Sí intentamos verlo como que: “¡estas son tus herramientas de trabajo!, ¡aquí están tus folders!, ¡aquí está dividido!”

Manuel: Es como si Tommy Hilfiger hace un suéter y te lo compras y lo usas con pants para pintar tu casa. El güey no puede ir a decirte... “¡No, no, no, no! va con los jeans y la camisa.” ¡Nada! Tú ya lo compraste, haz lo que quieras con él.

No darle un manual súper coercitivo, sino las herramientas

Manuel: Un corralito.

Más allá de las publicaciones propias, lo que más hacen es maquila, ¿no?

Rodrigo: Hemos hecho un par de cosas propias, pero siempre está la duda de que no sean de Macolen. En ese sentido, de pronto nos causa un poco de conflicto que Macolen sea una editorial.

Manuel: Por eso hicimos lo de *Tabloide*<sup>157</sup> aparte, con otro nombre.

Muchas veces la maquila tiene que ver directamente con El Curricán. Hacemos una identidad, y por la escala es mucho más fácil sacarlo en riso: sus membretes, tarjetas, fóliders. Todo eso. Es controlable, todo es de línea y, si arrancas con una identidad barata, cortita, fácil de controlar, tus aplicaciones igual. Son la mayoría de las maquilas que tenemos. La gente ni se da cuenta de que es en riso.

¿Con *La Chiquipulta* y *Tabloide*, que sí son publicaciones propias, cuáles son las estrategias de distribución?

Rodrigo: Una importante es que tenemos este proyecto, Comidas Bebidas Revistas, que es un espacio comercial en donde nada más hay repisas iluminadas, y se vende comida lista para consumir, bebidas y revistas. La propuesta de revistas está abierta a quien sea: si llega alguien con una revista para personas de la tercera edad, la pueden meter. Esto es un esfuerzo que estamos haciendo para todos. Incluso nosotros lo usamos como si fuéramos un tercero: mandamos la aplicación, lo checan, nos dicen que sí y luego lo metemos. Es casi la única estrategia de distribución.

157

*Tabloide* es una especie de póster de 43 x 28 cm para el que invitan a un amigo ilustrador en cada edición. El tiraje de *Tabloide* es de 50 ejemplares y se realiza durante una sesión informal en las instalaciones de la duplicadora.

Manuel: Abrimos una tienda en Kichink,<sup>158</sup> pero el envío cuesta 80 pesos y *Tabloide* cuesta 20, entonces no tiene sentido.

De pronto organizamos eventos en estos Espacios Libres: una posada y una ventita, una *pop-up store* tal noche en tal evento. Son ventas muy cortitas, muy chiquito, muy específico. Hasta que no tengamos el tiempo para dedicarle a una venta en forma, vamos a seguir con estas dos estrategias. Utilizar los Espacios Libres, que es un motor de venta que ya está hecho. Y como venta-pretexto: ¡vénganse a cotorrear! Le platicas a alguien y haces dos ventas...

Y que al ser tiros cortos, es fácil que salgan ahí mismo

Rodrigo: Lo fondeamos con esas miniventas y con dinero nuestro, que es ahí donde viene el problema. De pronto pasa tiempo: entre el número cinco y el número seis de *Tabloide* pasaron cuatro meses en los que no teníamos capital, ni tiempo, ni gente. Ahorita no hemos tenido ningún proyecto formal, todo ha sido como un proyecto de *vanity*.<sup>159</sup>

En esta cosa de: “¡vente y aquí lo hacemos!”, ¿sí hay un afán colaborativo dentro de la idea de socializar la maquina más allá de la prestación de un servicio?

Rodrigo: Conocer más gente.

Mariel: Aprender a través de trabajar con los demás.

158 Kichink.com es un servicio mexicano de logística para comercio electrónico en donde cualquiera puede montar una tienda. La compañía se encarga de coordinar la recolección y los envíos.

159 En sentido estricto, *Vanity press* es un término utilizado para nombrar el modelo editorial en el cual se produce un libro por exclusivo interés del autor, quien paga a una editorial dedicada a realizar maquila, por la producción de su libro. El uso que se le da al término aquí no obedece a ese modelo, pero sí a la autopublicación por capricho.

Manuel: Es un pretexto para cotorrear. Y de ahí salen otras cosas.

Rodrigo: Sobre todo en esta etapa inicial en que todo ha sido muy informal y poco a poco.

También esta es la escala de la riso. En el costo de la máquina, en el tiempo que nos exige. Es una escala muy manejable que te da chance de crecer muy lento.

Esos primeros *Tabloides* eran para gente que nos interesaba que conociera la máquina, que vinieran. Que vean cómo funciona, cómo se imprime, cómo sale su dibujo.

No ha sido una intención específica de traer a gente a enseñarles la máquina. Es muy natural.

Mariel: Ha sido como compartir nuestro juguete. Tiene este aspecto de que cualquier persona le puede abrir, jugar, mover. Al final es un negativo en un papel, es tinta de soya. No estamos gastando mucho.

Manuel: Puedes echarle papel Revolución o Lynx de 270 g y ver qué.

¿Están haciendo maquila de *fanzines* con frecuencia?

Manuel: Cada vez con más frecuencia, es algo como neuronal: cuando le haces uno a alguien, en cuanto dos lo ven, alguno viene, y cada vez va a más.

Los mimeógrafos adquieren importancia durante el siglo xx principalmente en relación con movimientos disidentes, con subculturas como la ciencia ficción que recurren a la herramienta para hacer *fanzines*. De pronto estos dispositivos se desarmaron con el advenimiento de Internet en los 90. ahora se están volviendo a hacer *fanzines* y eso de alguna manera tiene que ver más con una forma nostálgica, que con el establecimiento de un objeto de comunicación

Rodrigo: Definitivamente hay una parte nostálgica. Es un fenómeno que está pasando ahorita. Como darle importancia, por ejemplo, a la venta de discos en vinil. Tiene una parte nostálgica, pero también tiene una parte muy importante como de decepción en Internet. En algún momento, a finales de los noventa, Internet era el lugar de la libertad, donde no había vigilancia. Era muy fácil transmitir información, y justo ahorita está el *backlash* de espionaje y todas esas cosas. Después de Internet, el espacio subversivo donde puedes decir los secretos vuelve a ser el espacio físico. Es la parte política que tiene que ver con cómo la gente está volviendo a hacer cosas en persona; o cosas más disidentes. En persona. También hay una parte de cómo funciona la memoria, que se vuelve muy difícil con lo digital.

Cuando estábamos haciendo el proyecto de *La Chiquipulta*, que ahora está en pausa –que está en Internet, pero también está en físico–, hubo muchas discusiones de por qué o no hacer la parte física. Creo que la forma en que te encuentras algo en Internet cada vez es más limitada y encausada. Chafa. Y la forma en la que te encuentras información en el espacio físico se vuelve cada vez más algo interesante. El hecho de que te encuentres algo en una tienda de libros usados, o que te encuentres algo en el baño de alguien: ese proceso mucho más aleatorio y sin intención nos interesa muchísimo.

Manuel: En Internet –salvo la página de *Spacejam*– ya no hay nada de más de cinco años. Ya no existe nada.

Rodrigo: Y no llegas ahí a menos que vayas ahí. Es bien difícil encontrarte algo en Internet. Y cada vez más.

Alessandro Ludovico habla del fenómeno Apple/iTunes, de cómo se especializa y fragmenta la información bajo un esquema *on demand*. Lo que empieza a suceder en Internet es que lo que se genera para consumo ya está filtrado por Goo-

gle Adwords y el universo de consultas en el buscador. Hay una normalización de la oferta.

Si antes de las redes sociales todo era mucho más amplio, ahora se filtra, se concentra en esos universos. Ahí es cuando cobra sentido ir a buscar afuera, porque en Internet todo está coartado

Manuel: Afuera todo está un poquito menos planeado, menos digerido, menos masticado. Te encuentras más *bootleg Barts* o *bootleg Pikachus* en la calle que en Internet.

Rodrigo: En Internet solo te encuentras los *bootleg Pikachu* si los buscas. Si después buscas otra cosa, Google ya sabe que buscas *bootleg Pikachus* y te va a dar más *bootleg Pikachus*. Es una generación muy particular la de la gente a la que le toco Internet como un espacio muy libre, es mi generación. Manuel tiene 28, Mariel y yo tenemos 25. Es justo la generación en la que, cuando tenías 11 años y te metías a Internet, te encontrabas páginas que te decían cómo hacer napalm casero, y lo hacías en tu laboratorio de la prepa, o en tu casa.

Manuel: *Turbohackear* cualquier computadora a través del ICQ, mandar a imprimir cosas a casa de tu tío, ¡y lo espantabas! –yo lo llegué a hacer.

Rodrigo: ¡No me imagino lo que fue para gente más grande y clavada en la tecnología!  
Era un momento en que Internet estaba poco filtrado.

Mariel: No estabas pensando en tus huellas siempre, ni en qué preguntabas.

Rodrigo: Al mismo tiempo era *puro*. Todos los discos que escuchaba, los escuchaba en CD. Fue la última generación

que tuvo a Internet como un espacio muy experimental y libre, a ese *backlash* en que se vuelve un espacio muy controlado.

Manuel: Como Google, en donde tienes todo muy sencillo, muy digerido. Ni siquiera tienes que ir a esas páginas del *Black Internet* ¡feo! ¡Ya todo está ahí! *Excel*, *Word*, tus mails, tus fotos, tu Facebook; como que sólo los vas tomando.

Mariel: Ya cada pregunta que haces es como abrir un río de *shit* que va a llegar directo hacia ti. Te anclas a “Esto soy yo. Esto es lo que quiero”.

Mucho de lo que está sucediendo ahorita que vi lo del Chopo,<sup>160</sup> ver lo que están produciendo de *fanzines*, es como una ansiedad de tocar de otras formas, de dejar huellas de otra forma, de poner objetos allá afuera, pero más como por sólo producir. Algo de lo que he visto –que he sentido también de nuestra chamba–, es que es también como sacar por sacar cosas y ver qué pasa con eso. Pero creo que hace falta integrar más. En México se imprime una cantidad de revistas, *fanzines*; demasiadas cosas impresas. Hay que ver cómo se puede usar eso, que tenga un poco más de carnita. Porque es como el embrujo con el *fanzine*, pero como que no...

Este vuelco sobre lo tangible tiene que ver con el hartazgo y el desencanto con Internet y las limitantes que impone, pero parece un vuelco totalmente inclinado a la forma. No estamos hablando acerca de qué se dice en las publicaciones, que pasa mucho en los *fanzines*, que en gran medida se tratan del regodeo en la posibilidad

160

El Museo Universitario del Chopo, de la UNAM, a través de la Fanzinoteca –un proyecto del Centro de Documentación que compila y documenta publicaciones autoeditadas–, realiza actualmente un ciclo anual de muestras de *fanzine* para lo cual comisiona la producción de un título y realiza eventos de música en vivo. Los materiales que se exhiben en estas muestras pasan a formar parte del archivo.

Rodrigo: Es un problema que tiene que ver con esta época. Hay mucho el “imprimir el Internet”. Se empieza a volver como... No hay nada... Imprimir es más fácil que nunca; desde ir a Office Max a imprimir, que más gente tenga impresoras como riso, lo barato que resulta imprimir offset ahorita.

Manuel: Las impresoras chiquitas de 800 pesos.

Rodrigo: Ahora imprimir en tu casa un *fanzine* es más barato que en los 70. Y esa ansiedad de nomás *ctrl + print, ctrl + print*: producir por producir.

Pero creo que es algo que no se soluciona nomás desde la parte técnica, ni de la disponibilidad. Si vas a hacer algo, intentar que sea lo más serio posible.

Mencionas ahora los 70. En los 70 se populariza Xerox, cuando viene toda esta oleada de *fanzines* principalmente ligados al movimiento *punk*. Pero ahí la lógica es otra: “necesito decir una serie de cosas; ahí está la Xerox”. “Aquí tengo la herramienta, ¿ahora qué digo?” El desencanto con Internet tiene un poco que ver con esto

Manuel: ¡Claro! Cómo a veces dices algo en Internet y equis. Te aventaste un tuit enfermo y no pasó nada; ni un retuit. Haces un dibujo, imprimes cien, y de menos cien lo ven. Aquí está.

Rodrigo: No sé si el *backlash* va a acabar en una época de silencio. Con Twitter ha pasado un poco. Por lo menos entre la gente que yo conozco. Todos mis amigos estaban ahí en Twitter cotorreando todo el día y de pronto ya. No hay nada que decir. “¿Pa’ qué lo digo?”.

Agotaste el interés en el medio



Rodrigo: No sé si eso es parte de lo que va a empezar a pasar, que la gente se lo va a empezar a preguntar. O si cada vez la tendencia va a ser más como imprimir esos artículos de lista de “20 cosas que entiende la gente que tiene asma” de BuzzFeed,<sup>161</sup> y sólo hacen un montón de libros de eso, y un montón de copias, y que todas las casas estén llenas de eso. No sé. Libros de Urban Outfitters.<sup>162</sup>

Manuel: ¡Qué buena idea! ¡Buzzfeed es donde está todo el mundo ahorita!

Pensando en que es a través de Internet que accedemos a la información, que nos comunicamos, y que esto tiende a una normalización a nivel global, ¿qué particularidades encuentran en lo que ustedes están haciendo y lo que se está haciendo en México?

Rodrigo: No hay demanda o no se encuentra la demanda. Es el tema de las revistas. Es forzarlo. Por eso se ha llenado de revistas *punk* la tienda, porque no hay dónde venderlas, porque tal vez no hay quién las compre. Creo que no hay mucha demanda real.

Manuel: Siento que habemos demasiados diseñadores gráficos, y el Internet hace que esos diseñadores gráficos sean como... que cada vez sea más fácil.

Cada vez es más fácil comprarte tu cámara, hacer un par de fotos, ponerlo todo en Trade Gothic, imprimirlo, y ya tienes la revista *Código* o la *Código 2*. O ya tienes otra revista de “*mexican lifuqfjvndjfga design*”. Creo que la tendencia de

161 BuzzFeed.com es un sitio norteamericano de entretenimiento que basa sus contenidos en información fragmentaria sobre tópicos particulares.

162 Urban Outfitters es una cadena de tiendas norteamericanas que seleccionan productos de diversas marcas, en muchos casos desconocidas, pero que pueden insertarse en el mercado de tendencias.

este río editorial cada vez es más fácil de hacer y es... ¡nada!

Rodrigo: No hay una industria del entretenimiento en México. Eso es algo que siempre se me ha hecho una locura de Estados Unidos –comparando con la referencia más obvia. No hay una manera de vivir de eso casi en ningún campo. Por eso no hay cómics o discos o música realmente seria. Incluso llega un punto en que hay poca literatura en comparación con Estados Unidos. No hay manera de vivir más que de becas y apoyos, y de proyectos chiquitos. En ese sentido también nos interesa formalizar.

Mariel: Mucha gente se vuelve como autista social. Como que puedes nada más meterte en este hoyo de Internet y desconectarte.

Manuel: A título personal, eso sí, creo que lo único que puedo aportar es como el cinismo de FUBU.<sup>163</sup> De hacer lo que se te antoja cuando se te antoja realmente; y hacerlo muy sinceramente. Si alguien te pide: “Me gusta mucho el logo de tal lugar”. ¡Nada! ¡así es! Entre más rápido salga, más rápido vas a poder hacer otra cosa que te embruje a tí. Sí tener esta idea de formalizar, de hacer un cambio real, pero al mismo tiempo por decir: si esta persona dibuja increíble, ¡pues ya! ¡ahorita! ¿sabes? No la previsión de que venga y platicar para cambiar al mundo. ¡No! ¡Ya dibújalo!, lo imprimimos y luego vamos a comer coreano y cotorreamos y hablamos de... ¡Internet!

Rodrigo: Sí se necesita la parte formal de que todo funcione perfecto para que Manuel en otro momento, o yo en otro momento, podamos –a título personal– dibujar unos *bootleg Pikachus* y hacer un *fanzine punk*, o neta hacer algo muy serio, y muy trabajado.

Mariel: El poder hacer estas cosas abre la posibilidad para poder hacerlo todo, prepararse para algo ya más formal *quiero cambiar-al-mundo, o quiero-imprimir-un-cartel-de-pi-tos*. Generar este espacio de organización que genere la libertad de hacer.

Manuel: No es tanto esta tendencia escolar de *el proceso es lo que importa*: picar tanta piedra, que te quede lo más fino para que dure años, como Chermayeff & Geismar y esos mounstros, sino que ahora es justo al revés: resolver lo más rápido para que no te cueste tanto, para que se use rápido y pueda generar rápido. Tener las bases y herramientas para que esa rapidez no sea chorreadez, sino eficacia. Un *fanzine* es cotizarlo, pagarlo... irápido! ¡Es como el Internet en la tierra!

Mencionan que no hay un mercado para productos culturales específicos. Aquí el planteamiento es: no hay una demanda, porque no hay lana. Si la gente no tiene satisfechas sus necesidades básicas, obviamente los productos culturales son lo último en entrar a la canasta. En este esquema operan para un sector muy específico

Rodrigo: Ese sí es el obstáculo: el tema de que no hay industria. Nosotros sí pensamos que hay cosas que se podrían empezar a hacer, como los otros proyectos: el comedor, la mueblería, las tiendas. Es una industria que se tiene que ir incubando, creciendo. Tampoco hay mucha industria del entretenimiento; son otras reglas, como la industria de entretenimiento popular. No sé si el *Libro Vaquero* sea un negocio. Ya ven todo en Youtube...  
Creo que hay un problema en la falta de industria.

Mariel: Sí es pensar en aquello a lo que más uso le puedas dar, y tener productos que subsidien el que puedas jugar.

Estar entre distintos modos de producción para ver qué sí va a funcionar, que genere buen *cash flow* para poder jugar.

Manuel: A mí sí es lo único que me interesa: osea *Fight Club* y que ya todo sea como *Mad Max*, o que sí se logre esa parte en la cual el juego sea lo suficientemente valioso. Si yo pudiera ya no hacer ningún logo y pudiera sólo llenar libretas, y sólo ver Youtube, y sólo ver los *Pikachus*, eventualmente esos *Pikachus* sería una cosa muy seria, porque sería lo que hago todo el tiempo.

Los periódicos y las revistas están desapareciendo porque todos esos espacios de entretenimiento se están concentrando en Internet: en versiones digitales, o simplemente están siendo sustituidos por Youtube. ¿qué lugar queda para el material impreso, si el entretenimiento se muda para allá? ¿Qué forma tiene el entretenimiento en papel?

Manuel: Mucho más específico. Todo se vuelve mucho más chiquito. El Internet nos dio la idea de que todo es para todos: "Ahora le va a llegar a todo el mundo lo que hago". Creo que otra vez ese *todo el mundo* se vuelve hacer un tiraje de 50. 20 los vas a regalar y sólo va a haber 30 personas que neta lo van a consumir y ya. Y eso ya es un éxito total de tu impreso. Todo se vuelve otra vez mucho más chiquito, específico, fino. Y creo que así va a ir pasando con todo: se va a ir permeando al resto de las cosas; tanto en comida, como en ropa. De pronto ya va a ser mucho más específico. La ropa para la que te va a alcanzar el dinero, que te va a gustar, que te va a aguantar, va a ser una cosa más chiquita, específica. Todos tus consumos se van a volver –yo creo, es mi idea *sci-fi*– cada vez más así.

Hiperespecialización, que no significa hacer exclusivos los contenidos

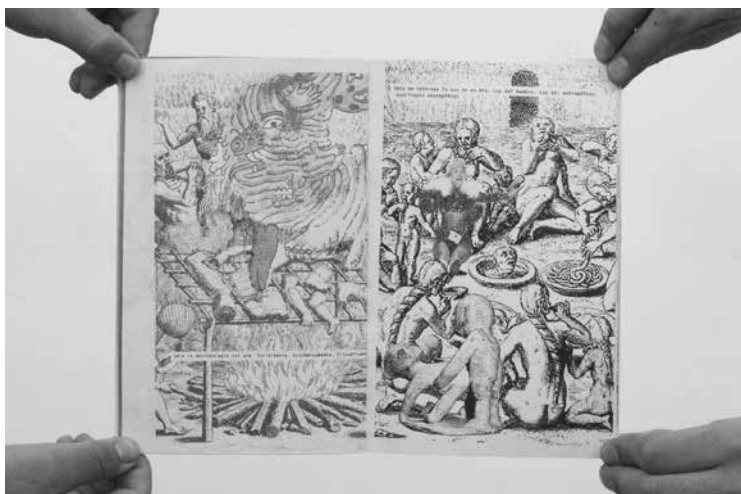
Manuel: No, porque eso ya está en Internet, que es de todos para todos. Mi entretenimiento directo. Cada vez menos cine gigante, porque ese ya lo veo en Internet a deshoras, sino más como “hoy un güey va a hacer una cosa específica” o “voy a realizar una nohecita de no-se-qué” o ir a casa de alguien. Al menos creo que el entretenimiento que yo consumo, o el que la gente que conozco consume, se está volviendo cada vez más fino. Por eso no importa que los tirajes sean más chiquitos. No importa que sea cada vez más esporádico, porque así va a ser su consumo.

Mariel: Nada más van a sobrevivir los que pongan atención a todas las áreas de tener un impreso: desde la experiencia de tocarlo, abrirlo, olerlo, ver los colores. Como que la emoción de eso y también el contenido de algo que quieras guardar y releer y releer. Van a ser esos los que sobreviven. Y los demás, los que no atendieron a todas las áreas de emoción, de experiencia de un impreso, entonces van a morir. Creo que está bien que tengan que ser esas las posibilidades de adaptación en donde tengas que embrujar por todos los medios.

Manuel: Un cuello más largo que tus hermanos. Ellos se van a morir y tú sí vas a poder tener hijos.

Cráneo Invertido, 28 de abril de 2014

Cráneo Invertido es el ala editorial de la Cooperativa Cráter Invertido, que aglomera a un grupo fluctuante de colectivos entre los que existen miembros en común. La Cooperativa ha tendido a enfocar sus esfuerzos en diversos proyectos editoriales recientemente. El núcleo de Cráter Invertido está conformado actualmente por Yollotl Alvarado, Juan Caloca, Dasha Chernysheva, Waysatta Fernández, Rodrigo Frenk, Andrés García Riley, Natalia Magdaleno, Jazael Olguín Zapata, Diego Teo, Rodrigo Treviño y Andrés Villalobos.



Erik Tlaseca y Miguel Daly, *Fracasos seleccionados*, 2014.

Dentro de la Cooperativa Cráter Invertido hay dos proyectos editoriales: uno es Cráneo Invertido y el otro es *Cartucho*. ¿Cómo funciona esto?

Natalia Magdaleno: Cráneo es la editorial, y dentro de Cráneo se encuentran *Cartucho* y las otras publicaciones que hasta ahora son *Zúngale*, 1994 y todas las publicaciones:

*Huelga contra el tiempo*, lo último que fue *CIDOC*,<sup>164</sup> *Tom Zé* etc...

Siempreotravez lleva haciendo publicaciones más tiempo, independientemente de Cráneo Invertido

Diego Teo: Empezó más o menos junto. También la vinculación que teníamos con la máquina: la fotocopidora. Empezamos a producir *fanzines*, pero también otros que no estaban en Siempreotravez empezaron a usar la máquina. De ahí se dio el interés por la máquina; tener una máquina. Rentamos la fotocopidora un mes para darle duro en Tenayuca y luego en Jalapa. Al tenerla, de volada se empezó a trabajar. Eso fue hace cinco o seis años.

Yolotl Alvarado: Había muchos que estábamos en la escuela, en la Esmeralda; y mucho de lo que empezamos a hacer fue a partir de necesidades relacionadas con la escuela. Una de esas era que la biblioteca no funcionaba, no había materiales. Entonces como Grupo (DE),<sup>165</sup> en 2009 empezamos a pensar en la idea de una escuela dentro de la escuela, y ahí se dio la necesidad de tener una biblioteca compartida. Cuando fue lo de *Siempreotravez*, que nos invitan al MAM,<sup>166</sup> lo que hicimos fue eso: juntar nuestros libros de arte y rentar una fotocopidora. A partir de eso nos vinculamos con otras universidades, y ya existía un vínculo previo con los de Siempreotravez.

164 *CIDOC* (Consultorio Informal de Desplazamientos a Ojos Cerrados) está concebido por Andrés García Riley, Natalia Magdaleno, Waysatta Fernández y Yolotl Alvarado como un ejercicio en donde se aplican metodologías terapéuticas tomadas de la psicología, para llevar a cabo un ejercicio artístico cuyo resultado son grabaciones de audio y una publicación. *CIDOC* se desarrolló en el contexto de *Entre utopía y desencanto*, un proyecto de Sofía Olascoaga.

165 Grupo (DE) es uno de los grupos que conforman la Cooperativa Cráter Invertido.

166 *Siempreotravez* es un proyecto desarrollado por Andrés Villalobos y Diego Teo en la sala Fernando Gamboa del Museo de Arte Moderno de la ciudad de México en el año 2010.

## Esta fotocopiadora la rentaron un mes...

Diego Teo: Un mes. Y a los cinco o seis meses, otro mes más. Vimos que pensando ya el proyecto, se le podía sacar provecho. Luego ya llegó el Cráter<sup>167</sup> y la rentamos por más tiempo.

## El uso de la fotocopiadora apela a la inmediatez y a la economía. ¿Por qué inclinarse ahora por máquinas de duplicado en vez de fotocopiadoras?

Jazael Olguín: Creo que tiene que ver con la diversidad de posibilidades de publicación. No tanto con mejorar o crecer, sino con meterle el factor color a las publicaciones, cosa que con la fotocopiadora no es posible. La duplicadora nos interesa por ver cómo otros colectivos cercanos a la gráfica o a la experimentación con dibujo utilizan esta máquina y hacen cosas bastante perronas. Ver la chamba de otros y decir: “a nosotros también nos interesa sacar cosas con color y más experimentales en ese sentido”.

Yollotl: Los tirajes. El tiraje es fundamental.

Diego Teo: Cuando me enteré de la riso, fue porque Andrés llegó y dijo que había un proyecto en Guadalajara que utilizaba una máquina riso.<sup>168</sup>

Jaza: Tiene que ver sí con los tirajes, pero también con la idea de la cooperativa. Nosotros rentamos esa fotocopiadora y la abrimos un montón desde un lugar extraño, porque era

167 La Cooperativa Cráter Invertido se funda en 2012. A la par de su fundación, el grupo renta un espacio de trabajo en la colonia Obrera de la Ciudad de México, en donde instalan en equipo de fotocopiado.

168 Andrés Villalobos se refería al Taller de Ediciones Económicas, el cual se fundó a finales de 2010.



como asistencialista. Nunca logramos generar una dinámica de contribución o retribución a la máquina, porque nosotros absorbíamos todo el gasto de la renta mensual. Cuando empezamos a platicar acerca de comprar una máquina, era justo para pensar en la posibilidad de la cooperativa, de los medios de producción. Una cooperativa tiene que ver con ser dueños.

### Como colectivo

Jaza: Para empezar, nosotros somos diez, y entre los diez existen distintos grupos de afinidades y distintas estrategias. No estamos todos en el mismo canal, y la idea de la cooperativa es ayudarnos por ejemplo en el diseño, en la maquila, compartir procesos, enseñarnos entre nosotros, pero también abrirlo hacia otras personas que no somos nosotros. En un principio Vivian (Abenshushan) o Vicente Razo, varia banda estaba interesada en esta idea, y estamos viendo de qué manera la ponemos a trabajar.

Te comentaba el otro día de Ramiro Chávez: él quiere hacer su libro. Nosotros justo le propusimos que asumiera todo el proceso. Se comparte la máquina, pero él tiene que asumir todo el proceso de maquila. Y eso nos interesa también, que la gente aprenda a usar la máquina e involucrarse en los procesos de autopublicación en vez de que nosotros seamos una editorial.

### Que implica asumir los gastos o cobrar maquila

Jaza: Queremos también tener distintos niveles de involucrar a la gente con la máquina; un museo o alguien que tiene más presupuesto; un individuo que tiene una lana para sacar su libro y nos lo da como chamba, etc. Así lo vemos: un movimiento social que quiere imprimir un folletín o una gráfica, o un compa artista que quiere hacer su libro, también lo platicamos desde otro lugar. Ahorita no lo tenemos claro, estamos intentando ponerlo sobre la mesa.

Ahora se hicieron de los medios de producción gracias a un apoyo. Se habla de un modelo cooperativo. ¿Han pensado en un modelo económico que lo haga rentable? ¿Va a fondo perdido?

Yollotl: Nosotros lo entendemos como una inversión que vuelva sustentable el proyecto. En ese sentido vemos la infraestructura que podríamos generar con ese capital, y cómo podríamos empezar a hacer que esa infraestructura mantenga el proyecto vivo más allá de la beca. Hay toda una línea de trabajo: estamos pensando en hacer una lotería de producción,<sup>169</sup> una especie de tanda. Sí existe ese interés. Estamos pensando en cómo en tres, cuatro meses, la máquina podría pagar la renta del espacio.

Ahora mismo estamos interesados en enfocarnos en los proyectos que ya están echados a andar, en imprimirlos. Pero sí está planteado que se vuelva un fondo que va generando y que va manteniendo al proyecto vivo.

Lo interesante de hacerse de los medios de producción es poder volverse autogestivos.

Jaza: Es un modelo autogestivo bastante criticable. No partimos de estar haciendo piezas u organizar comilonas para hacernos de la lana pa' la máquina. La verdad es que cuando planteamos el proyecto, el nodo era hacernos de la máquina. No era pedir una beca para que al terminar el año estés otra vez con las manos vacías, que es un sentimiento que todos los que han sido becarios comparten. Un poco de manera colmilluda decidimos que el nodo central de la beca fuera hacernos de la máquina, porque pensamos que esto puede

169

La lotería de producción propuesta por Cráter Invertido consiste en un modelo alternativo (o complementario) al sistema de subsidios del Estado, mediante un mecanismo dentro del cual todos los participantes aportan una cuota mensual y, cada determinado tiempo, la suma de fondos se sortea entre los mismos participantes para el financiamiento de su proyecto.

darnos la posibilidad de autogestionarnos. Siento que dimos un paso extraño: aplicar a una beca para poder plantear la autogestión y no plantear la autogestión de inicio.

Andrés Villalobos: Siento que no están encadenados. Parece que todas las decisiones fueran parte de un proceso lógico, pero muchas no están encadenadas. Sí hay una idea de sustentabilidad y puede que la máquina sea la vía para obtenerla, pero esa no es de principio la idea. Existen las ganas. Veo que el ánimo es mucho más la cosa de imprimirse a uno mismo. Poder tener el poder. Que es lo que la máquina permite. Como *Hágalo Usted Mismo*<sup>170</sup> y tal. Fácil de operar.

### Puedes operar bajo distintos modelos

Diego Teo: Se han planteado varios modelos de acercarse. En general, están las publicaciones que podamos hacer nosotros, y las publicaciones que puedan hacer otros. Creo que esos otros van a ser colaboraciones cercanas. Al espacio<sup>171</sup> le pasó algo parecido, que yo vinculo con la máquina. No sabíamos qué iba a pasar con tener un espacio así, y al tenerlo generó: generó vinculaciones, empezó a caer gente que empezó a vincularse. Amplió muchas posibilidades que no habíamos contemplado. Nosotros lo imaginábamos como taller de producción personal y entonces pasó eso. Creo

170

"La ética del *Do It Yourself* está generalmente asociada a varios movimientos anticapitalistas, ya que rechaza la idea de tener que comprar siempre a otros las cosas que uno desea o necesita. Se trata de un movimiento contracultural trasladable a cualquier ámbito de la vida cotidiana. Hay muchos ejemplos del uso de esta filosofía. La primera puede ser las reparaciones que suele hacer el dueño de casa, sin la necesidad de tener que recurrir a profesionales como fontaneros, electricistas, etc." (*Wikipedia*).

Durante los años 70, la editorial Salvat publicó *Hágalo Usted Mismo. Enciclopedia Salvat del bricolaje*, que contenía instrucciones para diversas reparaciones y manufacturas domésticas en varios tomos.

171

Se refiere al espacio físico dentro del cual existió la Cooperativa Cráter Invertido en la calle Juan Lucas de Lassaga 115 en la Colonia Obrera de la Ciudad de México entre 2012 y 2013.

que con la máquina –previendo posibilidades–, va a pasar lo mismo. Primer paso: aprenderla a usar, que no está fácil; habituarse a ella por unos meses y producir lo propio, que ya tenemos atrasado. Pero poco a poco llegan vinculaciones al prestar la máquina, ponerte a chambear... dándole. Viendo los procesos de la máquina, entendidos los procedimientos, puede ampliarse. Algo interesante es que los colectivos afines y otros grupos se puedan beneficiar de ella.

Jaza: Para el primero de mayo, la Federación Anarquista de México (FAM)<sup>172</sup> nos contactó para diseñar el folletín del primero de mayo, y está bien interesante porque la impresión viene de la mano de también aprender a editar, que no lo hago, o lo hago en *fanzine*.

### Editar tus propias cosas

Jaza: Con las cosas que yo he hecho, me han ayudado mucho compas del colectivo. Salvo los *fanzines* que esos me salen así, más precarios.

Me interesa mucho cómo la editorial Cráneo Invertido va a ser un corte transversal en la construcción de un movimiento social: en contenido, en su diseño.

Me parece importante subrayar algo que decía Diego: este tipo de modelos en donde los medios de producción devienen en un espacio. Un espacio de confluencia. Ahí entra un tema interesante, ¿cómo se plantea la definición de estas cosas?

La función primaria de una publicación está basada en la multiplicación y la diseminación de información. ¿Cómo se enfrenta la distribución en papel actualmente?

Rodrigo Treviño: Nos invitan mucho a ferias. Internet, Facebook y las presentaciones es donde han tenido más promoción. Ahorita ya hay más festivales de publicaciones; en tres meses hay uno o dos. Ha habido un *boom* de *fanzines* y publicaciones. No muy concurrido, No muy afortunados.

Yollotl: Dónde más se vende es cuando tenemos algún tipo de activación o una exposición.

Diego: Una posibilidad que también tendría que ver con la máquina; está lo que nosotros podemos alcanzar de las invitaciones que van saliendo... Eso va a estar presente. Los medios electrónicos también. A mí me interesa también lo del correo: empezar a mandar paquetes. Tener también esa costumbre de empezar a mandar paquetes como distribución. Luego a partir de CACAO,<sup>173</sup> pensando en lo de la máquina, está la cuestión de que a otros que hagan algo con la máquina, les distribuimos lo suyo y ellos distribuyen lo nuestro. Ese tipo de manejo que en CACAO se planteaba mucho. También está esa posibilidad abierta que ya se abre más allá de publicaciones: nosotros vendemos su miel y ellos venden nuestras publicaciones. Pensando en la máquina, qué tanto se puede generar con la máquina... Nos quedamos con 50 de las publicaciones que se hicieron, y esas a venderlas. De esa manera retribuyen a la máquina. Ya hay un pequeño circuito, hay que probar.

Jaza: En cuanto a la distribución, también hay que preguntarse mucho sobre los tirajes. Nosotros nos hemos engolosi-

173

El Tianguis de CACAO (Cooperativa Autónoma de Comercio de Obras) es una iniciativa de José Miguel González Casanova que tuvo lugar en el Museo Universitario del Chopo en 2013, que tiene como propósito exhibir y vender productos y servicios culturales con un principio ecológico estableciendo relaciones sociales abiertas y horizontales en los procesos de producción, distribución y consumo. Para CACAO se estableció un sistema de intercambio no monetario llamado Cacao, con el cual se podían intercambiar dichos productos o servicios de manera parcial o total.

nado haciendo tirajes de 500 ejemplares para cosas que tal vez eran de 200, 250, 300. Quizá esa pregunta se la debe hacer cada publicación.

Rodrigo Treviño: También hay lugares en donde dependiendo de los contenidos, tenemos contacto. Por ejemplo con *Zúngale*, hay contacto con Inechi<sup>174</sup> y gente que tiene en sus redes. Y ella nos distribuye; nos ha metido, por ejemplo, a la Cineteca,<sup>175</sup> y mueve *Zúngale* fuera de México. Nos pide cinco ejemplares cada mes.

Jaza: Eso es lo interesante: cómo *Zúngale* tiene un público, que es el de cómic y dibujo. Las otras publicaciones se tendrían que hacer también las mismas preguntas: qué público hay, qué demanda hay.

Yollotl: 1994 –que es un periódico–, intenté llevarlo a 12 puestos de periódicos y no se vendió muy bien, pero es interesante cómo ese tipo de contenidos se insertan en otros circuitos. Cada publicación se puede hacer esa pregunta. También están en la SAPS (Sala de Arte Público Siqueiros), están en La Tallera,<sup>176</sup> en Vértigo.<sup>177</sup> Hay varios lugares fijos donde están, pero sí hay una necesidad muy cabrona.

174 Inés Estrada es una ilustradora y caricaturista mexicana que ha establecido redes de intercambio de cómics, *stickers* y otros materiales impresos ilustrados de diversos ilustradores y caricaturistas mexicanos y el extranjeros. Administra una tienda en línea llamada Gatosaurio, especializada en *fanzines* y *stickers*.

175 La tienda Comida Bebidas y Revistas para llevar tiene una sucursal en la Cineteca Nacional en la ciudad de México. Ahí se distribuyen diversos *fanzines* y publicaciones independientes.

176 La Sala de Arte Público Siqueiros y La Tallera son dos espacios de exhibición que dependen del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA). Ambos fueron espacios de residencia y producción del pintor David Alfaro Siqueiros.

177 Vértigo es un espacio cultural dirigido por Clarisa Moura y el ilustrador Dr. Alderete. Está compuesto de tienda y un área de exhibición localizados en la colonia Roma Norte de la ciudad de México. Abrió sus puertas en 2009.

A mí me interesa mucho la vinculación del archivo de publicaciones que tenemos, con la distribución. El archivo como un punto en el que puedes ir a consultar este tipo de publicaciones, y a la vez puedes comprar publicaciones de redes afines al Cráter. Es interesante lo que está sucediendo con vínculos con espacios independientes de arte en otras partes del mundo, y creo que sería muy chingón lograr tener un punto de distribución acá. Por ejemplo, Lugar a dudas<sup>178</sup> tiene una colección muy interesante de publicaciones, tienen lo de la fotocopioteca. Entonces, tener acá esos materiales, y tal vez tener otra plataforma en Red en donde tal vez no tenemos (físicamente) lo materiales, pero se redirige al sitio correspondiente.

Ya hay un espacio físico, existen los medios de producción y el espacio en Internet. Tal vez toca echar mano de estrategias distintas para que estas cosas funcionen dentro de circuitos que no son los naturales

Andrés: La editorial tiene otra manera de circular como pieza artística. Creo que esa decisión no es gratuita. Sí hay una intención de establecer otro tipo de canales de circulación muy cercanos a una circulación más cotidiana. Más aterrizada.

Sobre todo si se pretende socializar. Ahí es en donde se pueden alejar o mantener en un lugar cómodo, un círculo de confort

Andrés: El lugar cómodo puede ser esto: La Tallera, etc.; lugares específicos. Lo otro son otras estrategias. No sola-

178

Lugar a dudas es un espacio independiente sin fines de lucro establecido en Cali, Colombia. Realizan exhibiciones y residencias artísticas. Cuentan con un amplio centro de documentación sobre arte actual y editan publicaciones con regularidad. Uno de sus proyectos es la fotocopioteca, un sistema de publicación y distribución de textos relacionados con prácticas artísticas contemporáneas que se edita en conjunto con artistas, curadores e investigadores invitados.

mente el lugar donde se va a vender, sino la manera en que va a circular.

Jaza: Siento que hay que ir a donde está el movimiento porque, por ejemplo, han habido varias experiencias de festivales independientes y, por que uno dice festival independiente crees que todos van a ser homogéneos, pero no es cierto. Me tocó aventarme a Guadalajara a un festival organizado por unos chavos: Tapatista se llaman.<sup>179</sup> Ellos trabajan mucho con luchas ambientales, tema *punk*. Lograron hacer una convocatoria subterránea y llegó gente en tren de Estados Unidos. Banda de la casa okupa del DF también fue en tren.<sup>180</sup> Movilizaron de tal manera, que era muy subterráneo, pero había mucho movimiento y vendimos bien, se distribuyó. Los materiales se lograron poner en colecciones.

Luego fuimos a una feria convocada en La Quiñonera<sup>181</sup> por una plataforma de arte contemporáneo con un montón de *likes* en Facebook, un chingo de invitaciones, y nosotros llegamos tarde. Ya íbamos nerviosos. ¡Llegaron dos personas! ¡No llegó nadie!

Es importante pensar en ir al movimiento, porque alrededor hay mucho simulacro. No es un movimiento, son muchos mo-

- 179 Tapatista es un grupo que trabaja con soportes gráficos en la ciudad de Guadalajara. Se autodenominan colectivo de arte popular autónomo y están ligados ideológicamente con la causa Zapatista. Realizan eventos y material gráfico en defensa de la soberanía alimentaria y en apoyo a causas populares como el reciente conflicto por la construcción de la presa el Zapotillo en Temacapulín, Jalisco.
- 180 Chanti Ollin es un edificio y red de activismo ubicado en la esquina de Melchor Ocampo y Río Elba, en la ciudad de México. Fue tomado alrededor de 2003 por grupos ligados al movimiento estudiantil de la UNAM (1999).
- 181 La Quiñonera es un espacio independiente formado en 1986 por los hermanos Héctor y Nestor Quiñones. El espacio se abrió al público después de algunos años en que fungió como espacio de trabajo para otros compañeros de la ENAP, entre los que estaban Rubén Ortiz Torres, Mónica Castillo, Claudia Fernández y Diego Toledo. (Debroise, Olivier, 2007, *op. cit.*, p. 360). Después de ires y venires, en 2010 se constituyó legalmente como A.C. A partir de entonces se realizan diversas actividades de manera constante.



vimientos. Detectar dónde está el flujo afectivo, los públicos.

Lo hablábamos en algún momento. En una feria, puedes estar días sentado y son dos o tres personas las que muestran interés a lo largo de esos días

Diego Teo: Trabajan con plusvalía esas cosas, en realidad vas a vincularte. Pagas y tu inversión no regresa. Pagas la inversión para que te den *stand* y que te conozcan, pero no recuperas.

Jaza: Otra es que alguien más lo haga, como lo de LA Art Book Fair<sup>182</sup> que se llevaron publicaciones y se vendió chido. Diego: Pero hasta ellos mismos no van por la lana, van por el vínculo. Trabajan con la lógica del vínculo más que con ganancias reales.

Yollotl: En un día del Chopo<sup>183</sup> vendíamos más que lo que se vendió allá en Los Ángeles. Cuando estaba la gente ahí, que eran productores de otras cosas.

A pesar de ser una feria independiente se opera con el modelo mercantil de feria editorial: el modelo de la FIL de Guadalajara o el modelo de Fráncfort. El tema es justamente ese: hacer contactos, licencias; hacer relaciones públicas. Una de las cosas a las que se está apelando acá es a otro modelo: establecer una serie de vínculos de colaboración no comerciales. Habría que pensar si no se está volviendo a

182 LA Art Book Fair es una feria anual de libros arte, catálogos y libros de artista que organiza Printed Matter en la ciudad de Los Ángeles desde 2012. Tiene como antecedente NY Art Book Fair, feria organizada por la misma librería desde 2004, que se lleva a cabo en el mes de septiembre en el MoMA P.S.1. Para la edición 2013 de LA Art Book Fair, la Fundación Alumnos 47, por iniciativa de Eva Posas de Ediciones Hungría, montó un *stand* con diversas publicaciones de arte, catálogos y fanzines mexicanos.

183 La Cooperativa Cráter Invertido participó en el Tianguis de CACAO en noviembre de 2013.

### caer en el mismo engranaje del mercado

Diego: Si los medios son tan caseros, también es porque no estás pensando en grandes distribuciones. Andrés estaba empezando a platicar algo que se ha hablado mucho, y que no se ha logrado, que es lo de las suscripciones. Un círculo de interés que, igual en un comienzo, es un círculo cerrado. Concentración de interesados. Apelar por una publicación que vas a hacer para repartirla en un medio que va a ir creciendo, que se pueden hacer suscriptores y participar en la producción. Ese tipo de mecanismos. Pensar en editar 100, 200 que van a ir a estos círculos, y los demás entran en todo el engranaje.<sup>184</sup> Pero que en un año y medio ya se fueron. Cada vez que hay una conversación en donde dices: “esto te puede interesar, acá está”, y “va a salir otro, y vamos a estar trabajando”. Eso que amplía el círculo de trabajo por interés. Ahí es donde entra el Internet, el círculo puede crecer a distancia.

Yollotl: El Cráter inició con un mail en donde se decía “vamos a hacer un espacio y vamos a hacer una caja: cáete con una lana”.<sup>185</sup> Con la preventa entramos al espacio, y se mantuvo durante ocho meses a partir de eso. La gente que participó es gente que creo que también participaría de éste círculo de suscripciones. Apostarle a que no sabes qué va a pasar, pero pagas algo al año y te llegan todas las publicaciones. Y como son pocas, son identificables. Puede ir creciendo, pero puedes mantenerlo amarrado.

### Frente a la lógica del mercado en donde lo que tienes que hacer es producir más para vender más, he hablado con

184 De pequeñas librerías y museos.

185 Cuando la Cooperativa Cráter Invertido se establece en el local de la colonia Obrera, los integrantes del grupo confeccionan una edición de cajas con múltiples para poner a la venta y de esa forma cubrir los gastos de renta del espacio.

varias personas acerca de la ralentización de la práctica en lugar de meterte en dinámicas de mercado, que involucran redes sociales, etc... El planteamiento tiene que ver con reducir la oferta, tanto de tiraje como de títulos. Una práctica un poco más compacta en la que no tienes que hacer mil ejemplares, sino entrar a una lógica dentro de la cual haces 100 y ya sabes perfectamente a quién le llega y que –en todo caso– va creciendo de manera orgánica, no forzándola. Algo que decían en Macolen, es que no están buscando –ni con lo que imprimen ni con los locales–,<sup>186</sup> volverlo masivo, sino hacer cosas para nichos muy específicos, porque era un espacio que se había perdido en Internet. Existió en algún momento durante los noventa y la primera parte de los dosmiles, pero ahora está cooptado por el mercado, que ya ha logrado entrar ahí. Los espacios públicos, los espacios tangibles son aquellos que adquieren de nuevo un sentido de autonomía

Andrés: No veo tanta diferencia entre Internet y el espacio físico en la generación de esos canales. Se trata más de la generación de un bloque, de una escena. Tener una máquina tiene ese espíritu. Juntarte entre varios, pero también empezar a publicar. Formalmente tiene una estética que dice más allá. Dice ciertas cosas sobre cómo está producido. Por ahí se va a leer lo de la cooperativa en cuanto a los formatos. Eso va a ayudar a que se haga una escena. Por eso no lo veo tan diferente a Internet.

### Cartucho es online, ¿no?

Natalia Magdaleno: Sí, y nos ha costado un poco de trabajo esta parte, porque hemos entendido en el proceso que la publicación en Internet tiene que actualizarse todo el tiempo;

arrojando información todo el tiempo, porque si no, se pierde al público. Ha sido difícil porque el proceso de *Cartucho* involucra tanto trabajo que es muy difícil estar en ambas cosas al mismo tiempo. La manera que hemos encontrado para poder activar la revista en *web*, siempre es a través de otras vías: la presentación en ese sentido siempre ha sido súper importante. Ahí está la información en la página, pero en este espacio puedes tener un acercamiento con los colaboradores, puedes tener diálogo con ellos. Ahora es la primera vez que vamos a imprimir un número en la riso. Antes imprimimos una compilación de los tres números pasados. La manera de activarlo a partir de Internet siempre ha sido hacer eventos a la par. Nos cuesta mucho trabajo adaptarnos a las publicaciones que hay ahorita en Internet, porque son muy activas todo el tiempo, y aquí nosotros estamos muy concentrados en procesos creativos que tienen que ver con otros colaboradores, con reuniones, y no podemos estar ahí todo el tiempo publicando información. Pero también estamos replanteando la página para poder activarla más, para que todos los procesos que se están llevando a cabo durante los seis meses que dura la edición, se estén publicando también; que se dé a conocer a la gente que está trabajando en este tema, con estas personas; que se están haciendo estos eventos.

Yollotl: Y las fiestas que se han hecho: es la revista, pero también puedes ver las piezas ahí.

Diego: *Cartucho* va en línea, pero en línea no ha sido su fuerte. El fuerte de *Cartucho* más bien es la investigación, la vinculación y el evento.

Natalia: La *web* es una plataforma, pero en realidad todo el proceso que se lleva antes de la publicación es lo más importante. Me parece que lo importante es que el público entienda sobre los procesos que se leen, porque son procesos

colaborativos. No es que la gente nos mandó sus cosas y ya. Diego: Las revistas en línea se forman mucho en línea también. Gente que está solita con su máquina y así. En una publicación en red, si no tienes una estrategia –que implica muchos guiños con estrategias de mercado–, ahí está la cosa perdida –a eso me refería con volverlo tangible para poder tener cierto contacto.

Durante la era dorada de *blogs* y grupos en línea había mucha más interacción que se ha perdido ahora. No sé si por aburrimiento, o porque se adoptan estrategias híbridas que recurren a soportes digitales e impresos. No sé que tanto hemos aprendido a establecer esta relación entre la red y el espacio físico

Jaza: Un punto clave de las publicaciones es señalar procesos. No tanto como editar contenidos de otros, sino generar dinámicas de trabajo, de investigación, de procesos. Ahí es donde está la carnita de si es impreso o digital: que vienen acompañadas de un grupo de actividad que trabajó esos temas. Por lo menos la publicación no es solamente el capricho *trendy* de un editor o de un mercado, sino de un grupo de afinidad que está llegando a conclusiones por medio de ponerse a chambear.

Yollotl: Y que eso ha sido muy importante en el proceso de la relación entre trabajo individual y colectivo. Rápidamente entendimos el valor de la experimentación y la colaboración. Que la función del Cráter era establecer estos puntos de encuentro y desarrollar dinámicas de colaboración. Cada uno de los proyectos que se están realizando ahora tienen que ver con grupos de trabajo con investigaciones compartidas que tienen salidas públicas en eventos. Nos dimos cuenta de que la publicación era una forma de aglutinar todas estas investigaciones, y que los resultados en publicación como un soporte colectivo, son importantes.

Hace rato hablaban de cómo hay cierta normalización. En México pasa menos que en otros sitios, en donde hay una normalización formal y temática brutal: todo parece operar bajo la misma lógica del mercado y las tendencias. Algo que hasta cierto punto no pasa en México. Pero no sé si esto signifique que aquí hay un sentido particular de lo nacional, de qué se publica, de cómo se publica. ¿Creen que las cosas que están publicando tienen cierta identidad en ese sentido? ¿Un carácter nacional?

Jaza: Es bien nacional. Parte de un imaginario de lucha popular.

Diego: Es antinacional, por eso es nacional.

Andrés: Sí veo una relación muy directa –en cuanto a dibujo– con el movimiento independiente de Los Ángeles, Nueva York. Creo que sí hay una relación muy directa con eso.

Vamos, no me interesa recuperar el sueño Vasconcelista. Lo que pasa con Cráneo Invertido es muy distinto a otros casos, en que de pronto el volver a las publicaciones impresas y a este tipo de técnicas obedece a una influencia de fuera. Bajo este esquema de *lo-ví-en-Pinterest*, que me parece brutal, porque está haciendo *tabula rasa*.<sup>187</sup> Te encuentras estos *fanzines* de fotos de Britney Spears luciendo fatal, y en todos lados ves las mismas cosas.

Andrés: Como un Tumblr bajado a papel.

Diego: Es bien contradictorio, porque en teoría hacer publicaciones es como para romper la lógica de Internet, y aparte de que están homogeneizados son tan vastos como Internet. Llegas a estas ferias y dices ¡en la madre, ¿por dónde empiezo?!

187

En urbanismo se emplea la expresión *hacer tabula rasa*, en referencia a demoler o derribar todas las edificaciones preexistentes en un lugar, para desarrollar un barrio completamente nuevo.

Como Tumblr, hay una normalización porque todos reproducen todo. Como en Facebook, que todos publican las mismas cosas, los mismos memes

Diego: Entrecruza las investigaciones políticas y de dónde surgió el colectivo. Los tiempos del colectivo fueron 2009 – 2010. Y 2010 con el festejo, y salir a las calles y el SME, la marcha, la manifestación. Manifestarse en la calle: esas estéticas. Yendo a ver *fanzine* anarquista al Chopo, recuperando material viejo. Ahí está mucho trabajo.

Yollotl: Muchos de los contenidos están concebidos a partir de contextos. Eso es un vínculo muy cabrón que tiene que ver con el presente, que es un eje que atraviesa toda nuestra práctica. Eso y el papel estraza.

De las cosas que me parecen más interesantes del sistema, es su economía; que se puede representar en todos sentidos. Si utilizas un sistema económico, y le metes papeles finos y encuadernados onerosos, cambia la aproximación al medio. Hablas desde otro sitio.

En lo que producen ustedes hay cierta consecuencia en el uso de los materiales y el precio final de las publicaciones

Andrés: Lo intentamos. La máquina te obliga a hacer estas cosas. La lana. Básicamente es la lana.

Ahorita dimos un salto de la fotocopia, que es mucho más inmediata; la lógica de la publicación es bastante análoga. Ahora ya no hay esa lógica. La máquina te lleva en los procesos; hay que meter preprensa, etc. Eso ha demeritado el proceso en cuanto a lo inmediato.

Pero las publicaciones siguen siendo parecidas. No hay tanta lana y tampoco hay tanta disposición a clavarse tanto con la máquina. Lo que más importa es sacar las cosas.

Yollotl: Hay un momento en el cierre, cuando ya vas a impri-

mir y estás definiendo los papeles, y estás presupuestando todo eso. El precio de venta es algo que aparece mucho. Sí hay un interés de que sean lo más accesibles posibles. El libro de Tom Zé estaba como subvencionado. Ni siquiera se daba en lo que costaba la producción del libro, se cobraban 15 pesos menos. Eran 150 pero también es absurdo, porque terminas regalando la mitad. Sí hay una necesidad de que sean accesibles las publicaciones.

Se está utilizando mucho Risograph en México. A diferencia de otros sitios en donde hay una aproximación más nostálgica al asunto, aquí hay una serie de condicionantes para las cuales un sistema de estos se vuelve mucho más propicio. Lo interesante es que es un sistema que ha estado ahí todo el tiempo, que incluso durante los noventa estaba en todas las esquinas y no se usaba porque había un embeleso con Internet

Diego: Una pregunta al interior del colectivo –que tiene que ver con los medios– es: ¿Por qué no hacemos televisión, por qué no hacemos radio, por qué no podemos hacer un periódico real? Porque los medios los tienen otros. Y el Internet, que de alguna manera es un medio que nos posibilita, nos damos cuenta de que también es de otros, que sí puedes subir lo que quieras desde tu casa, pero le pertenece a otros. Es esta cuestión de estar desempoderado del poder hacer, del medio. Y lo hemos intentado, nos hemos hecho la pregunta de poder hacer tele, de poder hacer radio. Radio ya hay un chingo. Y radio no en Internet, sino ésta posibilidad de transistores. En la universidad hicimos un poco en Radio Zapote.

Que también está coartado. Irónicamente en México no puedes hacer radio pirata porque te cae de inmediato RTC



Diego: Y parte de ahí: no es sólo la salida, es también hacerse del medio. Y riso te lo permite.

El medio impreso es autónomo en relación con Internet, que no lo es

Diego: Sí, y entras a la lógica de pensar en poder hacer los medios desde todo. No tener que hacer tu producto y llegar a venderlo a Canal 22, o a ver si radio no-se-qué te lo transmite... o que en Internet el portal no-se-qué lo haga.

Poder entender los medios desde ahí. Mucho parte también de los medios libres. Va desde la idea de ver que los contenidos que te interesan no están en la televisión, no están en la radio.

Y cada vez están menos en Internet

Diego: Y que en algún momento se aspiraba a que tus contenidos entraran a la televisión, a la radio. Pero de repente dices ino, mejor no! ¡Ahí muere!

Imaginar el planteamiento de una tele pública y de colectivos trabajando de otra manera y teniendo sus programas. Esta lucha puede ser nostálgica, ingenua. Pero creo que es importante. Internet: también es una ingenuidad pensar que ahí estaba.

Insisto en el tema de la nostalgia, porque si uno está apelando al contenido, vías como Internet son mucho más efectivas en términos comunicativos. Ahí es donde entra lo que dice Yollo!t! en relación con el fetiche: la relación con lo tangible. Sí hay una relación muy distinta de lectura. Incluso la linealidad que tiene un objeto impreso obedece a una dinámica muy distinta a la de la red, pero también hay cierto amor por la cuestión física, incluso por esta estética precaria. En Internet todo es acumulación, si lo pensamos en estos términos. Los derroteros estéticos son otros

Andrés: No es solamente el contacto con el papel y el contacto que puedes hacer con otros, en contraste con Internet, es la subversión, el espíritu que tiene el poseer los medios que se encarna en la máquina. El tenerla y poder publicar tiene mucho que ver con eso de la radio pirata, con lo pirata. Con crear un nuevo canal. Crear túneles más que andar platicando con el Canal 22, etc.

En cuanto a lo práctico, lo haces más *punk*. Vas y lo haces. Eso es bien importante. En ese sentido es más parecido a lo de la nostalgia. La cuestión de formar, de construir un pulpito formalmente también dice algo. Me parece importante enunciar esta subversión, que no solamente es por el contenido, sino la manera en la que lo hiciste. Y la cooperativa es algo también muy importante en ese sentido.

### Sacrificas alcance por discurso

Diego: A veces también sacrificas público por el alcance.

Yollotl: Hay una cosa también muy importante que tiene que ver con la subjetivación del conocimiento. En Internet creo que hay un fenómeno en que puedes encontrar una página que contiene 800 000 *links* a proyectos increíbles a los que estás viendo todo el tiempo referencias, ¿pero de qué forma logras que esos proyectos que ves en línea signifiquen más en ese contacto de rapidez y navegación? Creo que en contraposición a eso; la gente que iba a los eventos, las publicaciones, la gente que iba al espacio a tener una charla como esta... Hay un valor de la presencialidad física de la publicación en cuanto a cómo compartes el proceso, que es más importante –incluso– que el resultado final. La presencialidad a la hora de la definición, creo que es un tema importante.

Andrés: El papel también da una presencia. Y esa presencia también la tiene la televisión, la tiene la radio; los medios ya establecidos. Entonces regresar a imprimir es como tener

esa presencia físicamente dentro del panorama mental de todos. Y creo que eso va en sentido opuesto a Internet. Qué tanto le crees a la televisión, qué tanto le crees a Internet en cuanto a las noticias —eso cada uno lo decide.

Diego: ¿Crees que en Internet por haber tanto, pierde veracidad? Y al ser impreso adquiere la jerarquía de veraz, ¿no?

Andrés: No sólo porque está impreso, sino porque este gesto de imprimir se parece a los medios masivos, al libro. De alguna manera el gesto de imprimir sería como ir en contra de esta democratización de Internet.

Yollotl: Pero también le das espacio y tiempo, que es importantísimo en términos de encuentro. De personas.

Al imprimir le das un lugar en la realidad, y un lugar en el que está pasando en un momento. Puedes llegar ahí, y ahí puede pasar otra cosa. Creo que lo del punto de distribución con la gente que lo hace... ese diálogo es básico.

Rodrigo Treviño: También es interesante lo que sucede alrededor de una publicación. En Internet también. Alrededor hay una serie de público. En una publicación lo que está alrededor es muy distinto a la dinámica de consumir contenido en Internet y nomás comentar abajo. Igual tienes un espacio en Internet que lo está consumiendo mucha gente; lo que cambia son las dinámicas, las relaciones que se generan entre tantas personas que están ahí. También puede ser algo romántico. Existe algo en lo que sucede alrededor de un objeto que está aquí y que reúne a ciertas personas en un lugar.

Yollotl: siento que hay publicaciones que se consumen y otras que se usan. Como que estamos más en la relación del uso que del consumo.

Me queda claro que hay dos argumentos: una es la decisión

política del acto subversivo de la publicación. Generar otro canal de comunicación; que en la red también se genera, pero de alguna manera está alienado. Y por el otro lado está la generación de un punto de encuentro físico

Diego: Van de la mano. Al hacerte de los medios, de la herramienta; esa herramienta se comparte, y también esa presencialidad está en relación a la máquina. Sí en relación con los contenidos impresos, pero creo que ahí se va a ir viendo. Sí somos una editorial que hace publicaciones, pero también una máquina que produce publicaciones. Van de la mano. De pronto hay editoriales que sólo son editoriales: sólo están hablando de su contenido y su diseño. Aquí se está hablando de cómo se hizo, dónde se consiguió el papel, el trabajo que nos costó, el papel se atora... te peleas con la máquina. Tú también te puedes pelear con ella si quieres. Ahí se juntan esas dos.

En el afán de socialización se está tratando de abrir el proceso. Que haya ida y vuelta

Diego: Yo entiendo los de los medios libres como una cultura política de recuperación de los medios que tiene que ver con la autonomía. Darnos cuenta en este momento de que con el fenómeno Internet, el fenómeno licuadora, políticamente se perdió la posibilidad de hacerlo uno... de sembrar uno el huertito y hacer cosas uno: Quiero hacer esto, ¿pues con quién lo haces? ¿Quién te va a mediar tu producción? Cada vez las producciones en todos los sentidos van mediadas. Entonces eso es de los medios libres. Lo que decía Andrés es eso. La veracidad siempre está entredicha por las fuentes del cuate que lo haya hecho, pero (a su vez) la veracidad está en que no tuvo que negociar con el medio para que su mensaje –verdadero o falso– esté ahí. Si tienes una información y la quieres meter al *Reforma*, te la van a editar. Te van a hacer una entrevista en *Radio Fórmula*,

te la van a editar. La veracidad está en que no hay un intermediario. Todo lo que digas, sea falso o verdadero, es lo que tú dices.

Andrés: La máquina carga una promesa en sí misma, y tiene esta cosa de la diversidad. Que viene muy de la mano con esto de los medios. Puedes publicar, además en baja escala. No mucho en cantidad, pero mucho en muchas publicaciones. Cada quien puede publicar. Eso es lo que promete. Una explosión de diversidad. Si hay pequeñas imprentas –que ahorita hay pocas, pero puede crecer más–, la diversidad es interesante.

Diego: No hay una línea editorial como en otras editoriales donde tiene que ver con una elección del formato, papel y contenidos. Acá si la hay, es por vínculos, por afinidades.

Andrés: Hay una normalización, pero está en la mano de todos.

Diego: Quizá *Zúngale* tiene una, *Cartucho* tiene una, pero son dentro del Cráter.

Una de las cosas que siempre se pone sobre la mesa cuando se está hablando de la publicación impresa, es la memoria. Los formatos digitales tienen el problema de que siempre dependen de tecnología. Una cosa impresa, con que sepas leer –o si acaso, necesitar lentes–, no requieres de tecnología adicional para consultarla. Sigue siendo un soporte mucho más confiable que un USB

Andrés: Más allá de la memoria veo algo importante en la periodicidad. Más allá del libro como documento, el que circule periódicamente. Creo que ahí está mi interés. En construir una plataforma, más que un documento único. La lógica de revista más que de libro.

En el origen de los *fanzines* no había una lógica de preser-

vación de la memoria. Había una intención de inmediatez y comunicación. Eso ya fue sustituido por los medios digitales. Ahora los *fanzines* tienen otro carácter, son coleccionables. Pero eso ya obedece más a cómo nos acercamos al consumo del fetiche. A la acumulación

Diego: En ese sentido sí me encanta el fetiche. Lo ligo con que empezamos haciendo una colección. Antes de hacer un *fanzine* empezó a haber una colección; de irlos a buscar. Entre más fotocopia y más diera la sensación de *small press*. Era muy divertido, era muy emocionante. Un poco pensar en que ese que se hizo, quién sabe qué relación iba a tener y de pronto ya está acá, y lo puedes ver y ahí está. Empezamos a hacer *fanzines*, al inicio se imprimían diez con la idea de que fueran más o menos 100, pero después de diez ya te quedabas satisfecho y ya nunca hacías los otros, y el *dummie* se quedaba ahí. Se hacía manifiesto que era un fetiche. De pronto, de ese que habías encontrado sacabas otros diez nomás para tener la sensación de que agarraba nuevo aliento, que en su transitar histórico agarraba nuevo aliento. Es un fetiche.

Ahora que vuelven a tener un espacio, supongo que piensan abrir el archivo, tal vez tener publicaciones de otras personas. ¿Han pensado en eso?

Yollotl: Es la idea. Tener un punto de distribución, pero todavía no está aterrizado.

Un punto de distribución, de socialización de publicaciones del archivo de Cráter y también de otros

Diego: La fotocopia cumple esa función. Es muy complicada, pero ahí están los libros. Si quieres llevarte algo, lo puedes fotocopiar.

Jaza: Andrés se va a Japón e Indonesia. Y se va a buscar publicaciones Riso para el archivo. No sólo de Riso, pero sí de consulta. Sí es bien importante para nosotros tener ese centro de documentación.

Dasha: Y si se hace cierto trabajo de impresión, quedarnos con material nosotros. Pero todavía no pensamos bien en la logística, en los criterios, qué trabajos sí. Que se quede una parte en el archivo.

Yollotl: De entrada ya tenemos treinta kilos nuestros que tenemos que vender. Va a tener que salir.

¿Qué pasó con la intención de tener la máquina bajo cooperativa más allá del Cráter?

Diego: En el inicio se habló mucho de eso.

Andrés: La idea de cooperativizarla está ahí. La última solución es que se haga un tipo de residencias local y tal vez extranjera. A publicar. Este proceso de aprendizaje–talacha.

Yollotl: Hay mucha gente que quiere hacer cosas. En ese nivel de involucramiento se puede empezar a plantear a partir de intereses. A Tumbona le interesaba, pero les funciona muy bien el offset.

Diego: Se había hablado de posibles productores continuos. Por trato. La otra cosa sigue en pie.

Andrés: Estaba esa propuesta también en relación con, por ejemplo: compras un tambor y te vuelves parte de; te asocias.

Yollotl: La orquesta de tambores.

Ediciones Joc Doc, 28 de abril 2014

Ediciones Joc Doc publica cómic e ilustración desde 2011. La editorial y taller está conformada por Apolo Cacho, Abraham Díaz, Yécatl Peña y Chacho Grijalva, e incluye a diversos ilustradores mexicanos y extranjeros en sus publicaciones.



Pablo Contreras, Mala Suerte, 2014

¿Hace cuánto tienen la editorial?

Yécatl Peña: ¿Fue el 8 de julio que hicimos lo de *Juventud drogada*?<sup>188</sup> Pues ya tres años.

188

*Juventud Drogada* es el título de una exhibición llevada a cabo en julio de 2011 en el número 45 de la calle Madero, en el Centro Histórico de la ciudad de México. La muestra, en la que participaron, entre otros, Inés Estrada, Apolo Cacho, Carlos Olvera y Andrea Sicsik, fue organizada por Abraham Díaz y Yécatl Peña como una burla abierta al ambiente artístico del Distrito Federal.



Abraham Díaz: La riso la compré porque gastaba mucho dinero. Al estar llevando gráfica a las fotocopadoras, se ponen bien mamones.

Yécatl: como si te estuvieran haciendo un favor. Es una problemática bien latinoamericana. La otra vez vino un compa de Venezuela que hace un *fanzine* que se llama *La ciudad más fea del mundo*, y decía que a él le costaba un chingo de trabajo sacar sus *fanzines* porque no querían; que se gastaba un día entero buscando en Caracas una fotocopadora que le diera chance.

### Por el contenido

Abraham: Parte de la motivación fue una vez que fuimos a fotocopiar un primer número de un cómic de Yécatl, el primer tiraje. Estaban súper sacados de onda viendo los dibujos.

Yécatl: Una vez un amigo hizo unos carteles y no lo dejaron imprimir. Había un diablo orinándose en el mapa de México. Sí tiene que ver eso: la autonomía, y que no vean tus cosas también.

### ¿Por qué deciden usar una riso en vez de una fotocopadora?

Abraham: Porque estaba viendo en Internet varias cosas y me gustó que podías utilizar varios colores teniendo unos acabados similares a la fotocopia; como errores gráficos. Y eso me gustó.

Viendo *fanzines* de otra banda. Luego vimos que teníamos discos o cintas que no sabíamos cómo estaban hechos y ya sin querer nos dimos cuenta de que siempre estaba ahí.

Yécatl: Como nosotros no venimos de ninguna escuela de arte, no tenemos idea de muchas cosas, y siempre ha sido como de andar viendo qué transa. Ha estado loco. Ha sido interesante.

Es un sistema que ha estado siempre. En las papelerías Lumen –en los años 90– tenían riso, la ofrecían como fotocopia a color. Luego las sacaron; Llegaron las Docucolor

Abraham: Seguro lo van a retomar pronto. Estaría loco.

Ustedes ya van a ofrecer el servicio. Creo que va más por ahí. Están ustedes y está Macolen, que nada más hacen maquila, no son editorial.

La idea de montar Judas tiene que ver con hacerlo rentable, que se pague y conseguir lana para producir sus propias cosas

Abraham: Antes de tener que pagar la renta de este lugar,<sup>189</sup> era más de lo que se vendía, en corto buscar algo que sacar. Pero en general siempre hemos tenido que poner dinero. Era más relax. Lo hacíamos en la casa de mis papás, en la azotea. Ahí hacíamos la serigrafía y los *zines*.

Yécatl: Y ya después como se difundió un poco el nombre, nos llegaron dos-tres proyectos. Uno fue en el Museo del Chopo, para el que hicimos los *zines* que se llaman *Nazio-sare*, que son los más grandes. Con eso compramos más tinta. No sé si se pueda decir que estamos teniendo una estrategia económica, que sí lo estamos intentando; estamos buscando becas y esas cosas, pero por el momento estamos trabajando en unos cómics para seguir sacando y ver si compramos otra máquina.

Ha salido lana, como en el caso del Museo del Chopo, pero la idea es no depender, ¿no?

Abraham: Estaría chido que de repente nos cayera alguna

189

Actualmente Joc Doc tiene un taller en la colonia Algarín de la ciudad de México, en donde además de producir sus propias publicaciones, hacen maquila bajo el nombre Judas Impresiones.

beca o algo así. Ahora que ya lo vemos como que somos responsables de algo, estamos viendo que necesitamos el dinero. Como que antes también nos dábamos más nuestro taco para ir a festivales y así.

### Es como una chamba

Abraham: También es lo que queríamos. Yécatl me empezó a decir: “no mames, tenemos que obtener algo. Hacer que esto se vuelva nuestra vida sin tener que andar ahí sufriendo”. Es lo que estamos intentando, es la idea de consolidarnos como una editorial. Como otras personas, queremos llevarlo a cabo aquí.

### ¿Qué estrategias de distribución tienen?

Yécatl: Ahorita está muy primitiva. Además de Joc Doc, con otro amigo tenemos un sello de *punk* que se llama Cintas Pepe, entonces más o menos ahí: es ese modelo de distribución *DIY* que generalmente hace uso del Internet como difusor. Aquí en el DF, creo que nada más distribuimos en lo de Comidas Bebidas y Revistas, que Inés se las pasa.

### Inés ha sido un agente interesante en la movida de *fanzine* aquí. Ha establecido redes entre distintos sectores que antes no cotorreaban

Abraham: O que igual no se cotorrearían aunque se conocieran.

### ¿Por qué hacer las cosas impresas y no hacerlas en Internet si se piensa en tener cierto alcance?

Abraham: Porque nos gusta el arte gráfico. La onda de tener algo que tiene un trabajo desde el dibujo hasta que sale el producto hecho, es lo que más no interesa. Si fuera imprimir

por imprimir, llevaríamos todo al Internet. Nos gusta hacernos cargo del trabajo gráfico, del tratamiento gráfico. Somos artistas gráficos. Yo hago grabado en linóleo y también me gusta hacer serigrafía. Es la mejor forma para la gente que le gusta tener arte gráfico.

Yécatl: Yo estaba en la Escuela de Antropología y no teníamos idea en absoluto de los procesos para hacer estas cosas, y fue nuestra manera de aprender, nuestra propia escuela. Hacerlo completamente en un formato físico nos hizo aprender técnicas de encuadernación, de impresión. Todo lo que hemos hecho, siempre ha sido a partir de entender al formato físico.

¿Ustedes encuadernan también?

Abraham: En general engrapamos, pero *Naziosare* lo encuadernamos. Fue una buena solución, y bastante barata.

Hay mucha gente que está planteando sacar todos los contenidos de Internet, justamente porque tienes cierta autonomía en cuanto a contenidos, a lo que estas diciendo. Los Google Adwords y esto en donde ya es bien difícil encontrarte algo, como antes, de manera fortuita, por que de pronto todo te lleva a los mismos sitios. Todo se está encasillando. Y llevar las cosas al universo físico —no sólo al impreso sino también a ferias y cosas así—, te da otros espacios de relación con la gente.

Bajo esta idea de socializar la práctica de impresión y pensando en que tienen Judas para que venga la gente a chamber. ¿Hacen trabajo colaborativo con más gente?

Yécatl: Sí, es la base de la editorial hasta el momento. Empezamos a pensar más o menos en grande y en pequeño al mismo tiempo con el *Tétanos*, que es una antología. Son varias personas de varias partes del mundo. *Naziosare* fun-

ción igual. La primer cosa que sacamos, que fue el *Asalto Mental* era también de colaboraciones. Después de ahí lo que ya no nos gustó tanto era que nos teníamos que poner más mamones. Del primer *Tétanos* al tercero que va, hay una gran diferencia. Los contenidos son más exquisitos.

Abraham: Más específicos. El primer número era más abierto a ilustración y cómic, ahora ya tiene una línea de buscar caricaturistas de otras partes del mundo a los que conocemos en las redes y los invitamos. Lo que nos gustaría es empezar a pagarle a la gente con la que colaboramos.

Yécatl: La base sí es una onda de colaboración. En teoría somos cuatro en *Joc Doc*, aunque por lo general nomás estamos este güey y yo. La solución para nuestras inquietudes que son el cómic underground y la gráfica alternativa no la vemos tanto en el DF, y sí nos interesa ser un grupo donde también podamos aprender y ser varia banda.

Abraham: Queremos empezar a publicar cómic de otra banda pero sólo de ellos. *Zines* de gráfica que no sean compilaciones y que tampoco sean sólo de nosotros. Ahorita ya hay un cómic de Mou de Monterrey, uno de una chava chicana de San Diego, uno de una morra canadiense, otro de otro chavo de aquí que está empezando a trabajar y tiene poquito con nosotros.

Ahora son más cuidadosos con la selección y el trabajo se está profesionalizando. Es un trabajo. De pronto tienen apoyo de una institución como el Museo del Chopo o acceden a becas. ¿qué pasa con condicionar de algún modo la independencia cuando esto se empieza a domesticar?

Yécatl: Creo que tenemos las cosas bastante claras respecto a los contenidos. Igual sí han salido apoyos, y hemos buscado ciertas cosas de instituciones y tal, pero justo por tener estas

ideas no ha salido tan fácil. Sí nos hemos mantenido con una idea clara de cómo tiene que ser. Nuestro concepto a la hora de buscar esas cosas sí es difícil. Está cabrón. No ha habido ningún compromiso. Ahora es ya muy difícil hablar de censura. Abres cualquier revista —la *Vice*—, y vienen cosas súper puercas que están patrocinadas. Obviamente nuestra idea es salirnos de esa lógica, entendiéndolo desde los contenidos. Creo que ya está muy cabrón comprometer el contenido. Sobre todo como están las cosas. Muy asimiladas.

Lo más difícil de mantener son los compromisos éticos con ciertas ideas de con quién trabajar y con quién no. Creo que sí podemos hacer una distinción real entre estar con una institución cultural y estar con una marca.

Ni siquiera es tan difícil delimitar eso: trabajar para la institución en la que como quiera vas a terminar estando, o trabajar para güeyes que ganan dinero de vender estilos de vida.

Digo, ninguna de las dos cosas nos parecen del todo, pero creo que te puedes hacer un poco más hacia eso. De la misma manera terminas en el juego. Entrar en un museo también le quita un chingo de cosas a tu discurso, pero por otra parte el interés callejero es nulo.

Es como en las ferias de *zines*: tienen sus lazos con secretarías de cultura, o a veces con alguna que otra marca, pero en verdad el interés del público no se ve. La cosa es entenderte como artista y saber a dónde quieres llegar con esos apoyos, más que la difusión. Creo que seguimos en pañales.

El alcance y el interés es poco. Incluso dentro de las mismas escenas. Dentro de la escena de música, igual hay gente a la que le interesan los *zines* y otra a la que no

Yécatl: Más que domesticar los contenidos, es como saber uno bien en qué situación está. Sí nos saca de onda ir a ven-

der al Claustro,<sup>190</sup> cuando ya dijimos que no íbamos a volver. Chale, pero pues para la renta y tal. ¡Está cabrón!

Abraham: Eso de los recursos es el verdadero problema. Si viviéramos en un país en donde tuviéramos dinero trabajando en lo que fuera para mantener esto, no necesitaríamos nada de eso. Pero no hay posibilidades de hacerlo de otra forma si no es con un apoyo.

Yécatl: Cuando sales en entrevistas en la *Time Out*, en el *Reforma* y así, como que no se siente nunca el alcance. Hasta que te dicen: “Te vimos en esa madre”. Pero pues, ¿dónde están las caguamas?!

Abraham: Nada más sirve para que alguien diga: “Ah, mira, esos güeyes son”. No les interesa lo que haces. Y es cagado, porque a la gente que le interesa, siempre te va a buscar. Ha habido más interés entre banda de las redes gráficas independientes de otras partes del mundo que aquí, porque no existe tal red.

Hay mucho más festivales de zines, pero el consumo es interno. Es la misma gente que va a vender sus publicaciones la que termina comprando

Yécatl: Sí, pero eso se puede llevar a otras escenas como la de música, de zines. Está muy loco, al final nos acabamos conociendo todos. ¡Ya no hay más! El relevo generacional aquí se tarda un huevo.

Abraham: Ya hablas de lustros para que llegue el relevo. De las técnicas de impresión, El Gallito Cómics lo hacían todo en offset.

### Y full color

Abraham: A mi me parece súper profesional. Y ahora otra vez a picar piedra desde cero para llegar a ese nivel de calidad en las publicaciones.

Imprimir con Risograph y serigrafía tiene que ver con la posibilidad de hacerlo con poca lana. De poder acceder a sistemas mucho más profesionales, a selección de color, etc.  
¿Su tirada es llegar ahí?

Abraham: Por lo menos la mía no, a menos que se tratara de hacer antologías. No creo que tenga sentido hacer un *Tétnos* en offset, porque la calidad es mucho de su esencia. Si fuera, por ejemplo, una antología del trabajo de Yécatl durante tantos años, creo que sí tiene sentido un libro hecho profesionalmente.

Yécatl: Eso tendría que ver con el colaborador, ¿no? Porque, por ejemplo, el que te había contado de “Chava” Mendiábal: a él le habíamos propuesto hacer algo. Él es fotógrafo de tocadas. Tiene 25 años y lleva un chingo de tiempo, tiene muy buena técnica y todo. Ya le habíamos propuesto ese pedo y obviamente al trabajar con fotografía no nos podríamos dar el lujo de tener esos errores de impresión que nos gustan a nosotros, ¿no? Tendríamos que ver la manera de resolverlo.

Abraham: La misma fotografía te lleva a necesitar. No sería como empezar a hacer todo así.

Yécatl: Sino ya resolver cada publicación como se deba.

Las herramientas también son discurso

Abraham: Supongo que sí.



Yécatl: Pues es un pedo acá, de fetichismo, esa es la verdad. Como te decía hace rato acerca de nuestros modelos a seguir, pues estamos muy clavados con pedos de ciertas editoriales como Le Dernier Cri de Francia, y éstos güeyes están súper clavados en la serigrafía y eso es parte de... No es como que ellos hayan definido que Le Dernier Cri sólo va a sacar serigrafía sino que la serigrafía va a ser de Le Dernier Cri. Una cosa así. Sí puede ser discurso, pero también tiene que ver con el fetiche de todo esto.

Abraham: Ese es el camino que a mí me gustaría seguir. Que siempre responda más a un trabajo gráfico cuidado y hecho por nosotros, que a tirajes gigantescos que requieran de un trabajo súper pro.

Estoy seguro de que si tuviéramos una máquina para hacer serigrafía, ¡no mames! haríamos... ¡no volveríamos locos! Haríamos cosas de 100 páginas.

Yécatl: También la editorial obedece a lo que es alrededor, a la gente que quiere interesarse en eso. La verdad, producimos contenidos que nosotros mismos sacamos. Y está bien difícil estar haciendo y sacando, haciendo y sacando, y no descuidar también la parte de los dineros.

Abraham: Ahorita es un pedo, porque nos empiezan a pedir cosas también para otra banda, de otros lados, y ya es dividir la chamba que tienes que hacer para otras cosas, más las cosas que quieres publicar. Además imprimir. Está cabrón. Por eso queremos llevarlo a un punto en que podamos vivir de esto sin perder el tiempo en tener que conseguir un trabajo para solventarlo.

Hay poca gente interesada en estas cosas y pronto trabajan mucho con gente de fuera. ¿Qué particularidades encuentran en las cosas que se hacen aquí en México? ¿Qué afinidades encuentran con otros grupos fuera?

Yécatl: Es lo mismo que te decía con *El Gallito*: de pronto hubo una identidad del cómic mexicano que era súper urbano, callejero, rocanrolero y tal; y de repente se acabó ese pedo. Creo que no hubo un relevo generacional, y entonces se quedó la cosa ahí. Obviamente hubo mucha gente haciendo cosas pero nunca hubo continuidad. Creo que otra vez se está trabajando en una identidad, por lo menos aquí en el DF. Mou, creo que no siente ninguna afinidad con nadie. Su pedo es su pedo. Nuestra onda aquí, no sé si podemos llamarla “con temáticas urbanas”, pero así trabajamos nosotros. Inés por ejemplo, es un pedo más introspectivo, o los chavos del Cráter que tienen más su onda de trabajar en términos más artísticos que en la experimentación del cómic. Sí estamos viendo qué transa. Nosotros mismos ya nos cansamos un poco de las temáticas callejeras, y estamos intentando entender ciertos lenguajes visuales que no conocíamos en el cómic.

Abraham: Como dice Yécatl, la falta de gente, de ejemplos a seguir y de todo, ha evidenciado que están saliendo más chavos haciendo lo mismo, que no hay mucha idea de la gráfica cutre. De toda esa onda, del trabajo gráfico fuera del arte establecido. También mucha banda como que está haciendo *fanzines* para clavarse al mundo artístico. Siento que la banda está medio perdida en cuanto a ese tipo de cosas. Y no lo digo en mala onda, porque pues todos. Nosotros también hemos estado así. Creo que responde más a qué modelos a seguir tienes. Y todos nuestros modelos a seguir son de otros lados.

Yécatl: No es tan mal momento. A pesar de todo sí está habiendo un interés. Dejando de lado lo del cómic y tal, sí hay una idea muy apremiante que sólo la puede resolver la autoedición. Hay un montón de gente de escuelas de arte, inclusive periodistas jóvenes que lo están viendo ahí. Sí se nota muy cabrón en estos últimos tiempos. La autoedición por lo menos, sí está teniendo un tiempo curioso para ver qué pasa.

Abraham: La situación te lleva a expresarte, y es una forma bastante sencilla. Es lo más rescatable de que la banda se dé cuenta de que puede expresarse.

Yécatl: O de que nadie les va a dar chance.

Abraham: Es un medio para desahogarte. Empezando por ahí, está chido.

¿Consideran que su práctica es política? En el hecho de decidir autoeditarse está implícito, ¿no?

Yécatl: Por lo menos Polo, Abraham y yo, sí. El Chacho, no. Esto que estamos haciendo sí lo estamos viendo como cierto posicionamiento ante las cosas.

En algún momento hemos llegado a trabajar justo en este camino que no sabemos cuál es. Hemos terminado trabajando para la gente que ahora mismo nos produce. Nosotros tenemos que hacer lo contrario. Independientemente de como nos reivindicemos.

Sí siento cierta afinidad al Cráter Invertido con su idea política de las cosas. Nosotros no trabajamos directamente con contenido político, pero sí creemos que nuestro trabajo responde a cierto retrato de la realidad —unos *tepichulos* que están ahí chupando, y luego los agarra la tira y matan a la policía—. Igual no hay una cosa ahí, un discurso, pero sí obedece a unas realidades *acá* que nos están golpeando.

¿Creen que la publicación es una herramienta de cambio?

Yécatl: Yo creo que sí. Ha habido varias veces en que ha sido más gratificante la respuesta de las instituciones, que han sido así como ver a chavos como estos leyendo esas madres y cagándose de la risa. Sentirse afín a ciertas cosas y verse —no reflejado—, pero saber así: “esa madre parece el acueducto por donde yo vivo”, o “Yo he visto a un ruco así, briago tirado...” Igual en el mal pedo —de risa y las circuns-

tancias que nos rodean—, pero sí hay un reflejo. Eso también está chido.

Es otra cosa que estamos intentando resolver, porque ya nos empieza a hartar un poco eso. Tampoco estaría chido que el cómic *underground* se quedara como el nuevo cine mexicano.

Pura sintomatología. ¿Hacia dónde se imaginan que va la cosa?

Yécatl: Creo que el cómic tiene muchas limitaciones, y todavía no las hemos logrado explorar todas, pero creo que llega un momento en donde la respuesta sí es el arte gráfico con el espíritu de los grabadores de principios del siglo pasado o de los estridentistas. No tenemos mucha idea de teoría, tampoco estamos teorizando respecto a la autoedición o al cómic, pero creo que de lo que estamos seguros es de que nuestro interés es la gráfica. El cómic ahorita es nuestro instrumento, pero la gráfica es lo que queremos hacer. Estudiarla y experimentar con ella, con la que menos gusta.

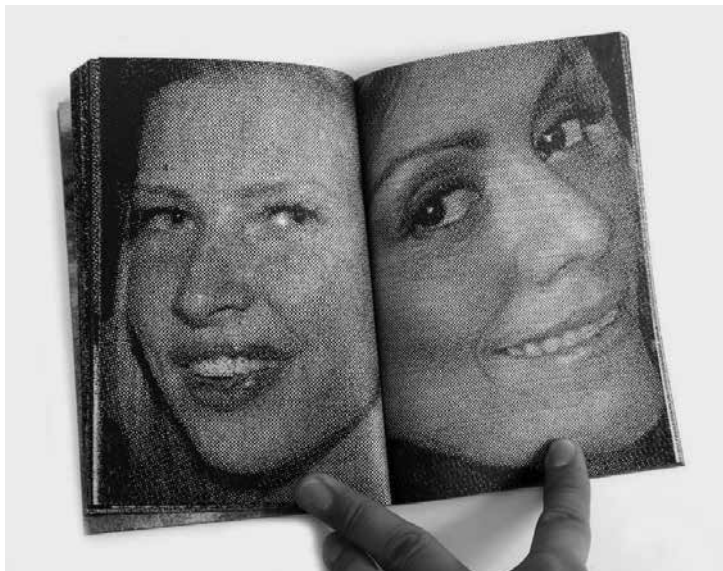
Lo interesante es que estamos en un país en donde la mayoría de la gente se identifica más con imágenes. No somos un país de lectores. Si mencionamos a los estridentistas, o al Taller de Gráfica Popular, por ejemplo; es justo esa la herramienta que utilizan. En primer lugar porque son artistas, pero también porque es una manera de acercarte con mayor facilidad a un grupo de población más amplio

Yécatl: Hablando de *Le Dernier Cri*: ellos nos hicieron replantear nuestra visión de la autoedición. Ese poder de la serigrafía de arte —anti-arte— es muy poderosa. De alguna manera el *Naziosare* fue nuestro intento de experimentar con ese pedo de la gráfica como una aventura.

Abraham: Yo creo que saber para dónde va esto es complicado. No sé, a mí me gustaría clavarme en el cómic, ser caricaturista de oficio, pero a la vez me gustaría quitarle ese valor tan artístico a la serigrafía y hacer propaganda o cosas así. Eso estaría chido. Durante algún tiempo estuve clavado con Emory Douglas; es una forma muy chida de quitarle eso y darle a la gente arte. Arte que cambie algo –por lo menos personalmente–. Siento que en algún momento, si nos parece chido, podemos acabar haciendo algo así, además de seguir publicando cosas. Creo que la única meta es seguir produciendo cosas de calidad. Que digan algo.

León Muñoz, 5 de junio de 2014.

Meteorito es una editorial risográfica establecida en la ciudad de México en 2013 por el diseñador gráfico León Muñoz Santini como una extensión de su estudio. Publican poesía y otros textos cortos además de fotolibros.



León Muñoz, Caras, 2013

### ¿Cuál es el origen de Meteorito?

Yo me dedico al diseño editorial, a hacer libros. El trabajo que hacía en términos profesionales no satisfacía mis curiosidades al respecto del tema de la edición, y a partir de eso surgió la iniciativa de hacer libros por cuenta propia. De ahí surge Gato Negro, que se empieza a hacer en el año 2006. Me asocié con dos amigos míos, pero el proceso fue bastante accidentado. Me di cuenta de que había una disparidad entre la escala industrial que supone generalmente hacer un libro, y mis posibilidades económicas y de infraestructura,

de capacidad de trabajo como para sostener algo así. Había que depender de muchos otros factores como para poder hacer un libro, y había una suerte de realidad entre la escala industrial, las posibilidades de distribución y las posibilidades de un mercado real para eso. La limitación llevó al proyecto al fracaso. Además supone capacidades de disciplina, de organización, que no estaban dentro de mis posibilidades. Publicamos bajo esa manera seis libros.

Tal experiencia fallida no menguó mi curiosidad intelectual y mi ánimo por hacer libros por cuenta propia. Generar este espacio de libertad y poder hacer lo que quisiese. En primer lugar en términos estrictamente de diseño, pero también se cruzaba con poder dar cauce a ciertas inquietudes intelectuales.

Hace algunos años a través de un amigo que se había comprado una máquina Risograph, una tecnología que yo no conocía; me pareció que esa era una opción viable para poder centrarme en la parte del proceso que me animaba, que era el hecho de hacer un libro. Más allá de todas las partes del proceso. Me permitía alejarme de la escala industrial y poder hacer libros con una medida de distribución más acorde a mis posibilidades específicas.

Las limitantes que tiene esta tecnología ¿No hacen mella en esta curiosidad como diseñador?

El número de reglas que tienes es mayor. Una cosa de la que nos dimos cuenta desde un principio es que estas limitantes pueden ser muchas y más valía ser muy consciente de ellas y aliarse en vez de intentar combatirlas. En un principio sólo teníamos tinta negra, entonces tratábamos de sacarle jugo a esta cosa de la monocromía, esta reproducción tan contrastada de las imágenes. Publicar cosas en donde ese sea el distintivo, etc. El tener la posibilidad de hacer algo sin reglas y sin límites puede representar un peligro y justamen-

te la reducción de opciones puede enriquecer este proceso, te obliga a administrar lo poco de una manera más eficiente.

### Las reglas están impuestas por la tecnología, no por un cliente

Está esta cosa de crear este espacio para poder hacer lo que quisieses en términos gráficos o de diseño, de criterios editoriales, pero sí ateniéndose a muchas limitaciones que el medio impone. Intentar aliarse a eso en lugar de tratar de combatirlo.

### Ahí ya hay un criterio de pertinencia para publicar ciertas cosas, que obedece a la calidad gráfica. ¿Qué otros criterios tienes en la elección de material a publicar?

Sí implica entender un poco el medio, su economía y sus posibilidades. Nosotros llegamos a una solución, a un formato con el que rápidamente nos quedamos porque me pareció que le daba intención a las cosas que hacíamos, que era trabajar con el papel más barato que hubiese, que hasta el momento sigue siendo el Recicla 100,<sup>191</sup> y trabajar en un formato lo más eficiente posible que es esta suerte de cuarto de carta, un formato bastante eficiente para la medida de papel que acepta la Risograph, que es tabloide. Y una cosa que sí me interesaba era hacer libros. Dentro de las muchas cosas que se pueden imprimir ahí –y en tanto su economía tan accesible–, no necesariamente un libro es lo más práctico para hacer en riso, pero sí me interesaba eso. Que las cosas que hiciésemos fueran libros. Y pasaba por un criterio tan simple como publicar cosas que tuviesen el grosor suficiente para que se les pudiese

191

Recicla 100 es un papel 100% postconsumo fabricado por Fábrica de Papel San José S.A. De C.V. Utilizan 60% de desperdicios industriales y 40% de material postconsumo proveniente de rellenos sanitarios. Uno de los materiales que más se utiliza en su proceso de fabricación es el poliovenase. (<http://www.sajosa.com.mx/>)



encuadernar con un lomo. Eso permite guardar el libro en un librero, y a partir de eso llevar contenidos a esta forma de libro que sólo bajo estas reglas y esta economía fuese posible. Textos que fuesen muy cortos o por su naturaleza fuese muy complicado que pudiesen acceder a esta forma a través de la escala comercial e industrial de los libros. Y abonando en el fetiche del libro como objeto con una fuerte carga cultural y simbólica de preservación de las cosas. Si un libro lo pones en un librero y tienes un lomo, es que es una cosa para conservar. El hecho de poder llevar contenidos que bajo ninguna otra manera pudiesen ser libros, hacerlos libros abonando en toda la carga simbólica que tiene el hecho de hacer un libro. Ese ha sido el criterio.

### Caben miles de cosas

Son textos muy cortos en donde forzamos el diseño para que de una manera más plástica quepan en este recipiente. O ejercicios muy gratuitos de investigación gráfica que a la hora de estar impresos en papel, encuadernados con un lomo, adquieren otra suerte de *status*.

### Los tiros que hacen ustedes son muy cortos, ¿no?

Lo que a mí me interesaba en un principio, sobre todo después de la experiencia fallida de intentar hacer libros con mayor aliento y ganas de difusión pública, de haberme quedado solo en el camino, era crearme un espacio para poder hacer esto sin depender de nadie; tanto en términos económicos, como del proceso. Crear un espacio para llegar a lo que a mí me interesaba que es tener un librito en las manos. Y ya. Eliminar en la medida de lo posible el riesgo económico o la expectativa de ganancia. Sólo quedarse un poco en el juego de hacerlos. Además de que la economía de la máquina funciona así: en la medida en que van creciendo las cosas que imprimes ya deja de ser tan conveniente, tan barata. Sí han

sido tirajes más bien cortos de 50 ejemplares. En muchos casos incluso menos. Una cosa que ha pasado mucho es que en la medida en que no existe un imperativo de su circulación, son más los que he impreso pero no he encuadernado. Los que he encuadernado son pocos. Y no está resuelta la cosa de darle una salida en términos de distribución. Lo que ha sido un acicate para publicar son las veces que nos han invitado a esas ferias de editores independientes que se venden libros entre ellos. Ese ha sido el acicate. Esencialmente es ahí en donde los vendemos. Creo que de los libros que hemos publicado, la mitad se habrán vendido ahí y la otra mitad los habré regalado.

Últimamente mucha gente se ha acercado con la posibilidad del juego, y los últimos días la idea se ha reconfigurado para hacerlo con más sistema, con mayor formalidad, y buscar la manera de distribuir. Aunado a tirar pocos ejemplares, una decisión que he tomado es no reimprimir nada más; jugar con el valor que tiene el libro como objeto. De cómo ese valor muta en función del tiempo. Hay libros que publicamos de los cuales no me queda ni un ejemplar, o de los que me queda un ejemplar. Últimamente se ha sumado más gente a este asunto y nos hemos planteado poder hacer esto con mayor formalidad: tener un inventario, saber cuántos libros tienes y poder decidir qué hacer al respecto. Tal vez no distribuirlos y más bien venderlos cuando hay un evento de estos puede ser una opción.

### Hay alguna idea para hacerlo autosostenible

Lo que siempre me ha interesado mucho es que este asunto pueda funcionar con muy poco. Que con un poco de dinero que yo pueda tener de otros lados poder tener esto andando, pero si este asunto pudiese empezar a pagarse por sí mismo sería perfecto, pero sin esta cosa de salir del juego.

### No entrar otra vez en la misma lógica del mercado...

Hemos descubierto las mieles de esa libertad de poder publicar poco y saltándote muchas formalidades del proceso editorial. En los nueve meses que llevamos haciendo esto, hemos publicado como 22 libros. Antes en cinco años publicamos cuatro libros. Ahora es mucho más sencillo.

El ánimo sí es sumarse a una conversación. Sí hay una intención de socializar y sumarse a este espacio de conversación que es la edición de libros.

### Pensando en lo que alguna vez comentabas acerca de las seis propuestas para el próximo milenio de Calvino en relación con tu práctica, cuéntame un poco al respecto...

Se trata de estas conferencias que Calvino escribió, pero nunca pronunció, en donde hablaba acerca de las virtudes que la literatura debía tener en el próximo milenio (esto lo escribió en el 86 u 87). Se volvió muy profético en el sentido en que correspondía al término de cómo circulaba el contenido, el conocimiento, la información en estos tiempos de lo digital y el Internet. Precisión, rapidez, exactitud... que me parecía que se podrían corresponder con cómo quería hacer esto. Trabajar con ligereza, con autonomía; y en esa medida poder trabajar con rapidez y con precisión. Poder afinar mucho –en la medida en que puedes publicar tan pequeño y tan poco– el puntito que quieres decir. Intentar no decir, publicar todo a manera de grandes enunciados, sino gestos muy precisos.

Ahora se imprime mucho por el regodeo en el fetiche, en lo formal, pero también por recuperar estos espacios de coincidencia entre personas. La idea de ralentizar la práctica. Al mismo tiempo estos espacios que se pretendían tomados con Internet han sido coptados por marcas. Publicar en pa-

pel, de alguna manera, aparece como una recuperación de este espacio de autonomía, de cierto carácter subversivo. Tú te dedicas a hacer libros, no publicas en Internet. ¿No crees que hay cierta oposición en esta búsqueda de rapidez, de precisión... en relación a cómo funciona el soporte impreso?

De un tiempo para acá la industria del libro, la práctica de hacer libros en papel, vive una suerte de autocuestionamiento permanente, y el hecho de publicar siempre lleva la pregunta implícita de cuáles son sus implicaciones en la medida en que ahora todo es publicable. Cuando menos en mi caso, sí parte por esta afinidad con el fetiche del libro, sobre todo por la carga simbólica que tiene detrás. Sí tiene que ver con un gusto con esta cosa –que puede ser subversiva o reaccionaria– de aferrarse a este artefacto que podría pensarse en desuso. Además no sé programar, esto es lo que sé hacer. Abonar en esta cosa un poco contradictoria que se quiere pensar con agilidad voladora y precisión, aplicado en cosas que están pensadas para durar. La carga simbólica quiere decir: esto que digo no se va a ir. Un lugar para preservarse. Abonar en eso y caminar en esta ambivalencia de este objeto súper económico con un relativísimo valor de uso, pero que a la vez tiene esta cosa de querer solidificarse.

Ante la normalización de contenidos y formas a nivel global. ¿Qué particularidades le encuentras a las cosas que haces?

En estos ámbitos mucho más globalizados, con más acceso a la información se tiende a la homogeneidad. En lo que he hecho –de forma un poco desmadrosa– sí he querido que haya una suerte de estilo gráfico de cierta contención: usar pocas tipografías, permitirse hacer cosas que difícilmente sería posible en otros ámbitos del diseño editorial. Lo que he hecho es darme el gusto de poder trabajar con absoluta soberanía, por ejemplo: hacerle dos o tres portadas diferentes a cada libro; cambiar, incluso, el contenido de una mis-

ma edición, etc. El libro se ha vuelto un objeto uniforme por excelencia, apelar a poder hacer libros únicos, pero que a la vez no tengan esta cosa de ser un libro en papel amate. Un objeto muy barato y estándar.

Pensando en esta lógica de boutiqueización, ¿han pensado en aumentar los tiros, o la idea es dejarlo pequeño?

Una cosa que ha pasado es que mucha gente se me ha acercado curiosa en cuanto a esto, y me han pedido cotizaciones de 500 ejemplares y cosas así. Haciendo el ejercicio de ver cuanto cuesta en esta escala, y quitando muchos costos del proceso –que uno pone–, ya no se vuelve tan barato. Deja de ser competitivo a la hora en que se rebasan los 200 ejemplares. Buscando conservar ese espacio de poder hacer cosas, tiene un sentido chiquito. Tampoco me encanta la cosa boutique, pequeño para nicho, no sé. No me gusta, pero a lo mejor es el público que tiene.

Tampoco hay un mercado muy grande

La idea era un poco rebelarse ante esta cosa del gremio mexicano independiente que hay de dos: o los príncipes herederos que pueden darse el lujo de gastar mucho dinero sin que haya un riesgo económico, o del editor disciplinado que sabe qué teclas tocar para que se pueda acceder al dinero público –que mucho hay para publicar.

De verdad, de verdad la independencia, y hacerlo con recursos propios y asumiendo cual es la escala real de la circulación de estas cosas.

Bajo estas condiciones que acabo de mencionar hay muchas editoriales que han hecho un trabajo impecable y que sí cumplen con el papel que debe tener la edición independiente en cualquier lado, y que lleva a la conversación pública temas y contenidos que el Estado no lleva.

Esto es lo que yo puedo hacer.

Selva Hernández, 12 de junio de 2014.

Ediciones Acapulco fue fundada en 2010 por Selva Hernández. En sus inicios publicaron títulos impresos en tipos móviles, además de algunas ediciones en offset de literatura y poesía. Actualmente continúan publicando libros impresos en distintos sistemas incluyendo Risograph, equipo que adquirieron a inicios de 2013.



Otro yo y Rapa Nui de Dr. Alderete, 2013.

### Cómo es que aparece Acapulco y cómo deciden comprar una Risograph para trabajar en algunas de sus colecciones

*La Galera* comenzó en el 93 porque teníamos ganas de hacer un proyecto de autoempleo. Entonces se nos ocurrió hacer una revista para las librerías de ocasión que tiene mi familia: un boletín comercial que después derivó en un proyecto editorial más interesante que recopilaba artículos previamente publicados acerca de la historia del libro en México y en el mundo. El pequeño proyecto editorial fue cambiando, *La Galera* tiene que ver con lo que hacemos ahora en Aca-

pulco porque la intención era hacerlo lo más barato posible; no gastar un peso de más. Íbamos a Santo Domingo, mandábamos a hacer los negativos en un lugar, las placas en otro, comprábamos el papel por kilo como ahora con la riso. Nos entregaban los pliegos impresos y nos sentábamos en casa de mi novio a alzar, doblar y engrapar mil ejemplares. Era muy divertido porque se sentaba toda la familia y nos poníamos a platicar y a doblar como si fuéramos una maquiladora. *La Galera* duró hasta el 2003. Hicimos 33 números. Hay distintas etapas de la revista.

En esa época conocimos a Ramón Reverté que tenía una colección de libros técnicos y científicos y quería hacer libros de arte. Había hecho un libro de Luis Barragán, y le había ido bien y pensaba montar un sello para libros de arte. Él se entusiasmaba mucho con nuestra revista, le gustaba y se anunciaba; nos hacía muchas sugerencias. Yo aprendí mucho de diseño platicando con Ramón. De ahí surgió la Biblioteca de Ilustradores Mexicanos (BIM) en RM. Empezamos con Mercurio López, José Luis Lugo, Ramón y yo. *La Galera* siempre fue un mal proyecto de autoempleo, porque no salía ni para la renta, incluso con las becas del FONCA que tuvimos. Así empezamos nuestra carrera como diseñadores; Ramón nos empezó a contratar para hacer portadas de libros de hortalizas o de otros títulos técnicos. Luego ya empezamos a diseñar libros de RM, entonces cedimos nuestro tiempo a otro tipo de trabajo. José Luis y yo nos casamos, entonces teníamos que pagar la renta, el teléfono y la luz, y nos tocó empezar a buscar otro tipo de proyectos. *La Galera* derivó en la BIM, la colección de ilustradores mexicanos. En la revista siempre publicábamos la obra de algún ilustrador de libros tomados de la biblioteca de Mercurio López: Posada, Fermín Revueltas ilustrador, Tamayo ilustrador.

Pasaron muchas cosas en mi vida: me metí a hacer la maestría, tuve hijos, me dediqué a otras cosas. Pero dando clases

de historia del diseño en Centro,<sup>192</sup> empecé a tener una reflexión acerca de la técnica –Me encantan las imprentas, alguna vez trabajé en Panorama<sup>193</sup> sólo para estar en una imprenta grande; me fascinan los talleres, la producción del libro–, me di cuenta de que si tenía un enfoque a partir de la técnica; de cómo está reproducida la imagen, cómo se hizo el libro en su momento –porque al final la materia estaba muy enfocada al diseño editorial–, cómo el hombre ha inventado la forma de producir imágenes, y por qué utilizaban una técnica u otra en determinado tiempo. Cómo se conecta esto con el discurso del autor, con una forma de hacer las cosas en cada tiempo.

Con mis alumnos empecé a hacer libros que les enseñaran cómo se hacían los libros antes, para entender la historia a partir de la hechura. Son dos tipos de historia diferente: la historia a partir de los documentos, y la historia a partir de la factura. Empecé a comprar esta colección de tipos móviles para que aprendieran a usar tipografías. Siempre me han interesado los diferentes sistemas de reproducción. La Risograph la conocí en Santo Domingo<sup>194</sup> –allá les llaman máster–, y era la forma más barata de imprimir. No usábamos máster en *La Galera* porque salía muy fea, parecía fotocopia. De por sí nuestro boletín era baratón y así se veía todavía más rascuachón, pero sí imprimíamos muchos volantes que metíamos en la revista, como las tripas, el directorio de no-

192 Centro. Diseño, cine y comunicación, escuela privada creada en 2004 en la ciudad de México.

193 Artes Gráficas Panorama es una importante imprenta de la ciudad de México. Fue fundada en 1968. A la fecha cuenta con diversas empresas de impresión, diseño y distribución de maquinaria para las artes gráficas.

194 En los portales de la Plaza de Santo Domingo, ubicada al norponiente del Centro Histórico en la ciudad de México, existen escritorios públicos e imprentas desde el siglo xix. Los servicios de impresión de la zona están considerados entre los más baratos de la ciudad. En los portales se encuentran prensas Chandler, maquinas offset de pequeño formato y duplicadores electrónicos.



sé-qué; muchas cositas en Risograph. Yo ni sabía que era Risograph, para mí era máster. Habrá que ver cómo le hacen esos maestros de Santo Domingo para cambiar los cilindros porque imprimes del color que quieras allá. Rellenan tintas, hacen trucos para poderle meter cualquier color. Sirve muy bien para hacer *flyers*. En Santo Domingo es lo más barato. Te sale como en 90 pesos hacer mil *flyers*.

Me aburro muy fácil de los trabajos, entonces veo qué me invento para darle la vuelta. Compré los tipos móviles, comencé a hacer proyectos; y luego ya pensaba que era buena idea hacer una editorial y le dije a José Luis “hay que hacer libros nosotros”. Hicimos un folletito de La Galera<sup>195</sup> para regalarlo a nuestros clientes y amigos. Fue tan divertido hacerlo, que dijimos “por qué no hacemos algo así, pero para venderlo. Para tener un proyecto nuestro”.

Me separé de José Luis casi luego luego que salió el segundo libro. Decidí echarle mucha energía para que funcionara. Así nació Acapulco.

Algo que me parecía buena idea era publicar libretas. Como me encantan las libretas de artista, decidí hacer una serie de dibujo. En la editorial nos empezamos a enfrentar a que hacer libros es muy caro. No es muy sencillo hacer libros más grandes o de más páginas. Eran proyectos de mucho dinero. Hice algunos, y Rafael Rodríguez “Pachiclón”, que trabajaba aquí conmigo, me decía “hay que comprar una riso”. Yo conocía tu proyecto, que me encantaba, “qué máquina tan padre”, justo tus proyectos editoriales donde no hay otra razón más que hacer libros a como dé lugar, esto de tener una forma de hacerlos. Todas esas cosas que tienen que ver con la producción libresca siempre me han gustado mucho; cómo la gente se las arregla para hacer libros. Es una nece-

sidad del ser humano y siempre habrá alguien que necesite hacer libros; no leerlos, consumirlos, comprarlos, sino hacerlos. Nos enfrentábamos a que no teníamos presupuesto para el siguiente libro, teníamos que esperar a que saliera la beca. Todas las becas a las que aplicamos ese año, nos las negaron. Rafa me insistía sobre la riso. Yo no quería comprarla. Me resistí un poco, porque me daba miedo —como me pasó con el taller de tipos móviles, que gasté una fortuna y luego no tenía tiempo de usarlo— comprar una máquina cara; pero era una buena idea para hacer los libros de dibujo y otros libros con artistas: darles el oficio de la editorial para que hicieran un proyecto personal. Pero hacerlo en offset era muy caro. Empecé a darme vueltas por la Obrera,<sup>196</sup> para conocer aquellas imprentas que hacían maquila de offset de buena calidad en cuatro tintas, pero seguía siendo caro. Entonces decidimos experimentar con la riso. El señor de la riso nos la ofreció en renta durante tres meses. La idea era rentarla y luego ver si la comprábamos.

Llegó la riso, y fue la cosa más divertida del mundo. El día que la trajeron, le hablé a Alejandro Magallanes y le dije “¡Ya llegó la riso!”, y él me dijo “¡pues vamos a estrenarla!”. Llegó y empezó a dibujar. En lo que él dibujaba yo me iba e imprimía. Rápido se le ocurrió el libro. Estábamos muy divertidos. Una frase muy recurrente que tenemos en la oficina es “le rizó el rizo”; para hablar de diseño rebuscado que tal vez no necesitaba tanto: “a ese diseño le rizó el rizo”. Cuando llegó la máquina, Alejandro dijo “ahora sí vamos a rizar la riso”. Todo era un juego. Mientras hacíamos el primer libro, *Asul* de Alejandro, se nos ocurrió invitar a más ilustradores a hacer un libro en 32 páginas. Pensábamos —cómo fue esa vez— que no sólo lo dibujaran, sino que lo imprimieran durante un fin de semana. Era la posibilidad de hacer un libro rápido, no un libro pensado. Desde un principio tenía la idea de que en la editorial no te-

níamos por qué buscar libros grandes, ni los grandes proyectos, ni los libros que van a trascender para siempre; tener la mínima pretensión de calidad literaria, editorial o lo que fuera. Poder hacer libros porque se puede. Lo queremos hacer, tú como autor quieres hacerlo, ¡pues venga, hazlo y aquí estamos nosotros!. Es un esfuerzo de todos.

En un principio pensaba en la editorial como un *vanity press*: que el autor llegara, nos pagara y nosotros le ayudáramos a hacer lo que quisiera —con esos libros, no con todos—; pensaba aceptar cualquier cosa. En ese momento pensaba que cualquier contenido con diseño podía ser maravilloso —cualquier cosa—, y podía ser un éxito comercial. Pero ya me di cuenta de que no. A partir del tercer o cuarto libro empecé a cambiar mis expectativas sobre la venta de los libros. Ha sido difícil. Esto de mandar en consignación a una librería en algún estado de la República y darte cuenta de que pasados seis meses se vendió un solo libro.

Es la historia actual del mercado del libro. Incluso ahora las devoluciones se dan más rápido

La riso servía para vencer esos problemas del mercado. Definimos hacer 100 ejemplares. Va a haber 100 personas que quieren esos libros. No son 1000, que esos se quedan; sólo 100.

Fue muy divertido: llegó la riso e inauguramos la serie RR con Alejandro. A la siguiente semana ya Rafa estaba haciendo el suyo. Hicimos un manual que le rolábamos a todos los artistas, a los dibujantes: “si quieres hacer un libro, aquí tienes el manual, te esperamos cuando quieras”. El criterio editorial era justo no tener ninguna limitante, la completa libertad del artista. No importaba que fueran diseñadores o ilustradores, sólo gente que dibujara y quisiera hacer un libro con nosotros. Hicimos 100 manuales que se acabaron en seis meses. Invitamos a cerca de cien personas a hacer un libro. Nos han llegado muchos; muchos más libros de los

que podemos imprimir. Era muy barato comparado con otros libros, pero no quería decir que no costara.

Y es que sí hay una intención en cuanto a encuadernado y elección de papel que ya no lo hacen tan barato

Los papeles los compramos por kilo en las papeleras en donde comprábamos el papel para hacer la revista. Lo que sí quería es que no se confundiera con un *fanzine*, o una publicación chiquita. Quería que fueran libros-libros. Libros de pasta dura. Algo que la gente tuviera en sus manos y dijera “esto vale”. La pasta dura era importante para generar esta comunicación. Una de las críticas que nos han hecho es el precio. Tal vez sí sea caro. Dentro de Acapulco es el proyecto más rentable que tenemos; es de los proyectos que más rápido se agotan, porque sólo son 100 ejemplares, pero era un modo de hacer que todas las ventas se reinvirtieran. De pronto se dejaron de vender. También se dejaron de vender otros libros de Acapulco. Tenemos cerca de 10 libros impresos de RR sin poderlos encuadernar. Porque la encuadernación es lo costoso, a pesar de que es barato. No teníamos ya dinero para encuadernarlos.

Claro, si tienes tinta y papel imprimes, y no es tan costoso

Estamos frenando la producción. Invitamos a artistas a hacer libros en la Risograph, ya no de la serie RR, sino que usen la imprenta, que nos usen a nosotros para hacer libros personales. Los llamamos Ediciones de Autor.

También hemos usado la riso para hacer ediciones normales, sobre todo los de poesía. Hicimos todo *Pasado en limpio* de Alejandro Magallanes en riso. Una de las grandes maravillas es la facilidad. También ahorita estamos imprimiendo un proyecto para *Vértigo*, y vamos a empezar a hacer libritos de sus exposiciones. Nos piden mucho la riso para otros proyectos. Con la economía ya empezamos a hacer maquila.

Es complicado, porque te toma tiempo y no es tan rentable

Pero es divertido, porque viene gente, platicamos...

La socialización del equipo es uno de los factores presentes en mucha de la práctica de gente en México que actualmente está trabajando con riso. Abrir las puertas para trabajar. Este mecanismo de la serie RR en donde invitas a gente a hacer un libro, pero también a imprimir, es una constante. Trabajar en conjunto y entender el procedimiento con la máquina. No sólo enviar un PDF

Hay que conocer la máquina, hacer experimentos. El mismo artista se empieza a involucrar con las posibilidades y desarrolla sus cosas. Cynthia Yee, que hizo el libro *Dibuja en un lugar en el que no hayas dibujado antes*, vino e hizo todo aquí. Le hicimos un lugar en la oficina, y se vino a trabajar.

Es un taller, más que una oficina

Hablando de la situación económica y la venta de libros: está el tema de la rentabilidad del modelo y el de la distribución. Ustedes sí tienen una distribución bastante amplia

El modelo ha cambiado mucho con la práctica. Yo tenía la idea de que sólo se vendiera por Internet. No quería distribuir en ninguna parte porque quería que el factor cinco,<sup>197</sup> que normalmente se utiliza para los libros, se redujera a dos o tres, y el modo de hacerlo era eliminando los gastos de distribución y los descuentos de las librerías. Empezó a pasar que se vendían menos libros de lo que yo pensaba. Ven-

197

El factor de multiplicación del costo total de la producción de un libro. Por lo general, a escala comercial, se multiplica el costo de producción de un libro por cinco para poder solventar los gastos de producción, distribución (que se lleva el 70% del costo de portada) y regalías (que en un trato justo se fija en el 10%). Esto deja sólo un 20% para cubrir gastos de producción y recuperación de la inversión.

demos cada vez menos en Internet. Hay momentos en que al lanzar una preventa, se llegaban a vender hasta diez libros en un día. Cuando pasa el furor, empieza a bajar la venta. Creo que dejamos de ser novedad. La gente antes estaba al pendiente de qué sacábamos. Ahora lanzamos libros y promociones, y nadie nos hace mucho caso.

Tal vez tiene que ver con que están en Internet y en espacios físicos. ¿Tienen distintos precios?

Yo quería que los libros tuvieran un precio fijo, único. Y que comprar en Internet tuviera siempre alguna ventaja para el lector además de recibirlo en la puerta de tu casa, que tuviera algún regalo, que fuera un poco diferente o algo así, pero de repente las librerías hacen descuentos y sacrifican su porcentaje. Y a nosotros no nos gusta. Pasa mucho eso. Para las ventas de la Feria Independiente,<sup>198</sup> como ellos quieren el 20% de descuento en todos los libros, nosotros le tenemos que subir para que quede parejo, porque si tenemos un precio fijo de venta al público, y luego el lector se da cuenta de que sale más barato en el Fondo, entonces “¿para qué les compro por Internet?” Yo era enemiga de las promociones, de los descuentos; y ahora ya estamos lanzando descuentos y promociones porque tampoco queremos quedarnos con el *stock*. La gente aprovecha mucho los descuentos.

Esto puede tener que ver con que si ya lo encuentras en varios lados, lo quieres ver, hojear y llevártelo. La compra por Internet es fría, y si la diferencia en precio no es tanta, está mejor hojearlo.

Vender en librerías ha sido una cosa buena, porque la gente los conoce, pero también nos perjudica un poquito. Los

198

La Feria del Libro Independiente en el Centro Cultural Rosario Castellanos del Fondo de Cultura Económica se realiza anualmente desde 2010 en la ciudad de México.

proyectos siempre tienen su propia inercia, yo estoy abierta a todo lo que tenga que suceder. No hay que ser rígido, porque luego uno se hace bolas solito. Prefiero que pasen cosas y que todo vaya tomando un camino.

Bajaron mucho las ventas este año. El año pasado empezó a pasar que no estaban saliendo los números. Mi idea era vivir de las ventas, no de las becas. Justo hace un año decidí frenar la producción editorial pues en agosto me di cuenta de que en julio habíamos lanzado ocho libros. Esta capacidad productiva con la Risograph nos costó. Cada semana hacíamos un libro sin problema, y a la semana siguiente ya estaba encuadernado. Yo estaba fascinada, pero bajaron las ventas y decidí bajarle a la producción.

Financio la editorial, en parte, de los proyectos de diseño que hago; y empezaron a haber retrasos con los pagos. Mandar un libro a San Luis Potosí nos cuesta, y no nos regresa el dinero. Para que esto funcionara sabía que debía tener mucha claridad numérica. Tengo aquí bases de datos de Excel de cada libro, y reviso la rentabilidad de cada proyecto. Me interesa hacer libros congruentes con su economía, pensando en el lector: cuánto dinero está dispuesto a pagar por tal libro; y a partir de ahí, hacer el proyecto editorial, y no al revés. No dejar que los libros crezcan para que después cueste menos de lo que costó hacerlo. Pero esa economía a veces se traiciona a sí misma.

Tenía ganas de tener encuentros con otros editores para hablar acerca de cosas que sirvan en relación con la economía del libro, porque me doy cuenta de que es muy rara la economía. Cuando trabajas diseñando libros, y sabes cuánto te pagan, y sabes cuánto cuesta, puedes hacer un cálculo. Luego los ves en remates en el Auditorio,<sup>199</sup> y ves que el

199

El Remate de libros del Auditorio Nacional es un evento organizado por la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, en donde se ofrecen títulos de catálogo de distintas editoriales a precios reducidos. En 2014 se realizó la 8ª edición.

libro cuya producción costó 1 000 pesos por ejemplar, lo venden en 150 pesos. Algo no está bien. Con la risa me decían “es que tus libros son muy caros”, y yo decía “pues son más baratos que los tuyos” –y eso que sus libros son de miles de ejemplares–. Pensé en hacer libros realmente baratos. Y un poco también inspirado en ti. Le íbamos a poner Ediciones Económicas, y dije “No, no, no. Eso es Nico”. Tuve que borrarle el nombre de la cabeza. Empezamos a hacer libros con la risa: segundas ediciones de las primeras, y les llamamos Versiones Económicas, porque queríamos que fueran más baratos. Hicimos el *Versos diversos* de Mónica Nepote; ni siquiera están encuadernados. Logré que costara 80 pesos. A dos tintas, en un papel bonito, porque es de kilo, con una encuadernación sin acabar, pero que cuestan 80 pesos. Me gustó mucho. Espero hacer más libros de este tipo.

Es interesante cómo estos modelos en los que uno controla prácticamente todo, tienen justo en la distribución el punto en donde empieza a hacer agua. Se puede pensar en hacerla vía Internet, pero de pronto no funciona y tienes que recurrir otra vez a los modelos tradicionales de circulación, y es ahí en donde se incrementa muchísimo el precio de portada. ¿Qué se hace ahí? ¿Cómo establecer modelos que funcionan en términos económicos en toda su cadena?

La serie RR, como son sólo 100 ejemplares –que también lo hacemos con las ediciones de autor–, queremos que sea un proyecto rentable y que la venta nos sirva para hacer otros libros; sólo los vendemos por Internet o en ferias, esos no los distribuimos. Así aumenta mucho el factor de ganancia. Yo creo que por eso los *punks* me odian: sí me interesa tener un proyecto que sea rentable para sí mismo, que las ganancias sirvan para hacer otro libro y mantener andando toda la maquinaria.



¿Sí te permite pagar más tiros? ¿Ya no estás poniendo dinero de tu bolsa para RR?

Lo que pasó es que me aferré a vivir de las ventas. Vivimos de las ventas como un año hasta que ya no nos alcanzaba para pagar los libros con las ventas. Se fue reduciendo el dinero que ganábamos; ya no era para producir más libros y se nos iba en gastos de oficina. Lo logramos por un tiempo hasta que la gente dejó de gastar en libros porque no tenía para comer. Yo lo veo así. Si te sobraban 250 pesos, pues sí te comprabas un libro de Acapulco, pero ahora ya no. Ya todo está frenado. El día de las madres en la calle nadie tenía una bolsita de compras.

## Conclusiones

“Lo que los seres humanos somos y en lo que nos convertiremos, se define en la forma de nuestras herramientas tanto como en la acción del Estado y los movimientos políticos. El diseño de la tecnología es, pues, una decisión ontológica cargada de consecuencias políticas”<sup>200</sup>

Andrew Feenberg, *Transforming Technology. A Critical Theory Revisited.*

Los sistemas de duplicado, dada su operación sencilla, permiten realizar la producción en grupos reducidos, e incluso de manera individual, pero con las ventajas de una pequeña imprenta. Constituyen un soporte tecnológico que contribuye a superar barreras económicas y de gusto.

La economía de estos sistemas funciona sólo en consecuencia con la idea de accesibilidad, lo cual puede ser incompatible con el culto preciosista por la información visual-simbólica, en donde es el consumo el que rige las relaciones de intercambio. La clave para eficientar los procesos de estos

sistemas de bajo costo, está en buscar soluciones accesibles en todos los niveles: la elección de formatos que reduzcan el desperdicio, así como papeles y acabados sencillos. Esto, si se mantienen tiradas cortas, permitirá un mayor margen de maniobra editorial, así como menores gastos de producción, con lo que se contribuirá a poder ofrecer un mejor precio al público.

Es de este modo que la herramienta puede permitir diversidad, en la medida en que no esclavice los procesos editoriales a una escala industrial y los riesgos económicos que esta implica. Es la economía del sistema en su conjunto lo que ha permitido que, por ejemplo, el Sistema de Ediciones Territoriales en Cuba haya facilitado el dar salida a un mayor número de títulos desde su implementación, acortando los “trámites” para las pequeñas editoriales y sus autores; creando un espacio operativo sencillo y poco demandante.

Los sistemas de duplicado electrónico permiten asumir el riesgo de publicaciones que serían insostenibles con otras tecnologías. Si se mantienen como objetos baratos y estandarizados, los libros producidos de este modo, devienen en el mejor dispositivo de preservación y difusión de contenido. La economía del medio permite nuevas rutas discursivas no dependientes del mercado.

El poseer los medios de producción suma a las ventajas del sistema, otra serie de beneficios: la herramienta deviene en espacio de confluencia y vinculación; genera interacciones y puede coadyuvar en establecer las condiciones para la auto-gestión.<sup>201</sup>

En el contexto de la práctica artística colectiva en México, principalmente durante el período que va de 1968 a 1985, el libro y otros dispositivos editoriales han sido una herramienta

201

Entendida como el empoderamiento de los individuos por medio de métodos, estrategias y habilidades que les permitan administrar de manera autónoma su planeación, recursos y decisiones.

fundamental como soporte de obra, complementos de exhibición y organización interna. Los ejercicios que integran publicaciones autoeditadas, suelen estar asociados a estrategias de socialización y desarrollo fuera del ámbito artístico al buscar insertarse en diversas esferas de lo cotidiano. La pequeña prensa es también un instrumento indispensable en procesos de autoeducación y autogobierno, pues permite la generación de materiales de consulta que resarcan las carencias de las bibliotecas escolares y la conformación de un archivo propio. Los ejercicios editoriales llevados a cabo por colectivos de artistas durante el período posterior al 68 mexicano tienen el propósito de establecer vías alternas para la autoeducación y la exhibición de obra en contextos más amplios que aquellos permitidos por las galerías y museos. La publicación es, pues, un dispositivo de comunicación plural y accesible; una herramienta con la potencia de construir un mejor espacio común.

El tiraje corto permite abrir pequeñas discusiones más allá de los grandes temas dirigidos a un gran “mercado”, del mismo modo que abre la posibilidad de construir medios desde sus cimientos, erigiendo canales autónomos de circulación de información y eliminando intermediarios, compromisos económicos y sesgos ideológicos externos.

Publicar —si asumimos el estándar establecido por la lógica mercantil, y refrendado por nuestros hábitos de consumo—, ya no tiene que ver con lectores, sino con resonancia. Actualmente, el éxito de contenidos en red, así como la valoración económica de los medios que los publican, está medido en *clicks*. La economía de producción de contenido —por ende, su consumo— se resume en resonancia. La cultura de masas en Internet deviene en mercados de grupos o clanes.<sup>202</sup> Esa es la escala de las redes sociales y la red en su

202

Blanken, Henk, “Better Stories” en Gerritzen Mieke y Lovink, Geert (comp.), *I Read Where I Am, Exploring New Information Cultures*, Holanda, Valiz, 2011. p. 52

conjunto. Es ahí en donde la mercadotecnia viral hace sentido, pues se filtra e invade distintos grupos; donde, por ejemplo, *Buzzfeed* u otros sitios de entretenimiento, consiguen circulación. En el universo digital, todo es transitorio.

La red, en su creciente vocación como aparato comercial, ha sucumbido al entramado de algoritmos –creados por compañías de publicidad y servicios digitales como Google– que hacen de estos clanes, blanco de campañas publicitarias *custom made*, y contribuyen significativamente a minar nuestra capacidad de hallazgo. Las redes sociales devienen en bancos de datos inmejorables para comercializadoras de productos, servicios, y agencias de investigación gubernamentales, en detrimento de las libertades de los usuarios. Este aparato que se visibiliza poco a poco, comienza a generar desconfianza entre los usuarios-consumidores de un mercado estrecho y delimitado (sin desearlo) por ellos mismos.

Internet, como el magnífico espacio de difusión y configuración de redes que se popularizó a mediados de los noventa, ha dejado de ser un campo dónde ejercer libertades para convertirse en un gran *mall*: un espacio privado con condiciones particulares de conducta y hábitos de consumo que –al igual que ha sucedido en los espacios comerciales de nuestras ciudades– ha implotado y consumido cada centímetro del espacio público hasta dejar mínimos corredores de libre tránsito.

El modelo comercial del *ebook* sigue la misma lógica: al realizar una compra en Amazon, la compañía continúa en propiedad del archivo descargado y posee los derechos sobre el mismo, lo que conlleva severas limitaciones relacionadas con el préstamo a terceros o la reventa.<sup>203</sup> La compra arroja datos sobre el consumidor a Amazon, y le permite tener

203

En 2013, Amazon presentó un sistema de reventa de *ebooks* a través de su portal. Actualmente es sólo a través de la propia compañía –que posee los derechos de la publicación–, que se puede realizar la transacción. Amazon se reserva el derecho de permitir o no la reventa de archivos.

un control estricto de los hábitos de lectura (consumo) del usuario. En julio de 2009, los clientes que compraron con anterioridad *1984* y *Animal Farm* de George Orwell en su versión para Kindle, descubrieron que los archivos habían desaparecido sin previo aviso. El editor repentinamente dudó de la conveniencia de tener una versión digital, y Amazon simplemente eliminó los archivos de todos aquellos dispositivos que los tuvieran cargados.<sup>204</sup> Jeff Bezos, CEO de la compañía pidió disculpas alegando que no volvería a pasar “sin una orden de la corte”. El *ebook* es un servicio que, como tal, nos puede ser negado en cualquier momento.

Con esto abonamos en dos temas sensibles para la autoedición: la recuperación de espacios para ejercer libertades, y el objeto físico como dispositivo autónomo de comunicación, divulgación e intercambio.

Habrá que sumar a esta problemática el hecho de que el hipervínculo, los agregadores y el torrente inagotable de información que se experimentan en soportes digitales, facilitan experiencias fragmentadas de lectura: un flujo permanente de estímulos y pequeñas recompensas pavlovianas que, para el común de los usuarios, desarticulan el poder de toda la información disponible *online*.

En la “era digital” existe una tendencia creciente –una urgencia– entre quienes comienzan a ver a la red con desencanto, por buscar la experiencia *offline* y la interacción física. Publicar *offline* adquiere sentido como espacio de autonomía, de subversión y –por qué no– un reducto de culto nostálgico por el objeto.

Es aquí en donde la labor de la pequeña imprenta cobra sentido: en la búsqueda de estos espacios de autonomía e intercambio. En la recuperación de espacios al margen del mercado y el discurso hegemónico. En el derecho a la diferencia.

El libro, con la carga cultural y simbólica de preservación que lleva implícita, aparece como un dispositivo ideal. Una tecnología infalible y prácticamente invisible que empodera a través de su posición histórica en la cultura occidental. El libro, en su linealidad y finitud, nos permite abstraernos, pensar y construir. Alessandro Ludovico, en un breve texto para la compilación *I Read Where I Am*, asegura que el medio impreso simplemente está mutando como una forma físicamente agradable y, lo que él considera, un lujo del futuro: consumir sin pantalla.<sup>205</sup> En países como el nuestro, en donde se tiende a un mayor control gubernamental sobre los contenidos en línea, el lujo de consumir sin pantalla, también implica al lujo de obtener autonomía discursiva.<sup>206</sup> El libro tiene libre tránsito como portador de información y conocimiento, y establece la posibilidad de diálogo desde una perspectiva crítica. Pero, para lograrlo, es necesario sacar a este objeto de la inercia de urgencia por la experiencia a la que nos han llevado los soportes digitales; sacarlo de la tendencia a considerar la cultura como un bien de consumo. Hasta finales de los 90, la producción independiente de publicaciones se enfocó en política radical y acción social; sin

- 205 Ludovico, Alessandro, "Consume Without a Screen" en Gerritzen Mieke y Lovink, Geert (comp.), *I Read Where I Am, Exploring New Information Cultures*, Holanda, Valiz, 2011. p. 103
- 206 En febrero de 2014, el presidente ruso Vladimir Putin ratifica una ley que permite al gobierno cerrar cualquier sitio web, si lo considera "pertinente". Durante el mismo mes, el gobierno turco aprobó una ley de regulación de Internet, que permite bloquear cualquier sitio web "incómodo" sin la necesidad de una orden judicial. En abril de este mismo año, el gobierno del presidente mexicano Enrique Peña Nieto, presenta el proyecto de reglamentación de telecomunicaciones y radiodifusión, que entre otros conceptos poco claros "facultaba a las autoridades para disponer el bloqueo de señales de telefonía e internet en sitios públicos (por ejemplo durante una manifestación cuyos incidentes algún funcionario no quisiera que se difundieran en tiempo real) y para bloquear el acceso a contenidos en línea", así como bloquear el acceso a determinados contenidos, aplicaciones o servicios a petición expresa de la autoridad, lo que permite la posibilidad de censurar textos, imágenes, audios, videos o cualquier otro contenido que pudiera ser incómodo para algún funcionario (Trejo Delarbre, Raúl, "Iniciativa, Internet, inquietudes" en *Letras Libres*, 24 de abril de 2014. <http://www.letraslibres.com/blogs/polifonia/iniciativa-internet-inquietudes>)

embargo, la escena contemporánea “está fascinada con la colección de información visual-simbólica vertida en objetos preciosistas”.<sup>207</sup> La nueva generación de editores DIY “ha creado redes *offline* para la producción impresa y su distribución, cuya estructura ascendente<sup>208</sup> y ética de intercambio *peer-to-peer*<sup>209</sup> recuerdan bastante a las comunidades en Internet”,<sup>210</sup> lo cual permite establecer canales paralelos para explorar nuevas estrategias de circulación.

En el resurgimiento postdigital<sup>211</sup> de publicaciones impresas mediante modelos de baja escala como el duplicador electrónico, la autoedición –en la acepción e implicaciones del término ruso *samizdat*– adquiere sentido si se ejerce el poder de editar. Podría parecer una obviedad, pero lo impor-

- 207 Ludovico, Alessandro, *Post-digital print*, *op. cit.*, p. 154. Esta es una tendencia que también se puede observar claramente en los hábitos de consumo *online*.
- 208 *Bottom-up structure* o *bottom-up processing* es una estrategia de procesamiento de información comúnmente asociada a la escritura de *software*. En modelos *bottom-up* las partes individuales se diseñan con detalle y luego se enlazan para formar componentes más grandes, que a su vez se enlazan hasta que se forma el sistema completo. La programación orientada a objetos se puede considerar una estructura *bottom-up*, y uno de los beneficios es la reutilización de código. Esta estrategia característica de las ciencias de la información se aplica también en ciencias sociales y exactas. ([https://es.wikipedia.org/wiki/Top-down\\_y\\_bottom-up](https://es.wikipedia.org/wiki/Top-down_y_bottom-up))
- 209 *Redes entre iguales* o *redes punto a punto*. Consiste en una red de computadoras en la cual no existen clientes o servidores centrales, sino que una serie de nodos se comportan como iguales entre sí, lo que permite el intercambio de información de forma directa, sin intermediarios. Las aplicaciones de intercambio de archivos conocidas popularmente como *torrents* utilizan redes *peer-to-peer* (P2P).
- 210 Ludovico, Alessandro, *op. cit.* p. 154
- 211 Giorgio Agamben (2002) describe los paradigmas como aquellas cosas que las que creemos, en lugar de las cosas en las que pensamos. Al igual que la era digital, la postdigital es también un paradigma, pero como en el post-humanismo, por ejemplo, la comprensión de lo postdigital no pretende describir una vida después de la digital, sino que intenta describir la oportunidad hoy en día para explorar las consecuencias de lo digital y de la era de las computadoras. Una paradigma que apunta a asimilar 30 años de lo digital para trascender la mediación de una pantalla y situarse en el mundo físico, que en algún momento pretendía ser removido por la representación digital.



tante es qué se hace con la herramienta, no la herramienta misma.

No se trata de apelar, en un gesto retrógrada, a la recuperación romántica de un soporte —en franca oposición a los medios digitales—, sino de utilizar estrategias híbridas que involucren las posibilidades abiertas por unos y otros, considerando que lo digital tiene su fuerza en la velocidad y la cantidad de información; mientras lo análogo la tiene en accesibilidad, confiabilidad y una excelente interfaz.

En detrimento de la carga discursiva, el culto al fetiche tiene en estas herramientas plausibles de la autoedición, un riesgo de sucumbir ante las cualidades plásticas como único sentido; siguiendo la inercia voraz del mercado, de apropiarse —superando barreras ideológicas y de gusto— de todo producto cultural en aras de su asimilación y explotación comercial.

Al establece estas vías de comunicación no-mediadas, el ciudadano-editor participa de un acto de empoderamiento, emancipado de las estructuras de poder imperantes. La publicación en este contexto deja de lado su situación como mercancía, para convertirse en un dispositivo de colaboración y diseminación de información.

Una microeditorial puede funcionar fácilmente como una comunidad. Como tal, tiene un valor particular dada su presencialidad física en un espacio y tiempo determinados; tanto en el proceso de configuración, como en su uso (opuesto a la idea de consumo). La herramienta es susceptible de compartirse sumando experiencias de vinculación, investigación y aprendizaje a través de la colaboración y el establecimiento de redes; esto se vuelve más asequible si se trabaja con sistemas económicos de impresión de baja escala, como el duplicador electrónico. La herramienta y sus productos tienen la capacidad de activar procesos de diversa índole social y económica, además de la posibilidad de enseñar a otros a montar sus propias editoriales.

El tema pendiente es la puesta en circulación de los materiales. Los sistemas de baja escala permiten establecer una distancia de las condiciones impuestas por la industria, sin embargo suelen encontrar un cuello de botella en la distribución que —si bien pretende apelar a nichos específicos bajo la lógica de estructuras ascendentes—, se encuentra sometida a modelos mercantiles donde prevalecen intermediarios y minoristas en quienes recae el mayor incremento en el precio de venta al público.

En el supuesto de que publicar implica la difusión de materiales más allá del círculo inmediato, se vuelve urgente establecer otros canales de circulación consecuentes con el modelo económico de la pequeña prensa.

Vale la pena revisar estrategias utilizadas por los colectivos de arte mexicanos durante los 70 y 80 —abandonadas en décadas pasadas—, como el uso del correo postal. Emplearlo en sincronía con redes de difusión en soportes digitales y el viejo modelo de suscripciones. Revisar tácticas colectivas de distribución basadas en la confianza y no en la ganancia, en donde se aprovechen las redes de individuos cuyos productos pueden ser intercambiados para ampliar el alcance entre pequeños públicos, y en donde pueden participar, además de publicaciones, materiales diversos de pequeños productores.

Un esfuerzo interesante en este sentido es la cooperativa CACAO<sup>212</sup> fundada por José Miguel González Casanova, en la cual se busca establecer redes sustentables de producción, intercambio y consumo abiertas y horizontales para la producción cultural independiente.

Es urgente explorar estrategias de inserción en circuitos tradicionalmente ajenos a la producción cultural, en donde se pueden establecer diálogos que nutran las perspectivas de los interlocutores desde la cotidianidad. Este planteamiento

está presente en el trabajo de grupos como Germinal, SUMA o Março desde finales de los 70, cuyas estrategias y experiencia vale la pena tomar en cuenta.

Los procesos *online* suelen estar vinculados a estrategias invasivas de mercadotecnia que, sin embargo, hay que revisar y replantear para lograr modelos híbridos que permitan el trabajo colaborativo.

El auge actual de ferias y encuentros diversos relacionados directa o indirectamente con publicaciones, ha establecido la posibilidad de poner en circulación los materiales en el tránsito de espacios activos, sin embargo urgen estrategias que disipen la lógica endogámica de sus convocatorias. Para esto es necesario crear canales paralelos que permitan ampliar estos pequeños públicos de forma orgánica.

Si bien, su economía se opone de manera natural al crecimiento desmedido, la idea de la pequeña imprenta no está peleada con la posibilidad de la obtención de ingresos derivados de su operación. El escenario ideal para la permanencia de estos proyectos se encuentra, en primer lugar, en conseguir la sostenibilidad financiera del proyecto mediante la autogestión. El modelo puede ser permeable a esquemas híbridos de trabajo de edición e impresión para terceros, o bajo modelo de espacio de trabajo abierto para nichos específicos en ámbitos locales.

Una de las grandes ventajas de poseer los medios de producción, que este modelo ofrece a proyectos culturales de baja escala, es la posibilidad de prescindir parcial o totalmente de subvenciones institucionales al generar los propios recursos para la reinversión. Para lograrlo se debe tener siempre presente una buena conceptualización del proyecto editorial en su conjunto, las colecciones, el cuidado minucioso de los contenidos y características formales, para poder hacer publicaciones bellas e interesantes aprovechando las

limitantes del sistema. Poner atención a los tirajes y títulos a publicar con el propósito de asegurarle una mejor circulación y, sobre todo, tener una perspectiva crítica de la producción editorial.

## Bibliografía

Abenshushan, Vivian, *Escritos para desocupados*, Oaxaca, Sur+, 2013.

Adorno, Theodor W., *Minima Moralia*, 3ra Ed. España, Taurus, 2001.

Aquino, Arnulfo. *Imágenes épicas en el México contemporáneo*. México, cenidiap, inba, 2011.

Aroeste Meshoulam, Sara Lillian, *Libro de artista: espacio alternativo. Un repaso de evidencia mexicana*, México, 2010. Tesis (doctorado en historia del arte), Centro de Cultura Casa Lamm.

Branwyn, Gareth, *Jamming the media*, Estados Unidos, Chronicle books, 1997.

Carrión, Ulises, "Otros libros" en *El arte nuevo de hacer libros*, Archivo Carrión 1, México, Tumbona, 2013.

Casas Guerrero, Rosalba y Carton de Grammont, Hubert, *Democracia, conocimiento y cultura*. México, IIS UNAM y Bonilla Artigas Editores, 2012.

Debroise, Olivier, et al., *La era de la discrepancia. Arte y cultura visual en México 1968-1997*. Museo de Ciencias y Arte, Universidad Nacional Autónoma de México, 2007.

Ehrenberg, Felipe, *Manchuria. Visión periférica*, México, Diamantina, 2007.

Espinosa, César y Zúñiga, Araceli, *La perra brava*, México, unam/stunam, 2002.

Espinosa, César (compilador), *Signos Corrosivos, Selección de textos sobre poesía visual concreta-experimental-alternativa*, México, Ediciones Literarias de Factor, 1987.

Feenberg, Andrew, *Transforming Technology: A Critical Theory Revisited*. Oxford, Oxford University Press, 1991.

Fernández-Pello, et al. *Montañaislaglaciár. Correspondencia desde Eyjafjallajökull*. Madrid, Broken Dimanche, 2011.

Fuentes, Carlos, *Tiempo mexicano*, México, Cuadernos de Joaquín Mortiz, 1971.

Gerritzen Mieke y Lovink, Geert (comp.), *I Read Where I Am, Exploring New Information Cultures*, Holanda, Valiz, 2011.

González Martínez, Alfonso, "Elogio del 68. 68 El año que la imaginación desbordó al poder", en *Cuadernos Arquitectura Docencia* 4-5, México, Facultad de Arquitectura, UNAM, 1990.

Guevara Niebla, Gilberto, *La democracia en la calle. Crónica del movimiento estudiantil mexicano*. México, 1988, Siglo xxi.

Hellion, Martha, *Libros de Artista/ Artist Books*, Tomo I, México, Turner, 2003.

Hijar, Alberto (compilador), *Frentes, coaliciones y talleres. Grupos visuales en México en el siglo xx*. México, Juan Pablos/ CNCA, 2007.

Hijar, Cristina, *Siete grupos de artistas visuales de los setenta*. México, Universidad Autónoma Metropolitana/ Conaculta, 2008.

Kartofel, Graciela y Marín, Manuel, *Ediciones de y en Artes Visuales. Lo Formal y lo Alternativo*, México, Coordinación de Humanidades. Dirección General de Fomento Editorial, UNAM, 1992.

López, Julio César, *CLETA: Crónica de un movimiento cultural artístico independiente*. México, Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, Centro de Investigación Teatral Rodolfo Usigli, 2012.

Ludovico, Alessandro, *Post-digital print. The mutation of publishing since 1894*. Holanda, Onomatopee, 2012.

Marcín, Mauricio, et al., "Arte correo en un libro" , *Arte Correo*, México, Museo de la ciudad de México/ RM Verlag, 2011.

Marx, Carlos, *Manuscritos económico-filosóficos de 1844*, México, Grijalbo, Colección 70, 1968.

Megs, Phillip B. *Historia del diseño gráfico*. México, Trillas, 1991.

Monsiváis, Carlos, *Entrada libre. Crónicas de la sociedad que se organiza*. México, Era, 1987.

Paz, Octavio. *Posdata*. 4a ed, México, Siglo XXI, 1970.

Pradilla, Emilio (coord.), *Vulnerabilidad, sismos y sociedad en la ciudad de México. 1985 y el futuro*. México, uvyd-19, Protección Civil DDF, 1996.

Renan, Raul, *Los otros libros. Distintas opciones en el trabajo editorial*, México, Coordinación de Humanidades. Dirección General de Fomento Editorial, unam, 1988.

Trejo Dalarbre, Raúl, *La prensa marginal*, México, Ediciones El Caballito, 1975.

Trejo Delarbre, Raúl, "Ciencias sociales ante el entorno digital. Para una sociología de Facebook" en Casas Guerrero, Rosalba y Carton de Grammont, Hubert, *Democracia, conocimiento y cultura*. México, IIS UNAM y Bonilla Artigas Editores, 2012.

Zaid, Gabriel, *Dinero para la cultura*, México, Debate, Random House Mondadori, 2013.

Catálogo de exposición: *De los Grupos, los individuos, Artistas Plásticos de los grupos metropolitanos*, México, Museo de Arte Carrillo Gil/ Instituto Nacional de Bellas Artes, 1985.

*Encuesta Nacional de Lectura 2012, "De la penumbra a la oscuridad"*, México, Fundación Mexicana Para el Fomento de la Lectura, A.C., 2012.

#### Publicaciones periódicas

*La Jiribilla*, Año IV, Número 223 (13 al 19 de agosto, 2005), Cuba, 2005.

*Nexos*, México, febrero de 1979.



*Proceso*, México, 18 de marzo de 2014.

*Reis* 66, España, 1994.

### Web

Agamben, Giorgio, “¿Qué es un paradigma?”, *Fractal* 69, [www.mxfractal.org: http://www.mxfractal.org/GiorgioAgamben.htm](http://www.mxfractal.org/GiorgioAgamben.htm)

“Automatic stencil duplicators”, [http://www.officemuseum.com/copy\\_machines.htm](http://www.officemuseum.com/copy_machines.htm)

“Bottom-up structure o bottom-up processing”, [www.wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/Top-down\\_y\\_bottom-up](http://www.wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/Top-down_y_bottom-up))

Burns, Bill, “Edison’s Electric Pen. 1875: The beginning of office copying technology”, [www.electricpen.org: http://www.electricpen.org/ep.htm](http://www.electricpen.org: http://www.electricpen.org/ep.htm)

“‘Compra masiva’ de Proceso en Edomex, DF y Guadalajara”, *Proceso*, 18 de marzo de 2014. <http://www.proceso.com.mx/?p=367536>

Cooperativa CACAO, <http://cooperativacacao.mx/>

“Criticism of Google”, [www.wikipedia.org: http://en.wikipedia.org/wiki/Criticism\\_of\\_Google](http://en.wikipedia.org/wiki/Criticism_of_Google)

Ehrenberg, Felipe. “Treinta años después. Breve recuento de lo que empezó como una minúscula editorial en las nalgas del mundo.” [librodeartista.info](http://librodeartista.info), 1998: [http://issuu.com/librodeartista/docs/98\\_bgp30mas-\\_con\\_fotos](http://issuu.com/librodeartista/docs/98_bgp30mas-_con_fotos)

“Hektograph and Spirit Duplicators”, [http://www.officemuseum.com/copy\\_machines.htm](http://www.officemuseum.com/copy_machines.htm)

Kostelanetz, Richard, “Assembling”, [www.richardkostelanetz.com](http://www.richardkostelanetz.com): <http://www.richardkostelanetz.com/inventories/assembling.html>

Manrique, Daniel y Plascencia, Carlos, “Qué es el arte, qué es Tepito Arte Acá 2”, Octubre de 2010. [http://www.youtube.com/watch?v=O\\_VhX-T8INM](http://www.youtube.com/watch?v=O_VhX-T8INM)

“Mikhail Alice - INVENTOR typesetting machine”, <http://old-kursk.ru/people/shg0803061.html>

Morris, William, *Art and Its Producers and The Arts and Crafts of Today: Two Addresses Delivered Before the National Association for the Advancement of Art*, London, Longmans & Co., 1901. (<https://www.marxists.org/archive/morris/works/1888/producer.htm>.)

“Neoliberalismo”, [www.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org/wiki/Neoliberalismo): <http://es.wikipedia.org/wiki/Neoliberalismo>.

Pastor Mellado, Justo, “El mimeógrafo: herramienta editorial flexible”, [justopastormellado.cl](http://justopastormellado.cl), 29 de septiembre de 2005: <http://www.justopastormellado.cl/edicion/index.php?option=content&task=view&id=288&Itemid=28>

“Photocopy: Electrostatic Copying”, <http://science.jrank.org/pages/5162/Photocopying-Electrostatic-copying.html> <http://es.wikipedia.org/wiki/Xerograf%C3%ADa>

Ramírez Cuevas, Jesús, “Repercusiones sociales y políticas del temblor de 1985. Cuando los ciudadanos tomaron la ciudad en sus manos” México, *La Jornada*, 11 de septiembre de 2005: <http://www.jornada.unam.mx/2005/09/11/mas-jesus.html>

“Rise of the Risograph”, <http://nothingmajor.com/features/17-rise-of-the-risograph-part-one/>

“Riso’s history”, [www.riso.co.jp: http://www.riso.co.jp/english/company/history/index.html](http://www.riso.co.jp/english/company/history/index.html)

“Samizdat”, [www.wikipedia.org: http://es.wikipedia.org/wiki/Samizdat](http://es.wikipedia.org/wiki/Samizdat)

“Stalag Luft III (Air Force Officers)”, [www.b24.net: http://www.b24.net/pow/stalag3.htm](http://www.b24.net/pow/stalag3.htm).

“Sistema de Editoriales Territoriales”, [www.invasor.cu: http://www.invasor.cu/index.php/es/hipertextos/6417-sistema-de-ediciones-territoriales](http://www.invasor.cu/index.php/es/hipertextos/6417-sistema-de-ediciones-territoriales) (consultado el 27 de febrero de 2014)

“The early history of the mimeograph”, [http://courses.educ.ubc.ca/etec540/Sept06/stollingsl/researchtopic/index\\_files/Page342.htm](http://courses.educ.ubc.ca/etec540/Sept06/stollingsl/researchtopic/index_files/Page342.htm)

Wales, Jimmy, “Is the Magazine Dead?”, [jimmywales.com](http://jimmywales.com), 21 de octubre, 2009: <http://jimmywales.com/2009/10/21/is-the-magazine-dead/>

## Agradecimientos

A Ariadna.

A Antar Kuri, Balam Bartolomé, Bernardo Hernández, Dulce Chacón, Heráclito López, Juan Carlos Matus y Rogelio Vázquez.

A Gabriela Castañeda.

A Jorge Lestrade e Israel Galina.

A Alicia Peralta y Natalia Pradilla.

A la cooperativa Cráter Invertido, Ediciones Joc Doc, León Muñoz, Selva Hernández y Macolen.

