

Leonora Djament – Eterna Cadencia

Hay Festival – Talento Editorial III

Sábado 31 de enero de 2015 - 11.15 hs. Mesa: El editor es la estrella: espacios editoriales para la ficción y el pensamiento contemporáneos.

Cuando parece que la mercantilización global del mercado editorial deja la decisión final sobre lo que se publica o no en manos de los gestores económicos, algunos profesionales rescatan la que siempre fue la función del editor de verdad: descubrir una obra, consolidar su texto y ofrecerlo al público con la esperanza de que sea leído y reconocido.

1. El contexto

La editorial Eterna Cadencia comienza a gestarse en el año 2007 como producto de dos necesidades y una oportunidad: Pablo Braun, dueño de la librería homónima, entusiasmado con el mundo del libro empieza a pensar la posibilidad de una editorial. Por mi parte, yo venía trabajando hacía varios años en grandes grupos (primero en Alfaguara y luego en la editorial Norma) y, embarazada de mi segunda hija, quería dar un paso al costado del mundo de las transnacionales y la lógica corporativa; quería un proyecto a escala humana. El destino nos cruzó con Pablo y en apenas un mes nos pusimos de acuerdo sobre qué tipo de editorial queríamos y cómo queríamos construirla. Para noviembre de 2007 ya estábamos trabajando a pleno en el proyecto y en agosto de 2008 los primeros tres libros vieron la luz.

Dos necesidades y una oportunidad, decía: producto de la crisis política y económica que vivió la Argentina en los años 2001-2002, y luego de los años de concentración editorial que fueron los años 90 en nuestro país, aparece un espacio disponible cada vez más interesante para editar desde editoriales pequeñas y medianas. Por eso los últimos 15 años se caracterizan por la aparición de decenas de sellos nuevos y con una lógica o concepción sobre el libro distinta. Este es el contexto en el que nace Eterna Cadencia Editora.

Hasta aquí la parte romántica. Porque si algo nos propusimos desde el comienzo fue ser una editorial pequeña o mediana pero profesional, dejando de lado el romanticismo que acompaña algunas veces los proyectos artesanales o independientes. Entendimos que para armar el proyecto que nosotros queríamos había que capitalizar el recorrido de la librería y el bagaje aprendido en los grandes grupos y tomar de ambos caminos las mejores herramientas y aprendizajes.

Eterna Cadencia Editora tiene hoy seis años y medio de vida y **XXX** libros en el catálogo. Publicamos 20 libros al año, que se reparten básicamente en las colecciones de ficción y ensayo. Nuestros libros llegan –a veces mejor a veces peor- a casi todos los países de América Latina y España.

2. El catálogo

Algo que sostuvimos desde el comienzo es la idea de que un **catálogo** es un **modo de intervención en los debates locales**. Pensamos el catálogo como una puerta abierta a las escrituras del presente. Pero por “presente” no entendemos necesariamente lo actual, lo que está de moda o sucediendo ya mismo: las escrituras que nos importa publicar son aquellas que dicen algo respecto del mundo, de los conflictos y tensiones que nos atraviesan. Libros que digan algo respecto de su presente (no necesariamente en términos de “temas”, pero sí que manifiesten, por ejemplo, un estado de la lengua), ensayos que intervengan en las discusiones actuales. Escrituras del “presente” hace mención también a otras escrituras que han quedado en el olvido, pero que hoy cobran relevancia por distintos motivos: escritores o libros fuera de circulación, olvidados, agotados, que – creemos- pueden seguir generando lecturas, pueden seguir “diciendo” cosas e, incluso, pueden decir otras cosas, diferentes a las de su momento de publicación original.

Pero, además, o por sobre todo, yo diría que se trata de elegir libros con riesgo y con apuestas. Libros que nos exijan como lectores: que nos exijan atención, que nos reclamen una actitud crítica. Creemos que nuestro catálogo (aunque todo catálogo lo hace, consciente o inconscientemente) diseña una **política editorial**. Cada editorial, lo declare o no, lo sepa o no, tiene, propone, una política editorial. Esto es: una serie de argumentos que construye respecto de qué catálogo quiere proponer. Pero no se trata, me parece, de una simple declaración de principios o manifiesto voluntarista que se lanza al vacío en el comienzo. Creo, en cambio, que esa política editorial se va construyendo con el tiempo y en la interacción con los escritores, los lectores y los librerías, y es el resultado de aciertos y errores, deseos y frustraciones, gustos e inquietudes.

Por eso, no alcanza con que una novela sea buena, atractiva, interesante literariamente, para publicarla. Es importante saber pensar, anticipar, cómo va a convivir un libro dentro un catálogo. Un libro suelto, un libro fuera de contexto (fuera del contexto que arma un catálogo) corre el riesgo de extraviarse, de perder visibilidad, tanto dentro del catálogo de una editorial como dentro de una librería.

El catálogo que una editorial arma, en definitiva, es un **gesto estético y político**. En ese sentido no son ingenuas las decisiones que se toman a la hora de decidir qué se publica. Así, cuando se decide publicar un libro, a la vez se está respondiendo de alguna manera a la pregunta: qué es la literatura, qué es la buena literatura, se toma posición respecto de la vanguardia, del canon, de la academia, de los medios, del mercado y se construye, así, un diálogo sostenido con todos ellos. En este contexto deben ser pensados los rescates, las apuestas riesgosas por nuevos géneros o nuevos autores, el tratamiento de las novelas en el corto pero también en el largo plazo.

Un catálogo y una política editorial son, finalmente, una intervención en un campo cultural determinado y es el modo que tiene el editor de proponer un modo, su modo, otro modo, de ver y leer el mundo.

3. Redes

Ahora bien, a esta declaración de principios que acabo de pronunciar, hay que darle una vuelta más de tuerca. Desde hace unos pocos años, las editoriales pequeñas y medianas latinoamericanas, han adoptado como desafío propio la reconstrucción de las viejas rutas que unían a los países americanos entre sí a partir de un trabajo en múltiples sentidos, pero que básicamente es creativo y de generación de vínculos.

Creo que gracias a la enseñanza forzada que implicó primero internet y luego las redes virtuales, hemos aprendido, emulado y practicado algo de la experiencia cibernética. ¿Qué aprendimos? El trabajo en redes, en múltiples direcciones. Entendimos que no alcanza con tener un distribuidor o un librero que de tanto en tanto nos compre. Entendimos que es necesario crear y fomentar alianzas que vuelvan cada vez más sólidos los lazos entre editoriales y distribuidores, y donde los roles sean flexibles y reversibles. Estoy hablando de distribuciones cruzadas en algunos casos (yo te distribuyo y vos me distribuís), de coediciones, de intercambio de ediciones o impresiones (yo edito un libro tuyo y vos uno mío), traducciones compartidas, trueque de libros.

Esta es parte de la experiencia que llevamos adelante en Eterna Cadencia con editoriales y librerías latinoamericanas. Es un trabajo de alianzas, donde es necesario, en primer lugar, y antes que nada la afinidad: un mismo modo de concebir el libro, la industria, el catálogo.

Ahora bien, por todo este trabajo de alianzas, de redes, creo que tenemos que empezar a repensar el concepto de identidad de una editorial. Ya no sirve pensar en términos esencialista aquello que distingue a una editorial sino que hay que empezar a pensar en un concepto relacional:

una editorial es lo que es, pero también es lo que es *en relación con, o en alianza con, en comunidad con*. Y en todo caso, el asunto pasa por pensar cómo se puede construir un catálogo propio, único y, simultáneamente, en *asociación con* aquel que me distribuye, aquel que me imprime en otro país, aquel que publica algunos de mis autores en otra región. Cómo trabajar *con*, sin desdibujarse sino resaltándonos mutuamente, para seguir existiendo.

A la par de las asociaciones puntuales, me parece que hay que seguir apuntalando el papel de las librerías hoy. Tanto las cadenas como las librerías independientes –cada una con sus características- son todavía los lugares por excelencia donde nuestros libros están disponibles. Las librerías, en ese sentido, deben ser pensadas como un modo de organizar un mercado y no simplemente como un lugar de expendio de libros. Cómo queremos organizar este mercado es una de las preguntas que tenemos que seguir haciéndonos, para no estar todo el tiempo corriendo *detrás de...* (detrás de lo que dicta el mercado, lo que dictan las nuevas tecnologías, las reglas que imponen los grandes grupos y conglomerados empresariales).

Del mismo modo, las ferias del libro (tanto las pequeñas, locales, como las regionales o internacionales) o los festivales literarios como el que aquí nos convoca tienen un rol importantísimo y no aprovechado todavía en su totalidad. Las ferias son uno de los lugares privilegiados donde pueden comenzar estas alianzas que mencionaba, estos intercambios, descubrimientos de catálogos; donde se pueden apuntalar las relaciones editores-libreros-distribuidores. Y son un lugar donde se puede seguir trabajando en la creación y profundización de lazos entre editores, libreros y periodistas culturales. Los periodistas son clave en este entramado del que estamos hablando. Son quienes pueden hacer saber qué hay del otro lado de las fronteras y avivar el interés por otros textos. Este asunto debería ser parte de las agendas de los suplementos culturales, de diarios y revistas, así como también la interrogación sobre los modos de legitimación vigentes.

En definitiva, tenemos que seguir apropiándonos de las antiguas rutas latinoamericanas, pero sin voluntarismos. Hay que seguir trabajando en el “tendido” de redes afines entre editores, libreros y críticos latinoamericanos, que sean capaces de sostener y potenciar el trabajo de los escritores y editoriales locales. Y, por supuesto, esto debería ser también “una cuestión de estado”: literalmente, debería incumbirles a cada uno de nuestros países estos temas y nuestros estados deberían ser capaces de generar políticas coherentes, productivas y de largo plazo.

Por el momento, seguimos trabajando en el tendido de redes entre países y en múltiples maneras diversas, creativas, novedosas de que nuestros libros lleguen a los lectores hispanoamericanos.