

LA VIDA

Con esta publicación buscamos responder una serie de preguntas que nos permitan descifrar la estructura de la distribución del libro en el contexto de la edición independiente. A través del testimonio de editoriales, librerías, ferias, coleccionistas, bibliotecas, proyectos y perfiles híbridos, generamos un recorrido por los distintos espacios que habitan los libros una vez han sido publicados, así como las diferentes dinámicas a las que están sujetos.

SOCIAL

Índice de contenidos:

01. La vida social del libro.....	01 pág
02. Economía de la impresión, evitar la sobreproducción y comprender a tu público.....	02 pág
03. De editorial a librería.....	04 pág
04. Pop pop pop-up.....	08 pág
05. Notas sobre la distribución independiente.....	12 pág
06. Cuatro preguntas cuatro ferias.....	16 pág
07. Futuras redes.....	22 pág
08. Traducciones al valenciano.....	23 pág
09. Comics meeting artist's books.....	36 pág
10. Las injurias.....	44 pág
11. 20 Años coleccionando fotolibros.....	46 pág
12. Prestar sonidos y huesos.....	48 pág
13. Unloved books.....	52 pág
14. La segunda vida del libro.....	54 pág

DEL

Con la
participación de:

Bret Bloom y Marc Fisher (Half Letter Press), Eugenia Font (Unloved Books), Francesc Ruiz, Freddie Gaffa (Gaffa), Gabriela Zendoya, Ilan Manouach, Johan Rosenmunthe (One Thousand Books), Jaime Sebastián y Rubén Montesinos (Handshake/Recreo), León Muñoz Santini (Gato Negro), Luis Cerveró (Terranova), Luis Juárez (Feria Migra), Luuk van den Berg (Wolf Books), Margarita Athanasiou (Athens Art Book Fair), Martín Bollati (SED Editorial), Mateo Barbuzzi (Club del Prado), Olivier Duport (Flee), Pascale Obolo (African Art Book Fair), Reynaldo Vásquez Rodríguez, Sara Arroyo (Tambourine), Tommaso Parrillo (Witty Books), Valeria Mata y Vida Ruclí (Robida Collective).

LIBRO

Un proyecto de
Sara Arroyo
y Recreo Art Books

La vida social del libro es larga y heterogénea. Una vez impreso, es guiado a través de una serie de espacios y contextos destinados a activarlo y encontrar su razón de ser. El libro es, por lo tanto, un objeto social en cuanto a su cualidad comunicativa, es decir, que necesita de la interacción para cumplir con los objetivos para los que fue creado. Los emplazamientos que alojan al libro, y en concreto al libro de arte independiente, varían en naturaleza e intención, y permiten a sus lectorxs encontrar distintas formas para relacionarse con ello. Son emplazamientos específicos, escogidos por sus capacidades para potenciar y enriquecer el mensaje y el objeto, principalmente por el tipo de público que pueden convocar. Y esto es clave, porque las editoriales independientes no buscan masificar su alcance, sino maximizar las posibilidades de llegar a lxs lectorxs que les interesan. Cómo llegar a estxs lectorxs, es lo que me ha ocupado en los últimos años, desde que entré en contacto por primera vez con la escena de la edición independiente. A través de la fundación de mi proyecto **TAMBOURINE**, una plataforma dedicada a visibilizar esta escena, y que fundé en Madrid en 2017, he buscado respuesta a preguntas como: ¿Cómo funciona la estructura de la distribución editorial independiente? ¿Son útiles para el libro independiente las fórmulas de distribución del libro tradicional? ¿De qué formas están las propias editoriales alterando estas fórmulas? ¿Cuáles son las necesidades específicas del libro de arte independiente? ¿Y cuáles son las necesidades de su audiencia? ¿Debemos dedicar nuestros esfuerzos como comunidad a ampliar esta audiencia, en lugar de enfocarnos sólo en alimentar el nicho?

Con esta publicación, producida en colaboración con **Recreo Art Book Fair**, he querido exponer un primer capítulo de las conclusiones a las que he llegado a través de mi experiencia con **TAMBOURINE**, así como otras iniciativas, escuchando las impresiones y consejos de una serie de editoriales, librerías, ferias, coleccionistas, bibliotecas, así como otros proyectos y perfiles híbridos con los que he tenido ocasión de cruzarme en estos últimos años. Todo ello, con un objetivo doble: por un lado, para guiar a todxs aquellxs que están arrancando en el proceso editorial y tienen poca o ninguna experiencia con la distribución; y por otro lado, para continuar alimentando la conversación entre los distintos actores que formamos parte de la escena independiente; porque cuanta más información compartamos entre nosotrxs como comunidad, más reforzados se verán nuestros esfuerzos individuales.

— Sara Arroyo, editora

Economía de la impresión, evitar la sobreproducción y comprender a tu público

Cuando imprimimos folletos por nuestra cuenta, a menudo basamos nuestras tiradas en el número de hojas de papel que vienen en una resma. El papel para el interior suele venir en resmas de 500 hojas, mientras que el papel más pesado para cubiertas viene en resmas de 250 hojas. Apuntar a 500 copias para una tirada, significa que normalmente no nos sobrará mucho papel al final de la producción. Este sobrante se puede utilizar para imprimir flyers u otras piezas en las que el tipo de papel pueda variar sin que afecte al resultado final.

Una de las cuestiones más difíciles de negociar como editor, es decidir cuántas copias de tu publicación vas a imprimir. Nosotros sabemos que no vamos a dejar de hacer y vender libros a corto plazo, por lo que si se tarda cinco años o más en vender una tirada, no pasa nada, siempre y cuando tengamos espacio para almacenar los libros. Para las personas que carecen de espacio de almacenamiento

y no planean seguir publicando a largo plazo, los cálculos de producción deben sopesarse con las intenciones de distribución y el coste del alquiler del almacenamiento si este fuera necesario. Los costes de almacenamiento varían mucho según la ciudad o el país en el que vivas. También debes pensar en el contenido que se está imprimiendo y si este seguirá siendo relevante dentro de unos

años. Por ejemplo, ¿te gustaría leer un libro sobre las elecciones presidenciales estadounidenses de 2020 en 2022? A veces la gente nos propone buenas ideas que son demasiado urgentes para el tiempo que nos lleva distribuir completamente una publicación a través de los canales que utilizamos.

Cuando se utiliza la impresión offset, las primeras 500 copias de un libro cuestan mucho más que las segundas 500, o las siguientes 500. Si puedes permitirte una tirada mayor, el descuento hace que sea muy tentador pedir más copias, pero eso no te quita el problema de tener que distribuir los libros que has impreso. El hecho de que puedas permitirte el lujo de imprimir más y tener el espacio de almacenamiento necesario, no significa que sea siempre buena idea imprimir de más simplemente porque sea más barato. Tienes que ser honesto contigo mismo sobre el tamaño real de tu audiencia. ¿Qué pasa si tardas cinco años en vender todos los libros que imprimiste? ¿Y si te llevara aún más tiempo? ¿Planeas seguir publicando libros en los próximos años? y ¿crees que el contenido del libro que acabas de imprimir seguirá siendo relevante años después? Algunas de nuestras tiradas más grandes no se habrían justificado si no hubiéramos seguido publicando, cumpliendo pedidos y asistiendo a ferias de libros muchos años después.

La impresión digital ha mejorado en los últimos años, hasta el punto en que resulta muy difícil distinguir entre un libro impreso en offset y un título impreso digitalmente. Las imprentas digitales suelen tener políticas de pedidos más flexibles que las impresoras offset. Un impresor que nos gusta, nos deja pedir libros o impresiones en incrementos de 25 copias, lo que nos permite adaptarnos mejor a nuestras necesidades que cuando dependíamos de una imprenta grande y barata que nos hacía elegir entre 250, 500, 1.000 o 2.500 ejemplares offset.

Nos esforzamos por hacer cosas que sean económicas de producir, económicas de comprar y rentables tanto para nosotros como para las tiendas y distribuidores que comercializan nuestro trabajo. Cuando se tiene en cuenta que muchas tiendas cobran entre el 40% y el 50% del precio de venta del libro y lo que cuesta imprimir cada copia, se deduce que: para que nuestros libros cubran el coste de producción y ganen algo de dinero, idealmente, su producción debería costar entre 1/5 y 1/6 de su precio al por menor, especialmente si pagarle a un autor, editor o diseñador es parte del coste del proyecto. A menos que se reciba una subvención u otro tipo de apoyo, es posible que un libro cuya elaboración haya costado 1/3 de su precio al por menor, no llegue a cubrir ni los costes de producción cuando se venda en tiendas.

A continuación se muestra un desglose típico de producción/ventas: un libro que se vende por \$6,00 cuesta \$1,00 de imprimir. Si el libro se vende a una tienda que se queda con el 50%, eso significa que la tienda gana \$3,00 cada vez que venden una copia y nosotros ganamos \$3,00. Después del coste de impresión (recuerda: \$1,00 por libro), obtendremos una ganancia de \$2,00. Pero, ¿cómo llegó el libro a la tienda? Si lo enviamos, probablemente pagamos el

envío. Tal vez eso equivaldría a 0,25 dólares por libro si enviamos muchas copias. Ahora nuestra ganancia es de \$1,75. Por lo que, si vendemos 200 copias de ese libro en varias tiendas, ganaríamos \$350,00. Si vendimos el libro nosotros mismos, obviamente obtuvimos mayores ganancias, pero también incurrimos en otros gastos. ¿Pagamos el viaje a una feria de libros para vender esa publicación? ¿Lo vendemos a través de nuestra tienda online, que tiene tarifas mensuales? ¿Cómo pagó el cliente? ¿Usó PayPal? PayPal también se lleva una pequeña parte, o una parte mayor si vive en otro país.

¿Tuvimos que comprar sobres de envío para enviar esa publicación? ¿Tuvimos que comprar cinta de embalaje? ¿Tuvimos que imprimir un albarán para el cliente y una etiqueta de envío? (ésta a veces se imprime en papel blanco normal y se pega con cinta adhesiva o pegamento al paquete). Y no te olvides del tiempo que lleva empaquetar los pedidos, llevarlos a la oficina de correos, empaquetarlos para las tiendas, enviar correos electrónicos a las tiendas sobre reabastecimientos y todas esas cosas divertidas. Si podemos financiar la impresión del libro mediante una subvención, un presupuesto de exposición o algún otro medio alternativo, el título será más rentable, lo que puede compensar el coste de realizar otras publicaciones menos rentables.

Según nuestra experiencia, la mayoría de las tiendas no quieren aceptar más de 10 copias de un título a la vez. En muchos casos, las tiendas sólo quieren entre 3 y 5 copias de cada libro a la vez. Prefieren recibir menos copias y reabastecerlas más a menudo, que almacenar más copias de las que puedan exhibir. Al publicar una gran variedad de tiradas más pequeñas, descubrimos que cuando una tienda quiere reabastecerse, tiende a pedir muchos títulos diferentes a la vez, lo que incrementa nuestra visibilidad en la tienda, brinda a los lectores más títulos para elegir y, en general, es mejor para todos. Nos es más eficaz económicamente que intentar producir menos libros más caros. Descubrimos también, que es más probable que nuestro público gaste \$30,00 en 5 folletos diferentes que \$30,00 en una sola publicación más cara. Una tienda puede llegar a vender muchos libros con el tiempo. Por ejemplo, hay publicaciones de las que Printed Matter y Quimby's han vendido 80 copias o incluso más. Esto se debe a que repusieron esas publicaciones muchas veces. Es importante desarrollar buenas relaciones con las personas que venden tus libros. Debéis cuidaros los unos a otros y ayudaros mutuamente a avanzar, porque estas historias de éxito de distribución sólo ocurren a largo plazo.

Siempre hemos preferido trabajar con menos tiendas más estrechamente, con trabajadores que nos gusten, a intentar tener nuestro trabajo en decenas de tiendas que no estén especialmente entusiasmadas con lo que hacemos y/o no venden muchas copias de nuestras publicaciones. El tiempo dedicado a buscar pequeños ingresos por todas partes se emplearía mejor en hacer nuevas publicaciones. Todavía tenemos que encontrar un distribuidor de libros que resuelva la mayoría de nuestras necesidades. Para nosotros ha sido más saludable trabajar con varios flujos de distribución diferentes, pero también es un método que requiere mucho más tiempo.

Entrevista con **Luis Cerveró**, de **Terranova** **Editorial** (primero) y **librería** (después)
(**terranova.com**) establecida en Barcelona, España.

Una conversación con **Sara Arroyo**

De editorial a librería

Capítulo dos

Sara Arroyo: ¿Cómo era la escena de la edición independiente en España en el momento en el que fundáis Terranova en 2012, tanto en términos de producción como de audiencia?

Luis Cerveró: Debo decir que nunca pensé que llegaría a convertirme en editor, así que no estaba realmente al tanto de la escena de la edición independiente antes de convertirme involuntariamente en parte de ella. Ahora, viéndolo diez años después y con mucho más conocimiento, diría que las cosas no han cambiado tanto y la escena de la edición independiente en España es tan inexistente hoy como lo era en aquel entonces. Diría que la única diferencia puede ser que ahora la gente está más dispuesta a autopublicarse. Se ha vuelto más fácil y probablemente más económico, aunque la calidad no sea excelente, por lo que muchas personas están

Eran jóvenes en aquel entonces, y siguen siendo jóvenes ahora, y por lo tanto es gente distinta. Tengo la impresión, aunque podría estar completamente equivocado, de que quitando algunos coleccionistas o apasionados de larga duración, solo los jóvenes, en su mayoría estudiantes, artistas y creativos, tienen un interés verdaderamente sincero por la edición independiente.

S. A.: Conociendo tu perfil como realizador de videoclips y videoarte, y sabiendo que además eres un apasionado de la arquitectura, me gustaría preguntarte por el impulso que te llevó a fundar Terranova. ¿Cuál es tu relación con el libro?

L. C.: A ver, son dos cosas distintas. Yo fundé Terranova como productora, como vehículo para producir mis propios proyectos, independientemente de mis dos socios cuando todavía formaba parte de una productora llamada Canada. De ahí el vínculo entre Terranova (que es una zona remota y casi virgen de Canadá) y el nombre de mi anterior productora. Era como un proyecto dentro de otro. Entonces

haciendo sus proyectos sin recurrir a una editorial. Lo cual, en realidad, creo que es algo positivo. Pero en cuanto a los editores de libros de arte independientes en España, éramos un pequeño grupo entonces y seguimos siendo un pequeño grupo ahora. Algunas personas seguimos siendo las mismas, otras han desaparecido y otras son nuevas.

Todo esto, por supuesto, se refiere a la producción. En cuanto al público, siempre me he sentido totalmente perdido y nunca he logrado entender quiénes son exactamente los que están al otro lado. Pero tengo la sensación, una vez más, de que no ha cambiado demasiado, aunque en este caso el público es otro.

le propuse a Rafa Castells producirle un cortometraje, porque acababa de hacer uno para el grupo musical Corte Moderno, codirigido con Miguel Rojas, que me había encantado. Estoy hablando del 2012 o así. Pero Rafa me dijo que no le interesaba hacer otro corto y que lo que quería era hacer un libro y que no había ninguna editorial que le gustase en Barcelona. Entonces decidimos hacer el libro *Schlecker*, ya cuando la gente se enteró de esto, me empezaron a enviar otros proyectos de publicaciones. O sea que el impulso me vino de manera totalmente inesperada y diría que incluso involuntaria. Lo que fundé como productora se transformó por sí solo en editorial.

Mi relación con el libro viene de mucho antes. Siempre me han gustado los libros y empecé a dedicarme al audiovisual antes de que todo pasase por internet. Así que todas las referencias, toda la cultura visual, venía de los libros, y he ido acumulando muchísimos libros desde mi época de estudiante hasta la actualidad. O sea, más de treinta años acumulando libros. Es cierto que al empezar a dedicarme a la edición y más tarde a la venta de libros, mis gustos han ido cambiando y también porque los intereses evolucionan con la vida. La arquitectura me ha gustado siempre, pero con los años, todavía más y ahora seguramente compro más libros de arquitectura y diseño industrial que de fotografía o arte. También he ido acumulando más libros fijándome únicamente en detalles de la edición en sí. Cosas como el papel, la encuadernación o la maqueta.

S. A.: Tras casi una década desarrollando una actividad editorial, en octubre de 2021 establecéis una nueva vía en vuestro proyecto con la apertura de una librería física en Barcelona. ¿Cuáles fueron las principales motivaciones que os empujaron a establecer una actividad comercial de venta de libros en paralelo a vuestra actividad editorial, y de qué formas están impulsadas por vuestra experiencia como editores?

L. C.: Lucía Boned empezó a trabajar en Terranova en la primavera de 2018 después de una larga experiencia como librera en diferentes librerías en Valen-

cia (de donde somos ambos) y Barcelona. Siempre estábamos hablando y fantaseando sobre la idea de expandir Terranova a un espacio físico que vendiese otros libros aparte de los nuestros. Después de la pandemia, en 2020, salió al mercado una tienda modernista muy bonita que a Lucía siempre le había gustado. Decidimos aprovechar la oportunidad sin pensarlo demasiado. Así que al final fue una decisión bastante espontánea, aunque después de eso nos llevó casi un año de trabajo dejar la tienda lista, lo que probablemente fue algo bueno para establecer contactos con diferentes editoriales y distribuidores para abastecernos.

En resumen, decidir abrir la librería no estuvo tan relacionado con nuestra experiencia como editores, sino con la experiencia de Lucía como librera. Lo que surgió de nuestra experiencia como editores fue que cada vez que íbamos con Terranova a ferias internacionales como Los Ángeles, Tokio o incluso París, veíamos un montón de libros y editoriales maravillosas que nadie estaba vendiendo en España y eso nos hacía pensar que había una oportunidad o un nicho en el mercado para ese tipo de libros en nuestro territorio.

S. A.: Sin duda, como comentas, Terranova (la librería) está ocupando un vacío que urgía llenar, y se ha posicionado rápidamente en la escena editorial nacional como un punto de referencia para este tipo de publicaciones y editoriales. No sólo por el catálogo de títulos que ofrecéis, sino también por vuestra labor dinamizando el espacio y creando un punto de encuentro en torno al libro de arte en Barcelona. ¿Cómo habéis sentido la respuesta del público? ¿Qué valor tiene para la escena local y nacional la creación de una comunidad dedicada a este tipo de prácticas editoriales independientes?

L. C.: La verdad es que nos ha sorprendido, para bien, la respuesta del público. Desde el principio hemos

tenido muchos clientes y bastantes ventas. Así que sí, parece que había demanda, o cubrimos un hueco. Y añadiría que no sólo para el consumidor, sino para los artistas y editores que no sabían muy bien cómo canalizar sus publicaciones o las exposiciones de pequeño formato ligadas a la cultura del libro.

El valor que todo esto puede tener, sin embargo, nos parece que hay que juzgarlo desde la humildad. Sí, es un espacio seguramente nuevo y distinto, pero también somos conscientes de que va dirigido a una minoría muy específica y muy reducida, con lo que tiene el valor justo de su medida. Importante para los que formamos parte de esto, o para la gente que se interesa por ello, pero un valor seguramente exiguo o residual para el sector artístico o cultural a gran escala.

S. A.: ¿Merece la pena dirigir nuestros esfuerzos como comunidad artística "independiente" hacia conseguir una mayor presencia y relevancia en ese sector cultural a gran escala que mencionas?

L. C.: Esta pregunta tiene algo de metafísico o existencial, y es mucho más profunda de lo que puede parecer. La respuesta breve, para mí es un NO rotundo. No, no merece la pena. O mejor dicho, no le veo el más mínimo interés.

"Las cosas que me interesan suelen conllevar una independencia insobornable que es casi alérgica a cualquier forma de influencia." – Luis Cerveró

En mi experiencia vital, no sólo la profesional, he podido constatar dos cosas: que donde hay dinero todo está podrido y no hay lugar para las cosas hechas con alma y con pasión. Y que cualquier cosa "a gran escala" es algo muerto, que se mueve por inercia sin que nadie realmente parezca controlar el rumbo o las intenciones que lo hacen funcionar. De una manera análoga pero desde una perspectiva casi opuesta, diría que las cosas que me interesan suelen conllevar una independencia insobornable que es casi alérgica a cualquier forma de influencia, y mucho más si esta influencia tiene que ver con el dinero o el poder. Yo creo que la gente que forma parte de estos pequeños movimientos independientes lo hace en gran medida como forma de contestación o resistencia a los grandes movimientos de poder por una parte, pero también a las grandes líneas de pensamiento y comportamiento establecidos. Así que hay que mantenerse siempre alejados de los grandes sectores culturales y económicos. Esa es la verdadera fuente de una vida plena y satisfactoria. Ese es el único camino.

Dicho esto, a veces hay que instalarse en la esquizofrenia o la bipolaridad para conseguirlo. Yo me dedico a la publicidad, es decir, hago incursiones en el vientre de la bestia neoliberal para luego poder hacer con lo que eso me genera lo que me apetece con total independencia. En el mundo editorial, y en algún otro. Es la manera que yo he encontrado para funcionar. Seguro que hay otras mejores y más respetables. En todo caso, siempre que sea posible no hay que perder nunca la independencia. Y cuanto más pequeño sea lo que haces con tu vida, mejor.

S. A.: Estoy de acuerdo con lo que dices. El mayor activo con el que cuentan estas editoriales es la independencia, lo que les permite preservar su poder de decisión a lo largo de todo el proceso de producción. Y esto incluye la distribución y la venta. Son muchas las

editoriales que prefieren colocar sus libros en pocos sitios pero bien seleccionados, donde saben que tienen acceso al público que les interesa, en lugar de optar por una distribución de mayor escala donde el libro se coloca en el máximo número de tiendas posible. Otra vez rompiendo con las formas tradicionales. ¿Cómo gestionáis en este sentido la distribución de Terranova (la editorial), así como la curación y selección de títulos para la librería?

"El sistema no está pensado para editoriales pequeñas o para editoriales de arte, y menos para una que es las dos cosas a la vez." – Luis Cerveró

L. C: Esta es una pregunta bastante técnica y temo que la respuesta sea también bastante aburrida, pero entiendo la importancia de este tema, claro, así que ahí va la información intentando ser lo más escueto posible.

En lo que respecta a la editorial, estuvimos desde nuestra primera publicación en 2014 hasta que abrimos la librería en 2021 gestionando la distribución de nuestras publicaciones de manera totalmente independiente y personalizada. Es decir, era la persona encargada de Terranova (Lucía a partir del 2018, pero otras personas antes que ella) la que contactaba cada librería, cerraba un trato, y gestionaba envíos, albaranes, existencias y liquidaciones. Es un trabajo ingente y muy desagradecido. Sobre todo en la parte de facturación y cobro, que puede convertirse en un calvario y generar muchos impagos. Además, muchas librerías están abiertas y con muy buena disposición a hacerlo así, pero muchas otras se niegan directamente a trabajar al margen de las distribuidoras, con lo que también reduces el potencial de ventas. Lo más difícil es llegar a un equilibrio en el cual te compense económicamente tener a una persona a sueldo haciendo este trabajo y que su sueldo salga del margen mensual de ventas. Es prácticamente imposible para una editorial pequeña que edita menos de una docena de títulos anuales.

Cuando Lucía y yo decidimos abrir la librería en 2021, tuvimos que dejar de distribuir directamente porque era materialmente imposible abarcarlo todo. En ese momento pasamos a distribuir nuestros libros con una distribuidora nacional. Esto prácticamente duplica el margen del PVP al que renuncias en la venta de cada libro, pasando del 30% que se queda el punto de venta al 60% que se reparten distribuidora y punto de venta. En el caso del libro gráfico, cuyo coste unitario ya es altísimo, te estrangula y además te obliga a subir precios. Además implica muchos más trámites y obligaciones que no tienes al distribuir directamente. Pero para mi sorpresa además supuso estar en muchas menos librerías, con unas cifras de colocación y venta inferiores a cuando distribuíamos nosotros mismos. Esto, añadido al sistema de facturación por colocación y no por venta, sujeto a devoluciones constantes y descuentos adicionales pactados sin el consentimiento del editor, ha hecho que después de dos años hayamos decidido prescindir de la distribuidora nacional y volver a llevarlo nosotros directamente. Preferimos estar solo en 10 o 15 puntos de venta de España pero que sabemos que venden y pagan, que en todo el territorio potencial del estado que no se acaba traduciendo en absoluto en una subida de ventas o facturación. El sistema no está pensado

para editoriales pequeñas o para editoriales de arte, y menos para una que es las dos cosas a la vez. Está dirigido a editoriales industriales que editan a toda máquina y utilizan la distribución y colocación casi como una línea de crédito. Ahora nos toca volver atrás después de haber perdido mucho tiempo y dinero. Esta experiencia nos ha dejado bastante tocados y tardaremos en recuperarnos.

Respecto a la librería, que es otro mundo y tiene poco que ver con la editorial, la verdad es que intentamos ser como nos gustaría que las librerías hubieran sido con nosotros como editores: serios, ordenados, buenos pagadores y con una comunicación ágil. Que

quede constancia que algunas librerías con las que hemos trabajado como editores también han sido así. Esto implica muchísimo trabajo a la hora de gestionar pedidos, entrarlos en el sistema, y llevar las existencias y liquidaciones al día. En lo que respecta estrictamente a la distribución y selección de títulos, Lucía y yo nos repartimos de una manera bastante clara: ella se encarga de las editoriales nacionales (algunas a través de distribuidora, otras con trato directo) y yo de las internacionales, tanto a nivel de trámites (pedidos, albaranes, facturas, pagos) como de selección de títulos. A esto hay que añadir todo el vintage, que es una mezcla entre cosas que encontramos nosotros (sobre todo Lucía) y algunos títulos en depósito tanto de *dealers* intermediarios como de particulares que quieren vender algunos de los libros de su biblioteca.

S. A: Para cuando se publique esta entrevista, habréis cumplido dos años como librería. ¿Cómo evaluarías estos dos años, y qué esperas de los próximos dos?

"Lo que surgió de nuestra experiencia como editores fue que cada vez que íbamos con Terranova a ferias internacionales como Los Ángeles, Tokio o incluso París, veíamos un montón de libros y editoriales maravillosas que nadie estaba vendiendo en España y eso nos hacía pensar que había una oportunidad." – Luis Cerveró

L. C: Cuando abrimos en octubre de 2021 teníamos miedo. Habíamos podido comprobar cómo una a una las librerías de arte en Barcelona habían ido cerrando en los últimos años, ya fueran clásicos como Loring o Kowasa o iniciativas más jóvenes e independientes, como Mutt o Múltiplos. Así que teníamos la duda de si realmente había una demanda para algo como lo que queríamos montar, o íbamos a darnos la gran hostia. Para nuestra sorpresa, la acogida desde el principio fue increíble, y los primeros meses fueron una verdadera explosión de clientes y facturación. Así que sin entrar en detalles ni en las penurias económicas que llevar un proyecto así acarrea, el balance de los dos primeros años es muy, muy positivo. Nos sentimos muy bien acogidos, muy queridos y muy respaldados. Y eso es lo que importa.

Nuestro objetivo para el futuro próximo es por un lado consolidarnos como lo que somos, una librería especializada, reforzando lazos con clientes muy específicos que dan estabilidad económica al proyecto (hablo de instituciones, coleccionistas y bibliotecas); y por otro crecer como punto de encuentro, potenciando las actividades que trascienden la venta de libros, como tutorías, cursos, encuentros y eventos, siempre con la edición y la práctica artística como punto de origen.



Fotografías: Pol Masip

Librería Terranova

C/ Comte Borrel 99, Barcelona, España

POP POP POP-UP



Pop-up de Den Souvenir en Bulansa, Busán (Corea del Sur).



*

Edition Demand es un proyecto de fanzines al estilo "Buffet" con origen en Düsseldorf, Alemania. Durante el evento, el público asistente tiene una carta de fanzines para elegir lo que quieren leer, cada copia que se compra, se imprime y encuaderna en directo por las organizadoras. Los fanzines disponibles son recopilados por internet, con la colaboración de autores de todo el mundo. Un modelo de participación que evita los envíos de paquetes y la impresión de copias excedentes.

Fotografías: @sanderrobert.design y edition.demand



* Durante aproximadamente seis meses, entre junio de 2013 y enero de 2014, The Newsstand estuvo en activo dentro de la estación de metro Lorimer Street L en Williamsburg, Nueva York. Utilizando el espacio estándar de un quiosco, funcionó como espacio efímero que vendía discos, publicaciones, revistas, ropa y demás productos independientes. En 2015, una reproducción del espacio del artista Lele Saveri se trasladó al MOMA como parte de la exposición "Ocean of Images: New Photography 2015".



"Bring your own book" es un colectivo que comenzó como una iniciativa estudiantil en 2021. Desde entonces trabajan en un programa interdisciplinar en torno a la autoedición a través de eventos, conferencias, talleres y ferias del libro. Su último evento expuso y vendió más de 400 publicaciones autoeditadas de todo el mundo en ENTER ENTER -espacio independiente en Amsterdam creado por Roma Publications y Fw:Books- celebrando la autoedición y los materiales impresos con mobiliario DIY en una exposición que fue cambiando durante las cuatro semanas que duró el evento.



Same Paper llevan un tiempo haciendo Pop-Ups. Estas imágenes pertenecen a una serie de eventos efimeros en Shanghai y Seoul en verano en 2023.



"Patio de Lectura", un espacio de lectura efimero creado en el contexto de la séptima abc Book Fair-Shanghai diseñado por envy envy. Foto: Qiu

HOW(EVER): Portikus Art Book Festival es un evento anual con una instalación in situ que muestra una selección curada de libros de arte y revistas de todos los continentes que están disponibles para su compra.



Pop-up de Tambourine en Espacio Abastos de Madrid, con mobiliario hecho en colaboración con el diseñador de producto Matias Rico.



Preguntamos a seis editoriales por sus experiencias: **Club del Prado, Witty Books, Flee Project, Robida, Gaffa, SED y Gato Negro**

Notas sobre la distribución independiente

¿De qué formas y a través de qué vías gestionan las editoriales independientes su propia distribución?

CLUB DEL PRADO
Buenos Aires, Argentina

En vez de dar muchos consejos o pequeñas observaciones acerca de este tema, prefiero concentrarme en uno solo: tener cuidado. Cuidado no en el sentido de miedo, si no de cuidar la producción de uno. Cada copia de cada título que una editorial independiente produce es importante. Es un trabajo que lleva mucho tiempo, dinero, dedicación, y que la mayoría realiza paralelamente a otro trabajo y sin esperar grandes retribuciones a cambio. Cuando uno decide empezar a distribuir su producción, es clave saber dónde y cómo hacerlo. Darle esa importancia a cada libro, a todo lo que se invierte al hacerlo.

Distribuir es una parte crucial del trabajo de una editorial independiente; es prácticamente una de las tres formas de mover trabajo editorial (además de las ferias y de las ventas por internet). Es una manera de llegar a un público que unx por sí solx no podría llegar, ya que cada librería o distribuidorx tiene su propio circuito, y esto hace que las redes de circulación de los libros se expandan. En ese sentido, lo importante de la distribución es que los libros se muevan y no se queden estancados en una estantería de una librería o local.

Es importante saber cómo lxs distribuidorxs dan cuidado a la producción de unx, es importante que le den el mismo cuidado que le da unx (o idealmente, más), y que pongan el mismo impetu en que esa producción llegue a un estante de una biblioteca en la casa de alguien a quien ese trabajo le movió algo dentro. Hay que buscar distribuidorxs que tengan una visión acorde a los libros que distribuyen; que los libros que distribuyen también les mueva algo dentro.

Unx distribuidorx, en un sentido amplio, cumple el mismo rol que unx editorx: hacer que el trabajo de una persona (ilustradorx, fotógrafx, diseñadorx, artista gráfico, proyectos autopublicados, etc.) llegue a las manos de un tercero. Es un intermediario más, al igual que unx editorx.

WITTY BOOKS
Turín, Italia

Witty hasta la fecha no colabora con grandes distribuidores, la mayor parte de la distribución se realiza de primera mano. Desde el principio, he dado mucho valor a las librerías independientes y del sector. Creo que ellos, mediante una selección curada, pueden crear el filtro adecuado entre productores y consumidores. En la industria del fotolibro las tiradas son muy pequeñas, estamos hablando de cientos, o unos miles, y por mi parte nunca he tenido el afán de lanzarme a la gran distribución, prefiero un público atento y consciente, en lugar de la visibilidad masiva. Al mismo tiempo, uno de mis deseos recurrentes es llegar a audiencias que puedan ir más allá de “la burbuja” de la comunidad de fotolibros. Por eso creo que participar en ferias y festivales juega un papel muy importante. Aquí se produce un intercambio directo, no sólo de ventas, sino también un elemento de discusión y comparación, con colegas y con el público.

FLEE PROJECT
París, Francia

En sus inicios, FLEE nació para dar a conocer las iniciativas de investigación y arte que estábamos llevando a cabo alrededor del mundo, aunando antropología, arte contemporáneo, archivos y música de vanguardia. En aquellos años, publicar un libro bilingüe con ensayos, entrevistas y comisariados de artistas, acompañado de un doble LP, era algo bastante raro, incluso para la escena editorial independiente. Como en aquel momento no existía realmente una estructura adecuada para este tipo de proyectos, decidimos ponernos a la obra y fundar nuestra propia marca y editorial de arte.

Nuestros proyectos reúnen a personas de campos muy diversos (arte, ciencias sociales, música electrónica, diseño, museología) y a veces resulta complicado navegar entre esos públicos segmentados. Más aún si nos centramos en investigaciones bilingües, bien calibradas y de diseño. Nos centramos en ediciones limitadas, que rara vez superan las 800-1000 copias. Esto significa que nuestra distribución tiene que ser bien segmentada, nítida y cualitativa. Con la evolución actual de la industria y la importancia de la instantaneidad, sí que tenemos desventaja frente a otras propuestas más gráficas, unitarias y/o lineales. Esta es la razón por la que tendemos a apreciar las ferias de libros de arte, durante las cuales tenemos la oportunidad de explicar la genealogía de nuestra investigación y presentar al público la metodología transdisciplinaria y transmediática que desarrollamos a lo largo del año. Naturalmente tenemos un buen distribuidor, con el que tenemos excelentes relaciones interpersonales y que valora nuestros proyectos. Esto asegura que los libros que hacemos estén bien acompañados y puedan apreciarse en el lugar correcto.

En general, mi consejo sería enseñar el libro físicamente a la gente tanto como sea posible. Obviamente, una buena estrategia de marketing y una fuerte presencia digital pueden ayudar a mejorar la distribución (solo o con un distribuidor profesional) del libro. Sin embargo, nada sustituirá una interacción física, durante la cual se pueda transmitir la pasión de un editor.

"Nuestros proyectos reúnen a personas de campos muy diversos (arte, ciencias sociales, música electrónica, diseño, museología) y a veces resulta complicado navegar entre esos públicos segmentados."
– Flee Project

ROBIDA
Topolò, Italia

Robida es una revista cultural multilingüe publicada por el colectivo Robida, un grupo de artistas, investigadores, curadores y activistas con sede en el pequeño pueblo de montaña de Topolò, situado en la frontera entre Italia y Eslovenia. Cada número de la revista explora un tema relacionado con el lugar donde la revista cobra vida. El colectivo publica un número al año, lo que hace que todo el proceso de creación de la revista sea lento, suave y orgánicamente entrelazado con las otras actividades que se llevan a cabo en el colectivo como residencias para artistas, el programa educativo “Academia de los Márgenes”, Radio Robida, programas y trabajos de mantenimiento del pueblo y su paisaje.

También la distribución sigue el mismo enfoque lento, suave, y ligeramente desorganizado!: vendemos nuestra revista online (a través de una pequeña tienda bigcartel) y en librerías de toda Europa. Nos enorgullece enormemente que nuestro pequeño proyecto editorial, nacido en una zona fronteriza de un pueblo de 25 habitantes, reciba el interés y el aprecio de las librerías de las principales capitales de Europa, desde Berlín (librería Zabriskie), hasta Amsterdam (San Serriffe), Bruselas (Rile), Zurich (Cabaret Voltaire), Venecia (Bruno) y muchos más, más grandes y más pequeños.

Distribuir la revista desde un lugar tan remoto es un desafío que requiere distintas soluciones: la revista se envía a Italia a través del servicio postal italiano, mientras que para envíos al extranjero nos dimos cuenta de que era mucho más barato a través del servicio postal esloveno. La oficina de correos más cercana en Italia está a sólo 5 minutos en coche, y es una pequeña oficina de pueblo. La señora que trabaja allí, nos conoce y sabe que hay una época al año (cuando acaba de salir la revista) en la que vamos a ir varias veces por semana, con cajas de cartón cerradas con cinta adhesiva de colores que contienen la revista. Cuando llega el día del envío, la oficina de correos se convierte en un evento para compartir nuestro proyecto editorial con otros clientes de la oficina que esperan en fila. Por otro lado, el envío al extranjero se realiza desde la localidad eslovena más cercana, Nova Gorica, que está a una hora de Topolò, donde trabaja un miembro del colectivo algunos días a la semana. La oficina de correos es grande y está bien organizada y el envío es sencillo e impersonal.

La distribución de la revista Robida está de alguna manera alineada con nuestra vida diaria: cuando uno de nosotros coge el coche y baja al valle para hacer algunas compras, también se lleva un paquete con revistas para enviar. Esto hace que nuestra distribución sea irregular y discontinua, fluctuante e inconstante: una fuerte nevada puede impedirnos salir del pueblo, algunas actividades intensas (un taller, un festival o el momento final de una residencia) organizadas por nosotros en Topolò pueden ralentizar el flujo de movimientos regulares con el coche hacia las poblaciones más cercanas.

Robida es una revista que se debe a su contexto, también por su distribución: lenta, estacional, íntima y afectada por el lugar donde se crea.

GAFFA

Suiza

GAFFA comenzó como un proyecto de cinco amigos donde simplemente queríamos publicar nuestros propios fanzines. También sabíamos que queríamos hacerlo mensualmente, para de alguna manera forzarnos a ello y tener cierta continuidad. No queríamos que el proyecto se extinguiera después de tres números. Al principio, la tirada era de 50 ejemplares cada uno y regalábamos el fanzine entre amigos, siempre teníamos algunos números en el bolsillo para repartir al salir de casa. Funcionó bien porque ya de partida éramos cinco los que podíamos distribuir el fanzine en nuestros respectivos ambientes. Así que la revista rápidamente se difundió y se hizo más conocida. Después de unos 5 números empezamos a darnos cuenta de que la gente estaba dispuesta a pagar dinero por ella y que les gustaba nuestro trabajo. Nos resultó obvio adoptar un sistema de suscripción. Por un lado, la gente paga una gran cantidad de dinero de una vez, que cubre nuestros costos de impresión y producción, y por otro lado, nosotros nos comprometemos a continuar publicando el zine mensualmente.

Las ferias del libro son ideales para poner en circulación los fanzines. Conoces gente nueva, te haces conocido y puedes intercambiar fanzines con otros editores. En algún momento también comenzamos a vender nuestros fanzines a través de Instagram y nuestro sitio web, pero eso lleva mucho tiempo de promoción y somos un poco vagos. Además, siempre intentamos llevar el fanzine a tiendas seleccionadas, pero no lo hacemos de forma activa y siempre es un poco complicado. Normalmente encontramos las tiendas a través de Instagram o buscamos dónde otras editoriales venden sus fanzines. Pero como hacemos revistas y no libros, la oferta no es tan grande. Y siempre es difícil porque escribes muchos correos electrónicos, a menudo no recibes respuesta, el envío de paquetes desde Suiza es extremadamente caro y a veces las tiendas se olvidan de pagar los fanzines que venden en las tiendas o tardan una eternidad o nosotros mismos olvidamos que tenemos fanzines en estas tiendas. Sería útil establecer un sistema para saber qué fanzines están en qué tiendas y si ya han sido pagados, etc., pero lamentablemente no lo hacemos. Aún así lo recomendaríamos, porque de lo contrario se vuelve muy caótico.

"Nos resultó obvio adoptar un sistema de suscripción. Por un lado, la gente paga una gran cantidad de dinero de una vez, que cubre nuestros costos de impresión y producción, y por otro lado, nosotros nos comprometemos a continuar publicando el zine mensualmente."

— Gaffa

SED EDITORIAL

Buenos Aires, Argentina

A lo largo de los años he aprendido que la zona más oscura y compleja de la labor editorial es la que corresponde a la distribución. SED tiene base en Argentina y desde aquí se proyecta al mundo, intentando enviar paquetes o llevando maletas llenas de libros donde nos dejen entrar, y adonde no nos dejen, también. Los problemas para nuestra tipología de libros (libros de fotografía como para dar una definición genérica) es que son libros muy difíciles de distribuir en canales generales. A diferencia de una novela, si uno de nuestros libros sufre una marca en su portada, ese libro ya es un libro invendible. Este efecto hace que cada uno de nuestros libros requiera un cuidado y una manipulación en plaza de venta que no todas las librerías ni libreros entiendan. Eso deja de un plumazo por fuera al 75% de los canales de distribución en librerías o museos. El otro detalle es la comisión de venta. Aquí en Latinoamérica es muy difícil cargar al libro con la famosa regla de oro de multiplicar por 4 el costo de producción, porque eso haría libros inviables, impagables o peores, libros para una sola clase. Producir acá es caro, porque no abunda el papel, porque todo se mueve (la inflación para arriba y la economía para abajo) y en consecuencia el precio de venta a público en el mejor de los escenarios carga con un poco más del doble del costo de producción. En esa lógica de precios es insoportable para el rendimiento de una venta cargarle la comisión del distribuidor y de una librería a su vez. En consecuencia, quedan descartadas muchas de las opciones comerciales generales para mover libros. Entonces, ¿con qué nos quedamos?

Nuestros libros se mueven en ferias o en venta directa. Y solo en ferias específicas. Las ferias de arte gráfico general ya no sirven tanto para nuestro tipo de libros. Allí la gente va a comprar carteles impresos en risografía o prints que en relación son mucho más baratos que nuestros libros. En consecuencia, solamente rinde realmente, en términos económicos, distribuir los libros en ferias de libros específicos. Al menos esa es la experiencia en nuestra editorial.

"Una lección aprendida a lo largo de estos años es que cualquier libro —aún el más improbable, incómodo, extraño, inclasificable, esquivo, opaco y complejo (pero necesario)— tiene al menos un lector que le espera —a sabiendas o no."

— Gato Negro

GATO NEGRO

Ciudad de México, México

Si existe un momento mágico —soberbio, sublime, impagable— que compensa cualquier esfuerzo y/o sacrificio en el oficio, la práctica y ardua labor de la edición independiente, periférica y marginal, es atestiguar el momento (que es un instante preciso) cuando un libro encuentra a su lector. O siendo más precisos: posibilitar que un libro improbable, incómodo, extraño, inclasificable, esquivo, opaco y/o complejo (pero necesario) —que es la clase de libros que la edición independiente, periférica y marginal hace posible— cumpla con su razón de ser, cierre el círculo y encuentre a ese improbable, incómodo, extraño, inclasificable, esquivo y/o complejo (pero necesario) lector que —a sabiendas no— le estaba esperando.

Una lección aprendida a lo largo de estos años es que cualquier libro —aún el más improbable, incómodo, extraño, inclasificable, esquivo, opaco y complejo (pero necesario)— tiene al menos un lector que le espera —a sabiendas o no. Lo que queda, dentro de lo posible —con los recursos y herramientas a la mano, aunque con virulencia, necedad y tozudez—, es trabajar desde el optimismo temerario para propiciar las circunstancias de que ese encuentro ocurra. De eso se trata la circulación. De encontrar la manera viable y sostenible a lo largo del tiempo para posibilitar esa convivencia entre raros (pero necesarios).

Es un desafío que toma tiempo, y el tiempo es un recurso escaso y finito, que implica necesariamente dinero y esfuerzo para disponer de él. Pero que también implica la construcción de estrategias para la imaginación, la sociabilidad, la empatía y la comunidad. Y ese proceso en sí mismo también es hacer circulación. Pero hacer circulación desde la edición independiente, periférica y marginal, también es aprender a renunciar. En principio al mercado y muy probablemente a la rentabilidad y viabilidad a largo plazo. Una paradoja atroz y probablemente insalvable.



Fotografía: Nahuel Colazo

1

Cuatro preguntas



2

Fotografía: Lila Efremidou

Cuatro Preguntas	1 Primera feria, primera pregunta	Feria Migra
Cuatro Ferias	2 Segunda feria, segunda pregunta	Athens Art Book Fair
	3 Tercera feria, tercera pregunta	African Art Book Fair
	4 Cuarta feria, cuarta pregunta	One Thousand Books

Feria Migra

1

Como eventos sociales, las ferias de libros de arte son herramientas poderosas para construir y reforzar comunidades y redes creativas. Pero, ¿qué sucede una vez que la feria ha terminado? ¿Qué esfuerzos pueden emprender las ferias de libros para seguir fortaleciendo esta red a lo largo del año, y por qué es importante que lo hagan?

MIGRA empezó primero siendo una feria independiente de publicaciones y arte impreso en Buenos Aires. La feria surge una vez que me incursiono al mundo editorial, cuando empecé a imprimir por primera vez Balam, una revista de fotografía contemporánea allá por el 2018. Una vez impresa la revista, me preguntaba ¿En dónde están esos proyectos que imprimen bajo las mismas sensibilidades que Balam? Teniendo en cuenta que Balam no es un libro de literatura ni tampoco encaja en una feria de libros tradicional. Es ahí donde de alguna forma surge MIGRA, a partir de la falta de representación de este tipo de proyectos. MIGRA es una respuesta a cómo estaba articulado el sector editorial independiente de ese entonces. Así fue como armamos un equipo para llevar a cabo este viaje de ida. En ese momento, en el 2018, empezamos siendo aproximadamente unos 30 feriantes. Empezó en un centro cultural pequeño, con los pocos recursos que teníamos en ese entonces. Era todo nuevo para nosotros, nadie nos enseñó a cómo hacer una feria y tampoco cuáles serían sus

responsabilidades, tanto afectivas, como de trabajo. Hoy por hoy, MIGRA reúne la participación de aproximadamente 200 proyectos y con visitas de 20.000 personas por fecha. El proyecto cambió y creció mucho, fueron muchos años de hacer este trabajo a voluntad propia. Vamos, que siempre existieron este tipo de ferias. MIGRA no es una novedad. Pero creo que lo que hizo MIGRA y el impacto que hoy en día tiene en nuestra comunidad, es la capacidad de agrupar, formalizar y cambiar la forma periodica en la cual se hace una feria de libros. Es decir, estamos moviendo un micromercado editorial independiente, con el fin de que nuestra labor pueda ser una forma de vida. Por lo general, este tipo de ferias se hacen 1 vez al año. MIGRA hace 3 ferias por año. Para nuestro contexto en Argentina, esperar 1 vez al año a que suceda este tipo de eventos es muy poco, para el gran trabajo que lleva poder distribuir, circular, articular y sostener. MIGRA, hoy en día, es una asociación civil sin fines de lucro y despliega sus alas en Feria Migra y Escuela Migra.

Algo muy interesante del proyecto es que MIGRA lo concebimos como un organismo, que estamos constantemente alimentando, generando contenido a lo largo de todo el año. Es decir, una vez que termina la feria, no termina el proyecto. Al ser un colectivo, proveemos contenido tanto en nuestro espacio de aprendizaje no formal, Escuela MIGRA, como en las redes de la feria en sí. Organizar 3 fechas al año también nos mantiene activxs. Es importante entender con quiénes y con qué tipo de contenidos estamos trabajando. Son libros y artistas independientes que tienen que convivir en un mercado con editoriales grandes. Darle esta periodicidad a la feria nos permite mantenernos en movimiento casi constante. Por otro lado, pero también relacionado con mantenernos activxs, creo que nuestro nicho es bastante chico y es muy importante estar en constante diálogo con otras ferias de diversas latitudes, para así poder generar un intercambio cultural entre proyectos. Nuestro rol es alimentar la esencia hacia donde queremos ir para el sostenimiento del trabajo colectivo.

Cuatro Preguntas	1	Primera feria, primera pregunta	Feria Migra
Cuatro Ferias	2	Segunda feria, segunda pregunta	Athens Art Book Fair
	3	Tercera feria, tercera pregunta	African Art Book Fair
		Cuarta feria, cuarta pregunta	One Thousand Books

Athens Art Book Fair

¿Cuáles son algunas de las medidas que las ferias de libros de arte pueden adoptar para ser económicamente sostenibles mientras mantienen y aseguran su independencia? ¿Qué significa para una feria de libros de arte como Atenas Art Book Fair ser “independiente” y “autogestionada”?

Athens Art Book Fair nació a finales de 2018 por una necesidad artística, una necesidad de comunidad y también una necesidad de empoderamiento creativo. Como artistas puede ser agotador y descorazonador esperar a que alguien cree el contexto en el que presentar tu trabajo y como esto no existía en Grecia, lo hicimos realidad nosotros mismos. Para nosotros, AABF es un espacio en el que compartir nuestro trabajo, hacer nuevos amigos y hacernos visibles juntos. El panorama ha cambiado visiblemente desde nuestra primera edición en 2019. Es maravilloso ver cada vez más proyectos que giran en torno a la publicación de artistas apareciendo a nuestro alrededor, ya sean obras artísticas, librerías e incluso cursos sobre libros de artista! Estamos muy orgullosos de todo lo que hemos logrado y muy agradecidos a nuestra

ciudad que acogió nuestra feria de la manera más cálida posible. Como no tenemos apoyo financiero, el interés del público por nuestro trabajo es lo que hace que la feria siga adelante. Realmente no soy la persona adecuada para responder a esta pregunta, ¡la sostenibilidad económica es nuestra principal lucha! Cada contexto tiene sus propias complejidades políticas, para nosotras ser independientes como organización cultural creada por artistas feministas mayoritariamente queer en Grecia significaba que buscábamos apoyo financiero a través de subvenciones públicas o pequeñas instituciones privadas que nos permitieran mantener el control creativo del proyecto, pero que a la vez nos apoyaran lo suficiente como para poder pagar el evento, pagarnos un pequeño salario a nosotras mismas

y mantener baja (o idealmente inexistente) la cuota de participación para los expositores. Sin embargo, las subvenciones son escasas en Grecia, y la forma en que se asignan los fondos públicos es tan oscura como pueda imaginarse. Esto significa que, aunque parezca que contamos con un gran apoyo, la Feria del Libro de Arte de Atenas funciona básicamente como un proyecto de bricolaje. Se basa únicamente en el trabajo gratuito de su equipo, en nuestra creatividad para resolver problemas y en las contribuciones de nuestros amigos y colaboradores. ¿Es sostenible? No, pero el lado positivo de nuestra independencia es que somos libres de dejar nuestra impronta en el panorama cultural de nuestra ciudad en nuestros propios términos y no renunciaríamos a ello por nada del mundo.

Cuatro Preguntas	1	Primera feria, primera pregunta	Feria Migra
Cuatro Ferias	2	Segunda feria, segunda pregunta	Athens Art Book Fair
	3	Tercera feria, tercera pregunta	African Art Book Fair
		Cuarta feria, cuarta pregunta	One Thousand Books

African Art Book Fair

¿Qué significa “descolonizar las ferias de libros de arte”, y cuáles son algunas de las cosas que las ferias de libros de arte pueden hacer para apoyar este esfuerzo?

African Art Book Fair (AABF) es una feria de publicaciones de arte con un foro de debate centrado en temas relacionados con las publicaciones de arte, la fotografía, el diseño, la música experimental, la cultura abierta y el activismo. Al destacar las mejores prácticas de estos ámbitos, pretendemos ofrecer a los miembros de estas comunidades un contexto en el que puedan mantener su integridad, su voz crítica y su papel social frente a factores externos (el mercado, el urbanismo o los medios de comunicación,...). Al reconocer y apoyar prácticas editoriales únicas y cualitativas, African Art Book Fair quiere abrirse a un público más amplio y ponerlo en contacto con los editores, tanto offline como online. La intersección entre los diferentes campos de producción estética es una parte integral del proceso. Queremos poner en valor las prácticas editoriales y la fisicidad del libro, como medio y en su transcripción hacia otras formas de soporte. Dado que los campos de la edición y la publicación en el arte están infrarepresentados, Afrikadaa y sus socios proponen unir todas las publicaciones artísticas africanas y de la diáspora para permitir diversos tipos de intercambio de experiencias entre las producciones editoriales. Queremos contribuir al desarrollo de un polo editorial del arte

trabajando en la creación de una Feria del Libro de Arte Africano (AABF), en el continente africano. La idea de crear una AABF que incluyera a todas las organizaciones africanas de arte contemporáneo surgió de los debates del simposio “Memoria del futuro”, organizado por Afrikadaa durante la última Bienal de Dakar en 2014. Afrikadaa subrayó la importancia de defender la producción crítica y ser testigo de la evolución de un periodo artístico, especialmente en un contexto en el que vemos que la deserción de la escritura dejará un enorme agujero en la construcción de su historia. Además, Afrikadaa destacó la importancia de transmitir esta información a las generaciones futuras. El desalojo voluntario o involuntario de libros de bienales, ferias de arte y otros eventos artísticos en África y la ausencia de revistas del Sur en las grandes ferias internacionales, supone una ausencia de contenidos críticos, de debates estéticos sobre su época y de confrontaciones (sociológicas e ideológicas) de su trabajo. Esto empobrece verdaderamente el mundo artístico en su conjunto. Debido al ahogo del sector editorial en África, debemos fomentar el sector y elevarlo mediante iniciativas firmes. Debemos fomentar los contenidos dignos de elogio crítico, las obras estándar y los

libros de artista, y unirnos para celebrarlos durante una feria dedicada a su existencia. ¿Podemos descolonizar una feria del libro de arte? No creo que podamos. Las prácticas editoriales de los países del Sur descentralizan el conocimiento y deconstruyen los privilegios. Una feria del libro de arte es un sistema capitalista, es un mercado, y por tanto nadie quiere cambiar las reglas. ¿Qué libros pueden circular fácilmente por el mundo? Sobre todo si tenemos en cuenta que los profesionales de la edición de los países del sur y sus publicaciones tienen más dificultades para circular debido a los problemas de visado. Descolonizar las ferias del libro de arte significa traer más voces y nuevas narrativas del sur. Las ferias del libro europeas deben ser menos eurocéntricas y más inclusivas; debería haber más solidaridad entre el Sur y el Norte. Deberían empezar a invitar a editoriales del Sur a participar en las ferias, darles una mesa gratis o distribuir sus publicaciones. Deberían darles más visibilidad y más espacio para hablar y escuchar sus voces silenciadas durante tanto tiempo, espacio para sus nuevas publicaciones y sus nuevas historias que están esperando a ser leídas. ¡¡¡Es hora de escuchar a los portavoces del sur!!!

Cuatro Preguntas
Cuatro Ferias

- | | | |
|---|---------------------------------|-----------------------|
| 1 | Primera feria, primera pregunta | Feria Migra |
| 2 | Segunda feria, segunda pregunta | Athens Art Book Fair |
| 3 | Tercera feria, tercera pregunta | African Art Book Fair |
| 4 | Cuarta feria, cuarta pregunta | One Thousand Books |

One Thousand Books

4

¿De qué maneras pueden las ferias de libros contribuir a renovar los modelos tradicionales de distribución en el contexto de la edición independiente, y en un mundo post-covid?

One Thousand Books es una serie de eventos que buscan presentar y promover la edición y la creación de libros como práctica artística. En One Thousand Books creemos que la edición es una disciplina artística contemporánea polifacética que merece tanto espacio y atención como otros géneros artísticos más tradicionales y ampliamente difundidos, como la pintura, la escultura, la performance, etc.

Los artistas conceptuales de la década de 1960 adoptaron un enfoque de "hágalo usted mismo" para publicar y hacer libros, y disfrutaron de la autonomía y el control, que les proporcionaba el hecho de obviar a las galerías de arte y los museos como lugares de exhibición, de su producción. Al autopublicarse, se llegaba directamente al consumidor a un precio mucho más barato. Sesenta años después, esto sigue siendo cierto. El susto postdigital de principios de la década de 2010, de que "la impresión ha muerto", ha quedado totalmente en entredicho, y los artistas de hoy, más que nunca, utilizan, desafían y piratean herramientas tanto analógicas como digitales para hacer obras y autopublicarse. En la última década, las microeditoriales y las ferias de libro han proliferado a un ritmo asombroso, y muchas escuelas de arte cuentan ahora con laboratorios y talleres dedicados a la edición. El impulso del que goza actualmente la edición como práctica artística demuestra cómo este género artístico contracultural encaja tan bien con las precarias circunstancias a las que se enfrenta el artista (no canonizado) en el panorama neocapitalista. Es necesario mantener bajos los costes de producción, fundarse en la comunidad y el bricolaje, ser subversivo y llegar a un público global. En One Thousand Books, estamos de acuerdo con la artista estadounidense Pat Steir cuando dice,

"Me gustan los libros de artista porque son

1. portátiles
2. duraderos

3. económicos
4. íntimos
5. no pretenciosos
6. reproducibles
7. históricos
8. universales¹

Nos gusta pensar que el libro surge del deseo de compartir un conjunto de ideas, conceptos y prácticas que se materializan de forma física o etérea a través de la publicación. La producción de un libro (y por tanto de ediciones independientes) es una práctica que persiste gracias a redes entrelazadas de distribución, comunidades y estructuras tanto sociales como económicas. Publicar—y distribuir—tiene que ver con hacer pública la información y no puede limitarse únicamente a la producción y difusión de libros. Para entender la complejidad de la edición y la distribución, tenemos que ir más allá de la frontera del libro *per se* y debatir la importancia de la edición y la distribución como práctica, estructura e idea.

One Thousand Books pretende mostrar la edición de arte como una práctica creativa accesible a la vez que compleja y servir como plataforma en la que los actores del ámbito de la creación de libros puedan conectar y compartir ideas y perspectivas sobre temas de actualidad en el marco de la edición, impresión, difusión y exposición de libros.

Hasta la fecha, ha habido cuatro ediciones de One Thousand Books, cada una investigando aspectos diferentes y más específicos de la escena independiente y de la autoedición: en 2013 y 2014, en forma de feria del libro, One Thousand Books tuvo lugar en el interior de un supermercado REMA1000 en funcionamiento, una franquicia de supermercados de descuento, en la que se inspiró nuestro apodo. Las ferias pretendían señalar la relación entre el arte y el consumismo, al tiempo que presentaban los sellos y artistas expositores a un público nuevo e inesperado.

En 2016, One Thousand Books se trasladó a tres de los principales espacios

públicos de arte de Copenhague e incluyó una exposición, un seminario y una serie de eventos para establecer contactos, todo ello para tratar de responder a la pregunta de investigación: ¿cómo se exponen los libros? Trece editores invitaron a un artista, con el que habían hecho un libro, a colaborar en la exposición de la obra del libro en una nueva edición espacial.

En 2018, One Thousand Books adoptó la forma de una encuesta-publicación y una performance de inauguración. *Danske kunstnerbøger efter finanskrisen, sorteret efter titel-længde* es una lista en formato tabloide en danés, de todas las publicaciones de artistas producidas en Dinamarca, o por artistas daneses, de 2011 a 2018. Además de información como el artista, editor, fecha, etc., se enumeran datos como tipo de papel, método de impresión, encuadernación y financiación del proyecto. La ambición es que el proyecto sirva de inspiración, recurso y herramienta tanto para los amantes de los libros como para los artistas e investigadores.

Después de Covid, en 2021, retomamos el tema de la Distribución al tratar de examinar las circunstancias y los retos de las prácticas editoriales independientes en un mundo pospandémico pero aún globalizado. Para considerar la complejidad y el potencial de la edición en el arte, tuvimos que cuestionar los límites del objeto impreso y debatir sobre la edición y la distribución como método para difundir y hacer públicos conceptos, pensamientos e ideas que se verían afectados por la restricción a la producción física y la circulación de libros. Se invitó a los artistas participantes a responder a lo anterior en relación con su práctica creativa desde el punto de vista conceptual, así como con su trabajo como artistas en activo.

1. Pat Steir, como parte de "IDEA POLL Statements on artists' books by fifty artists and art professionals connected with the medium", publicado en Art-Rite #14, ed. Walter Robinson, Edit deAK. Walter Robinson, Edit deAK (Nueva York: Art-Rite, 1976), 6-15. © Walter Robinson



3

Cuatro ferias

4



Futuras redes

Texto publicado originalmente en "The Future of Books", Valiz, 2023

Como organizadores de una feria de libros, pensar en el futuro de la edición supone pensar en nuevas ediciones de la feria. ¿Cuándo tendrá lugar? ¿Cuál sería el mejor espacio? ¿Cómo vamos a conseguir los fondos para hacerla posible? Esas son algunas de las preguntas que nos han perseguido durante los cuatro primeros años del proyecto.

Nuestro futuro a corto y medio plazo estará siempre ligado al objetivo de fortalecer la comunidad local y ayudar a establecer nuevas redes internacionales. Siendo conscientes de nuestra posición geopolítica en la frontera del Mediterráneo, también aspiramos a crear y establecer conexiones más fuertes con otros territorios colindantes al Mediterráneo.

Pensamos mucho en la situación precaria en la que se encuentran la mayoría de los editores. Ser editor debería ser una forma honesta de ganarse la vida. En una encuesta realizada tras la última edición de Recreo, preguntamos a los editores por su experiencia con varios aspectos de la feria -espacio, horario y rangos de ingresos-. En cuanto al rango de ingresos, pudimos saber que algunos de los expositores terminaron la feria sin haber cubierto los gastos de desplazamiento y pago de la cuota de mesa.

Asistir a una feria de libros te da visibilidad y ayuda a crear conexiones importantes, pero también es una experiencia agotadora -tanto física como mentalmente-. Tenemos que reflexionar críticamente sobre estos hechos y contribuir a mejorar no solo las ferias de libros, sino la forma en que esta comunidad puede conducir a una vida laboral digna. ¿Existe algún modelo que podamos idear para asegurarnos de que cada editor sale de la feria cubriendo sus gastos? ¿Podríamos asegurarnos de que los editores independientes reciben un salario decente por las horas que trabajan como expositores en la feria?

En *A Publishers Perspective on the Art Book Fair: A Critical Response* (Gender Fail, 2022), Be Oakley habla de estos hechos y comparte algunas ideas interesantes y ejemplos de ferias del libro como la *Brooklyn Art Book Fair*, que ya están implementando cambios y probando iniciativas en esta dirección.

Por otro lado, también imaginamos el futuro mejorando nuestra práctica diaria y siendo más conscientes de nuestro impacto medioambiental. Como editores independientes, nos preocupa la distribución y circulación de

nuestros proyectos. Las ferias de libros de arte han sido nuestra principal fuente de ingresos desde que empezamos a autoeditarnos. Pero viajar internacionalmente tiene un enorme impacto climático. Recientemente escuchamos sobre el TenT, un gigantesco plan de la Unión Europea para establecer una red de trenes que interconecte todos los estados y haga más eficiente y sostenible el comercio entre naciones. Este proyecto lleva 20 años gestándose, pero parece que pronto será una realidad, ya que el nuevo plazo se ha fijado para 2030. Con este plazo en mente, no hemos podido evitar especular sobre el impacto que un plan así podría tener en la edición independiente.

En la actualidad, las pequeñas editoriales tienen muchos problemas de movilidad. Los envíos internacionales son cada vez más caros y hacen un uso intensivo del avión, lo que aumenta la huella de carbono para llevar los libros de A a B. Asistir a ferias suele ser una lucha para muchas editoriales, ya que los precios de los trenes con la estructura actual varían mucho de un destino a otro y, dependiendo de tu ubicación, el avión puede ser la única opción.

Pero, ¿y si aprovecháramos esta nueva red para compartir nuestros libros? Los corredores internacionales propuestos nos dan muchas pistas sobre qué países están actualmente más aislados geográficamente y a través de qué rutas será más eficiente conectarse a la "red mayor".

Si el proyecto sale según lo previsto, esto podría significar un mercado europeo mucho más interconectado para los editores, y sería más fácil conseguir que sus publicaciones se leyeran a través de los ojos de diferentes culturas y comunidades.

En nuestra experiencia, hemos comprobado que existe una división entre las ferias del libro de arte del sur y del norte de Europa. Publican contenidos distintos y trabajan con metodologías diferentes. Creemos que es fundamental compartir prácticas entre unos y otros para así construir un conocimiento común. Nunca se sabe a qué público pueden llegar tus libros.

Nunca sabremos lo que nos depara el futuro, pero estamos decididos a superar nuevos retos con un objetivo en mente: establecer una red internacional de editores independientes más eficiente y con espíritu crítico, en la que podamos aprender juntos lo que significa ser un editor contemporáneo independiente en la actualidad.

LA VIDA

A través de La Vida Social del Llibre, busquem respondre a una sèrie de preguntes que ens permeten desxifrar l'estructura de la distribució del llibre en el context de l'edició independent. A través del testimoni d'editorials, llibrerías, fires, col·leccionistes, biblioteques, projectes i perfils híbrids es genera un recorregut pels diferents espais que habiten els llibres una vegada han sigut publicats, així com les diferents dinàmiques a les que estan subjectes.

SOCIAL

Índex de continguts:

01. La vida social del llibre	24 pág
02. Economía de la impressió, evitar la sobreproducció, i comprendre al teu públic	24 pág
03. D'editorial a llibrería.....	25 pág
04. Pop pop pop-up.....	26 pág
05. Notes sobre distribució independent.....	28 pág
06. Cuatre preguntes quatre fires.....	20 pág
07. Xarxes futures.....	30 pág
08. Comics meeting artist's books	30 pág
09. Las injurias.....	31 pág
10. 20 Anys col·leccionant fotollibres	31 pág
11. Prestar sons i ossos	31 pág
12. Unloved books	32 pág
13. La segona vida del llibre	33 pág

DEL

Amb la participació de:

Bret Bloom y Marc Fisher (Half Letter Press), Eugenia Font (Unloved Books), Francesc Ruiz, Freddie Gaffa (Gaffa), Gabriela Zendoya, Ilan Manouach, Johan Rosenmunthe (One Thousand Books), Jaime Sebastián y Rubén Montesinos (Handshake/Recreo), León Muñoz Santini (Gato Negro), Luis Cerveró (Terranova), Luis Juárez (Feria Migra), Luuk van den Berg (Wolf Books), Margarita Athanasiou (Athens Art Book Fair), Martín Bollati (SED Editorial), Mateo Barbuzzi (Club del Prado), Olivier Duport (Flee), Pascale Obolo (African Art Book Fair), Reynaldo Vásquez Rodríguez, Sara Arroyo (Tambourine), Tommaso Parrillo (Witty Books), Valeria Mata y Vida Rucli (Robida Collective).

LLIBRE

Pàgina 1

La vida social del llibre

La vida social del llibre és llarga i heterogènia. Una vegada imprés, és dirigit a través d'una sèrie d'espais i contextos destinats a activar-ho i trobar la seua raó de ser. El llibre és, per tant, un objecte social pel que fa a la seua qualitat comunicativa, és a dir, que necessita de la interacció per a complir amb els objectius per als quals va ser creat. Els emplaçaments que allotgen al llibre, i en concret al llibre d'art independent, varien en naturalesa i intenció, i permeten a les seues lectores trobar diferents formes per a relacionar-se amb això. Són emplaçaments específics, triats per les seues capacitats per a potenciar i enriquir el missatge i l'objecte, principalment pel tipus de públic que poden convocar. I això és clau, perquè les editorials independents no busquen massificar el seu abast, sinó maximitzar les possibilitats d'arribar als lectors i les lectores que els interessen. Com arribar a estos lectors, és el que m'ha ocupat en els últims anys, des que vaig entrar en contacte per primera vegada amb l'escena de l'edició independent. A través de la fundació del meu projecte TAMBOURINE, una plataforma dedicada a visibilitzar aquesta escena, i que vaig fundar a Madrid en 2017, he buscat resposta a preguntes com: Com funciona l'estructura de la distribució editorial independent? Són útils per al llibre independent les fórmules de distribució del llibre tradicional? De quines formes estan les pròpies editorials alterant aquestes fórmules? Quines són les necessitats específiques del llibre d'art independent? I quines són les necessitats de la seua audiència? Hem de dedicar els nostres esforços com a comunitat a ampliar aquesta audiència, en lloc d'enfocar-nos només a alimentar el nínxol?

Amb aquesta publicació, produïda en col·laboració amb Recreo Art Book Fair, he volgut exposar un primer capítol de les conclusions a les quals he arribat a través de la meua experiència amb TAMBOURINE, així com altres iniciatives, escoltant les impressions i consells d'una sèrie d'editorials, llibreries, fires, col·leccionistes, biblioteques, així com altres projectes i perfils híbrids amb els quals he tingut ocasió de crear-me en aquests últims anys. Tot això, amb un objectiu doble: d'una banda, per a guiar els que estan arrancant en el procés editorial i tenen poca o cap experiència amb la distribució; i d'altra banda, per a continuar alimentant la conversa entre els diferents actors que formem part de l'escena independent; perquè quanta més informació compartim entre nosaltres com a comunitat, més reforçats es veuran els nostres esforços individuals.

— Sara Arroyo, editora

Economia de la impressió, evitar la sobreproducció, i comprendre al teu públic

Temporary Services (Bret Bloom i Marc Fischer). Extracte de Book Waste Book editat per Half Letter Press, 2022

Quan imprimim fullets pel nostre compte, sovint basem les nostres tirades en el nombre de fulls de paper que venen en una raima. El paper per a l'interior sol vindre en raimes de 500 fulles, mentre que el paper més pesat per a cobertes ve en raimes de 250 fulles. Apuntar a 500 còpies per a una tirada, significa que normalment no ens sobrarà molt paper al final de la producció. Aquest sobrant es pot utilitzar per a imprimir fulls de mà o altres peces on el tipus de paper puga variar sense que afecte el resultat final.

Una de les qüestions més difícils de negociar com a editor és decidir quantes còpies de la teua publicació imprimiràs. Nosaltres sabem que no deixarem de fer i vendre llibres a curt termini, per la qual cosa si es tarda cinc anys o més en vendre una tirada, no passa res, sempre que tinguem espai per a emmagatzemar els llibres. Per a les persones faltes d'espai d'emmagatzematge i no planegen continuar publicant a llarg termini, els càlculs de producció han de sospesar-se amb les intencions de distribució i el cost del lloguer de l'emmagatzematge si aquest fora necessari. Els costos d'emmagatzematge varien molt segons la ciutat o el país en el que visques. També has de pensar en el contingut que s'està imprimint i si aquest continuarà sent rellevant d'ací a uns anys. Per exemple, t'agradaria llegir un llibre sobre les eleccions presidencials estatunidenques de 2020 en 2022? A vegades la gent ens proposa bones idees que són massa urgents per al temps que ens porta distribuir completament una publicació a través dels canals que utilitzem.

Quan s'utilitza la impressió offset, les primeres 500 còpies d'un llibre costen molt més que les segones 500, o les següents 500. Si pots permetre't una tirada major, el descompte fa que siga molt temptador demanar més còpies, però això no et lleva el problema d'haver de distribuir els llibres que has imprés. El fet que pugues permetre't el luxe d'imprimir més i tindre l'espai d'emmagatzematge necessari, no significa que siga sempre bona idea imprimir de més simplement perquè siga més barat. Has de ser honest amb tu mateix sobre la grandària real de la teua audiència. Què passa si tardes cinc anys a vendre tots els llibres que vas imprimir? I si t'ocupara encara més temps? Planeges continuar publicant llibres en els pròxims anys? Creus que el contingut del llibre que acabes d'imprimir continuarà sent rellevant anys després? Algunes de les nostres tirades més grans no s'haurien justificat si no haguérem continuat publicant, complint comandes i assistint a fires de llibres molts anys després.

La impressió digital ha millorat en els últims anys, fins al punt en què resulta molt difícil distingir entre un llibre imprés en offset i un títol imprés digitalment. Les impremtes digitals solen tindre polítiques de comandes més flexibles que les impressores offset. Un impressor que ens agrada, ens deixa demanar llibres o impressions en increments de 25 còpies, la qual cosa ens permet adaptar-nos millor a les nostres necessitats que quan depeníem d'una impremta gran i barata que ens feia triar entre 250, 500, 1.000 o 2.500 exemplars offset.

Ens esforcem per fer coses que siguem econòmiques de produir, econòmiques de comprar i beneficioses tant per a nosaltres com per a les botigues i distribuïdors que comercialitzen el nostre treball. Quan es té en compte que moltes botigues cobren entre el 40% i el 50% del preu de venda del llibre i el que costa im-

primir cada còpia, es dedueix que: Perquè els nostres llibres cobrisquen el cost de producció i guanyen una mica de diners, idealment, la seua producció hauria de costar entre 1/5 i 1/6 del seu preu al detall, especialment si pagar-li a un autor, editor o dissenyador és part del cost del projecte. Llevat que es reba una subvenció o un altre tipus de suport, és possible que un llibre, l'elaboració del qual ha costat 1/3 del seu preu al detall, no arribe a cobrir ni els costos de producció quan es venga en botigues.

A continuació es mostra un desglossament típic de producció/vendes: un llibre que es ven per \$6,00 costa \$1,00 d'imprimir. Si el llibre es ven a una botiga que es queda amb el 50%, això significa que la botiga guanya \$3,00 cada vegada que venen una còpia i nosaltres guanyem \$3,00. Després del cost d'impressió (recorda: \$1,00 per llibre), obtindrem un guany de \$2,00. Però, com va arribar el llibre a la botiga? Si ho enviem, probablement paguem l'enviament. Tal vegada això equivaldria a 0,25 dòlars per llibre si enviàvem moltes còpies. Ara el nostre guany és de \$1,75. Pel que, si venem 200 còpies d'eixe llibre en diverses botigues, guanyariem \$350,00. Si venem el llibre nosaltres mateixos, òbviament obtenim majors guanys, però també incorrem en altres despeses. Paguem el viatge a una fira de llibres per a vendre eixa publicació? ¿Ho vam vendre a través de la nostra botiga online, que té tarifes mensuals per a usar el software web que impulsa la pàgina? Com va pagar el client? Va usar PayPal? PayPal també s'emporta una xicoteta part, o una part major si viu en un altre país.

Vam haver de comprar sobres d'enviament per a enviar eixa publicació? Vam haver de comprar cinta d'embalatge? Vam haver d'imprimir un albarà per al client i una etiqueta d'enviament? (aquesta a vegades s'imprimeix en paper blanc normal i es pega amb cinta adhesiva o cola al paquet). I no t'oblides del temps que porta empaquetar les comandes, portar-los a l'oficina de correus, empaquetar-los per a les botigues, enviar correus electrònics a les botigues sobre reproveïments i totes eixes coses divertides. Si podem finançar la impressió del llibre mitjançant una subvenció, un pressupost d'exposició o algun altre mitjà alternatiu, el títol serà més rendible, la qual cosa pot compensar el cost de realitzar altres publicacions menys profitoses.

Segons la nostra experiència, la majoria de les botigues no volen acceptar més de 10 còpies d'un títol alhora. En molts casos, les botigues només volen entre 3 i 5 còpies de cada llibre alhora. Prefereixen rebre menys còpies i reproveir-les més sovint, que emmagatzemar més còpies de les que puguen exhibir. En publicar una gran varietat de tirades més xicotetes, descobrim que quan una botiga vol reproveir-se, tendeix a demanar molts títols diferents alhora, la qual cosa incrementa la nostra visibilitat a la botiga, brinda als lectors més títols per a triar i, en general, és millor per a tots. Ens és més eficaç econòmicament que intentar produir menys llibres més cars. Descobrim també, que és més probable que el nostre públic gaste \$30,00 en 5 fullets diferents que \$30,00 en una sola publicació més cara. Una botiga pot arribar a vendre molts llibres amb el temps. Per exemple, hi ha publicacions de les quals Printed Matter i Quimby's han venut 80 còpies o fins i tot més. Això es deu al fet que van reposar eixes publicacions moltes vegades. És important desenvolupar bones relacions

amb les persones que venen els teus llibres. Heu de cuidar-vos els uns als altres i ajudar-vos mútuament a avançar, perquè aquestes històries d'èxit de distribució només ocorren a llarg termini.

Sempre hem preferit treballar amb menys botigues més estretament, amb treballadors que ens agraden, a intentar tindre el nostre treball en desenes de botigues que no estiguen especialment entusiasmades amb el que fem i/o no venem moltes còpies de les nostres publicacions. El temps dedicat a buscar xicotets ingressos pertot arreu s'empraria millor a fer noves publicacions. Encara hem de trobar un distribuïdor de llibres que resolga la majoria de les nostres necessitats. Per a nosaltres ha sigut més saludable treballar amb diversos fluxos de distribució diferents, però també és un mètode que requereix molt més temps.

Pàgines 4 — 7

D'editorial a llibreria

Entrevista amb Luis Cerveró, de Terranova Editorial (primer) i llibreria (després) establida en Barcelona. Una conversació amb Sara Arroyo

Sara Arroyo: Com era l'escena de l'edició independent a Espanya en el moment en el qual fundàreu Terranova en 2012, tant en termes de producció com d'audiència?

Luis Cervero: He de dir que mai vaig pensar que arribaria a convertir-me en editor, així que no estava realment al corrent de l'escena de l'edició independent abans de convertir-me involuntàriament en part d'ella. Ara, veient-ho deu anys després i amb molt més coneixement, diria que les coses no han canviat tant i l'escena de l'edició independent a Espanya és tan inexistent hui com ho era en aquells dies. Diria que l'única diferència pot ser que ara la gent està més disposada a autopublicar-se. S'ha tornat més fàcil i probablement més econòmic, encara que la qualitat no és excel·lent, per la qual cosa moltes persones estan fent els seus projectes sense recórrer a una editorial. La qual cosa, en realitat, crec que és una cosa positiva. Però quant als editors de llibres d'art independents a Espanya, érem un xicotet grup en aquell moment i continuem sent un xicotet grup ara. Algunes persones continuem sent les mateixes, unes altres han desaparegut i altres són noves.

Tot això, per descomptat, es refereix a la producció. Pel que fa al públic, sempre m'he sentit totalment perdut i mai he aconseguit entendre qui són exactament els que estan a l'altre costat. Però tinc la sensació, una vegada més, que no ha canviat massa, encara que en aquest cas el públic és un altre. Eren joves en aquells dies, i continuen sent joves ara, i per tant és gent diferent. Tinc la impressió, encara que podria estar completament equivocot, que llevant alguns col·leccionistes o apassionats de llarga duració, només els joves, en la seua majoria estudiants, artistes i creatius, tenen un interés realment sincer per l'edició independent.

SA: Coneixent el teu perfil com a realitzador de videoclips i videoart, i sabent que a més eres un apassionat de l'arquitectura, m'agradaria preguntar-te per l'impuls que et va portar a fundar Terranova. Quina és la teua relació amb el llibre?

LC: Anem a veure, són dues coses diferents. Jo vaig fundar Terranova com a productora, com a vehicle per a produir els meus propis projectes, independentment dels meus dos socis quan encara formava part d'una productora anomenada Canada. D'ací el vincle entre Terranova (que és una zona remota i quasi verge del Canadà) i el nom de la meua anterior productora. Era com un projecte dins d'un altre. En aquell moment li vaig proposar a Rafa Castells produir-li un curtmetratge, perquè acabava de fer-ne un per al grup musical Corte Moderno, codirigit amb Miguel Rojas, que m'havia encantat. Estic parlant del 2012 o així. Però Rafa em va dir que no li interessava fer un altre curt i que el que volia era fer un llibre i que no hi havia cap editorial que li agradara a Barcelona. Aleshores decidírem fer el llibre Schlecker, i quan la gent es va assabentar d'això, em van començar a enviar altres projectes de publicacions. És a dir, que l'impuls em va vindre de manera totalment inesperada i diria que fins i tot involuntària. El que vaig fundar com a productora es va transformar per si sola en editorial.

La meua relació amb el llibre ve de molt abans. Sempre m'han agradat els llibres i vaig començar a dedicar-me a l'audiovisual abans que tot passara per internet. Així que totes les referències, tota la cultura visual, venia dels llibres, i n'he anat acumulant moltíssims llibres des de la meua època d'estudiant fins a l'actualitat. És a dir, més de trenta anys acumulant llibres. És cert que en començar a dedicar-me a l'edició i més tard a la venda de llibres, els meus gustos han anat canviant i també perquè els interessos evolucionen amb la vida. L'arquitectura m'ha agradat sempre, però amb els anys, encara més, i ara segurament compre més llibres d'arquitectura i disseny industrial que de fotografia o art. També he anat acumulant més llibres fixant-me únicament en detalls de l'edició en si. Coses com el paper, l'enquadernació o la maqueta.

SA: Després de quasi una dècada desenvolupant una activitat editorial, a l'octubre de 2021 establiu una nova via en el vostre projecte amb l'obertura d'una llibreria física a Barcelona. Quines van ser les principals motivacions que us van animar a establir una activitat comercial de venda de llibres en paral·lel a la vostra activitat editorial, i de quines formes estan impulsades per la vostra experiència com a editor?

LC: Lucía Boned va començar a treballar a Terranova en la primavera de 2018 després d'una llarga experiència com a llibretera en diferents llibreries a València (d'on som tots dos) i Barcelona. Sempre estàvem parlant i fantasiant sobre la idea d'expandir Terranova a un espai físic que venguera altres llibres a part dels nostres. Després de la pandèmia, en 2020, va eixir al mercat una botiga modernista molt bonica que a Lucía sempre li havia agradat. Decidírem aprofitar l'oportunitat sense

pensar-ho massa. Així que al final va ser una decisió bastant espontània, encara que després d'això ens va portar quasi un any de treball deixar la botiga llesta, la qual cosa fou probablement bona per a establir contactes amb diferents editorials i distribuïdors per a proveir-nos. En resum, decidir obrir la llibreria no va estar tan relacionat amb la nostra experiència com editors, sinó amb l'experiència de Lucía com a llibretera. El que va sorgir de la nostra experiència com a editors va ser que cada vegada que anàvem amb Terranova a fires internacionals com Los Angeles, Tòquio o fins i tot París, véiem un munt de llibres i editorials meravelloses que ningú estava venent a Espanya. I això ens feia pensar que hi havia una oportunitat o un nínxol en el mercat per a aquest tipus de llibres en el nostre territori.

SA: Sens dubte, com comentes, Terranova (la llibreria) està ocupant un buit que urgia omplir, i s'ha posicionat ràpidament en l'escena editorial nacional com un punt de referència per a aquesta mena de publicacions i editorials. No sols pel catàleg de títols que oferiu, sinó també per la vostra tasca dinamitzant l'espai i creant un punt de trobada entorn al llibre d'art a Barcelona. Com heu sentit la resposta del públic? Quin valor té per a l'escena local i nacional la creació d'una comunitat dedicada a aquesta mena de pràctiques editorials independents?

LC: La veritat és que ens ha sorprés, per a bé, la resposta del públic. Des del principi hem tingut molts clients i bastants vendes. Així que sí, sembla que hi havia demanda, o cobrim un buit. I afegiria que no sols per al consumidor, sinó per als artistes i editors que no sabien molt bé com canalitzar les seues publicacions o les exposicions de xicotet format lligades a la cultura del llibre.

El valor que tot això pot tindre, no obstant, ens sembla que cal jutjar-ho des de la humilitat. Sí, és un espai segurament nou i diferent, però també som conscients que va dirigit a una minoria molt específica i molt reduïda, amb el que té el valor just de la seua mesura. Important per als quals formem part d'això, o per a la gent que s'interessa per això, però un valor segurament escàs o residual per al sector artístic o cultural a gran escala.

SA: Val la pena dirigir els nostres esforços com a comunitat artística “independent” cap a aconseguir una major presència i rellevància en eixe sector cultural a gran escala que comentes?

LC: Aquesta pregunta té una mica de metafísic o existencial, i és molt més profunda del que pot semblar. La resposta breu, per a mi és un NO rotund. No, no val la pena. O millor dit, no li veig el més mínim interés. En la meua experiència vital, no sols la professional, he pogut constatar dues coses: que on hi ha diners tot està podrit i no hi ha lloc per a les coses fetes amb ànima i amb passió. I que qualsevol cosa “a gran escala” és una cosa morta, que es mou per inèrcia sense que ningú realment semble controlar el rumb o les intencions que el fan funcionar. De manera anàloga però des d'una perspectiva quasi oposada, diria que les coses que m'interessen solen comportar una independència

insubornable que és quasi al·lèrgica a qualsevol forma d’influència, i molt més si aquesta influència té a veure amb els diners o el poder. Jo crec que la gent que forma part d’aquests xicotets moviments independents ho fa en gran manera com a forma de contestació o resistència als grans moviments de poder, d’una banda, però també a les grans línies de pensament i comportament establits. Així que cal mantindre’s sempre allunyats dels grans sectors culturals i econòmics. Eixa és la vertadera font d’una vida plena i satisfactòria. Eixe és l’únic camí.

Dit això, a vegades cal instal·lar-se en l’esquizofrènia o la bipolaritat per a aconseguir-ho. Jo em dedique a la publicitat, és a dir, faig incursions en el ventre de la bèstia neoliberal per a després poder fer amb el que això em genera el que m’abelleix amb total independència. En el món editorial, i en algun altre. És la manera que jo he trobat per a funcionar. Segur que hi ha altres millors i més respectables. En tot cas, sempre que siga possible no cal perdre mai la independència. I com més xicotet siga el que fas amb la teua vida, millor.

SA: Estic d’acord amb el que dius. El major actiu amb el qual compten aquestes editorials és la independència, la qual cosa els permet preservar el seu poder de decisió al llarg de tot el procés de producció. I això inclou la distribució i la venda. Són moltes les editorials que prefereixen col·locar els seus llibres en pocs llocs però ben seleccionats, on saben que tenen accés al públic que els interessa, en lloc d’optar per una distribució de major escala on el llibre es col·loca en el màxim nombre de botigues possible. Una altra vegada trencant amb les formes tradicionals. Com gestioneu en aquest sentit la distribució de Terranova (l’editorial), així com la curació i selecció de títols per a la llibreria?

LC: Aquesta és una pregunta bastant tècnica i pot ser la resposta siga també bastant avorrida, però entenc la importància d’aquest tema, clar, així que ací va la informació intentant ser el més escarit possible.

Pel que fa a l’editorial, vam estar des de la nostra primera publicació en 2014 fins que obrim la llibreria en 2021 gestionant la distribució de les nostres publicacions de manera totalment independent i personalitzada. És a dir, era la persona encarregada de Terranova (Lucia a partir del 2018, però altres persones abans que ella) la que contactava amb cada llibreria, tancava un tracte, i gestionava enviaments, albarans, existències i liquidacions. És un treball ingent i molt desagraït. Sobretot en la part de facturació i cobrament, que pot convertir-se en un calvari i generar molts impagaments. A més, moltes llibreries estan obertes i amb molt bona disposició a fer-ho així, però moltes altres es neguen directament a treballar al marge de les distribuïdores, amb el que també redueixes el potencial de vendes. El més difícil és arribar a un equilibri en el qual et compense econòmicament tindre a una persona a sou fent aquest treball i que el seu sou isca del marge mensual de vendes. És pràcticament impossible per a una editorial xicoteta que edita menys d’una dotzena de títols anuals.

Quan Lucía i jo decidim obrir la llibreria en 2021, vam haver de deixar de distribuir directament perquè era materialment impossible abastar-ho tot. En eixe moment passem a distribuir els nostres llibres amb una distribuïdora nacional. Això pràcticament duplica el marge del PVP al qual renunciés en la venda de cada llibre, passant del 30% que es queda el punt de venda al 60% que es reparteixen distribuïdora i punt de venda. En el cas del llibre gràfic, el cost unitari del qual ja és altíssim t’ofega i a més t’obliga a pujar preus. A més implica molts més tràmits i obligacions que no tens distribuïnt directament. Però per a la meua sorpresa a més va suposar estar en moltes menys llibreries, amb unes xifres de col·locació i venda inferiors a quan distribuïem nosaltres mateixos. Això, afegit al sistema de facturació per col·locació i no per venda, subjecte a devolucions constants i descomptes addicionals pactats sense el consentiment de l’editor, ha fet que després de dos anys hàgem decidit prescindir de la distribuïdora nacional i tornar a portar-ho nosaltres directament. Preferim estar sol en 10 o 15 punts de venda d’Espanya però que sabem que venen i paguen, que en tot el territori potencial de l’estat que no s’acaba traduïnt en absolut en una pujada de vendes o facturació. El sistema no està pensat per a editorials xicotetes o per a editorials d’art, i menys per a una que és les dues coses alhora. Està dirigit a editorials industrials que editen a tota màquina i utilitzen la distribució i col·locació quasi com una línia de crèdit. Ara ens toca tornar arriere després d’haver perdut molt de temps i diners. Aquesta experiència ens ha deixat bastant tocats i tardarem a recuperar-nos.

SA: Per a quan es publique aquesta revista, haureu complit dos anys com a llibreria. Com valoraries aquests dos anys, i què esperes dels pròxims dos?

LC: Quan obrírem a l’octubre de 2021 teníem por. Havíem pogut comprovar com una a una les llibreries d’art a Barcelona havien anat tancant en els últims anys, ja foren clàssics com Loring o Kowasa o iniciatives

més joves i independents, com Mutt o Múltiples. Així que teníem el dubte de si realment hi havia una demanda per a alguna cosa com el que volíem muntar, o anàvem a pegar-nos la gran hòstia. Per a la nostra sorpresa, l’acolliment des del principi va ser increïble, i els primers mesos van ser una vertadera eclosió de clients i facturació. Així que sense entrar en els detalls ni en les penúries econòmiques que portar un projecte així implica, el balanç dels dos primers anys és molt, molt positiu. Ens sentim molt ben acollits, molt volguts i molt recolzats. I això és el que importa.

El nostre objectiu per al futur pròxim és d’una banda consolidar-nos com el que som, una llibreria especialitzada, reforçant llaços amb clients molt específics que donen estabilitat econòmica al projecte (parle d’institucions, col·leccionistes i biblioteques); i per un altre créixer com a punt de trobada, potenciant les activitats que transcendeixen la venda de llibres, com tutories, cursos, trobades i esdeveniments, sempre amb l’edició i la pràctica artística com a punt d’origen.

Pàgines 8 — 11

Pop pop pop-up

Fig.1 - Durant aproximadament sis mesos, entre juny de 2013 i gener de 2014, The Newsstand va estar en actiu dins de l’estació de metro Lorimer Street L en Williamsburg, Nova York. Utilitzant l’espai estàndard d’un quiosc, va funcionar com un espai efímer que venia discos, publicacions, revistes, roba i altres productes independents. En 2015, una reproducció de l’espai de l’artista Lele Saveri es va traslladar al MOMA com a part de l’exposició “Ocean of Images: New Photography 2015”.

Fig. 2 - Pop-up de Den Souvenir en Bulansa, Busán (Corea del Sud).

Fig.3 - Edition Demand és un projecte de fanzines a l’estil “Bufet” amb origen a Düsseldorf, Alemanya. Durant l’esdeveniment, el públic assistent té una carta de fanzines per a triar el que volen llegir i cada còpia que es compra s’imprimeix i enquaderna en directe per les organitzadores. Els fanzines disponibles són recopilats per internet, amb la col·laboració d’autors de tot el món. Un model de participació que evita els enviaments de paquets i la impressió de còpies excedents.

Fig.4 - ‘bring your own book’ és un col·lectiu que va començar com una iniciativa estudiantil en 2021. Des de llavors treballen en un programa interdisciplinari entorn de l’autoedició a través d’esdeveniments, conferències, tallers i fires del llibre. El seu últim esdeveniment va exposar i va vendre més de 400 publicacions autoeditades de tot el món en ENTER ENTER –espai independent a Amsterdam creat per Roma Publications i Fw:Books– celebrant l’autoedició i els materials impresos amb mobiliari DIY en una exposició va anar canviant durant les quatre setmanes que va durar l’esdeveniment.

Fig.5 - Same Paper porten un temps fent Pop-Ups. Aquestes imatges pertanyen a una sèrie d’esdeveniments efímers en Shangai i Seul a l’estiu en 2023.

Fig. 6 - “Pati de Lectura”, un espai de lectura efímer creat en el context de la setena abC Book Fair-Xangai dissenyat per envy envy. Foto: Qiu

Fig. 7 - HOW(*EVER): Portikus Art Book Festival és un esdeveniment anual amb una instal·lació in situ que mostra una selecció curada de llibres d’art i revistes de tots els continents que estan disponibles per a la seua compra.

Fig. 8 - Pop-up de Tambourine en Espai Proveïments de Madrid, amb mobiliari fet en col·laboració amb el dissenyador de producte Matías Rico.

Pàgines 12 — 15

Notes sobre distribució independent

De quines formes i a través de quines vies gestionen les editorials independents la seua pròpia distribució? Preguntem a 6 editorials per les seues experiències: Flee Project París, França

En els seus inicis, FLEE va nàixer per a donar a conèixer les iniciatives d’investigació i art que estàvem duent a terme al voltant del món, que aglutinaven antropologia, art contemporani, arxius i música d’avantguarda. En aquells anys, publicar un llibre bilingüe amb assajos, entrevistes i comissariats d’artistes acompanyat d’un doble LP era una cosa bastant rara, fins i tot per a l’escena editorial independent. Com en aquell moment no existia realment una estructura adequada per a aquesta mena de projectes, decidírem posar-nos a la faena i fundar la nostra pròpia marca i editorial d’art.

Els nostres projectes reuneixen persones de camps molt diversos (art, ciències socials, música electrònica, disseny, museologia) i a vegades resulta complicat navegar entre eixos públics segmentats. Més encara si ens centrem en investigacions bilingües, ben calibrades i de disseny. Ens centrem en edicions limitades, que poques vegades superen les 800-1000 còpies. Això significa que la nostra distribució ha de ser ben segmentada, nítida i qualitativa. Amb l’evolució actual de la indústria i la importància de la instantaneïtat, sí que tenim desavantatge enfront d’altres propostes més gràfiques, unitàries i/o lineals. Aquesta és la raó per la qual tendim a apreciar les fires de llibres d’art, durant les quals tenim l’oportunitat d’explicar la genealogia de la nostra investigació i presentar al públic la metodologia transdisciplinària i transmediàtica que desenvolupem al llarg de l’any. Naturalment tenim un bon distribuïdor, amb el qual tenim excel·lents relacions interpersonals i que valora els nostres projectes. Això assegura que els llibres que fem estiguen ben acompanyats i puguen apreciar-se en el lloc correcte.

En general, el meu consell seria ensenyar el llibre físicament a la gent tant com siga possible. Obviament, una bona estratègia de màrqueting i una forta presència digital poden ajudar a millorar la distribució (sola o amb un distribuïdor professional) del llibre. No obstant això, res substituirà una interacció física, durant la qual es puga transmetre la passió d’un editor.

WITTY BOOKS Bookszvália

Witty fins hui no col·labora amb grans distribuïdors, la major part de la distribució es realitza de primera mà. Des del principi he donat molt de valor a les llibreries independents i del sector. Crec que ells, mitjançant una selecció curada, poden crear el filtre adequat entre productors i consumidors. En la indústria del fotolibre les tirades són molt xicotetes, estem parlant de centenars, o uns milers, i per part meua mai he tingut l’afany de llançar-me a la gran distribució, preferisc un públic atent i conscient, en lloc de la visibilitat massiva. Al mateix temps, un dels meus desitjos recorrents és arribar a audiències que puguen anar més enllà de “la bombolla” de la comunitat de fotolibres. Per això crec que participar en fires i festivals juga un paper molt important. Ací es produeix un intercanvi directe, no sols de vendes, sinó també un element de discussió i comparació, amb col·legues i amb el públic.

ROBIDA Topolò, Itàlia

Robida és una revista cultural multilingüe publicada pel col·lectiu Robida, un grup d’artistes, investigadors, curadors i activistes amb seu en el xicotet poble de muntanya de Topolò, situat a la frontera entre Itàlia i Eslovènia. Cada número de la revista explora un tema relacionat amb el lloc on la revista cobra vida. El col·lectiu publica un número a l’any, la qual cosa fa que tot el procés de creació de la revista siga lent, suau i orgànicament entrelaçat amb les altres activitats que es duen a terme en el col·lectiu com a residències per a artistes, el programa educatiu “Acadèmia dels Marges”, Ràdio Robida, programes i treballs de manteniment del poble i el seu paisatge.

També la distribució segueix el mateix enfocament lent, suau, i lleugerament desorganitzat!: venem la nostra revista en línia (a través d’una xicoteta botiga bigcartel) i en llibreries de tota Europa. Ens enorgulleix enormement que el nostre xicotet projecte editorial, nascut en una zona fronterera d’un poble de 25 habitants, reba l’interés i l’estima de les llibreries de les principals capitals d’Europa, des de Berlín (llibreria Zabriskie), fins a Amsterdam (San Serriffe), Brussel·les (Rile), Zurich (Cabaret Voltaire), Venècia (Bruno) i moltes més, més grans i més xicotetes.

Distribuir la revista des d’un lloc tan remot és un desafiament que requereix diferents solucions: la revista s’envia a Itàlia a través del servei postal italià, mentre que per a enviaments a l’estranger ens vam adonar que era molt més barat a través del servei postal eslovè. L’oficina de correus més pròxima a Itàlia està a només 5 minuts amb cotxe, i és una xicoteta oficina de poble. La senyora que treballa allí, ens coneix i sap que hi ha una època a l’any (quan acaba d’eixir la revista) en la que anirem diverses vegades per setmana, amb caixes de cartó tancades amb cinta adhesiva de colors que contenen la revista. Quan arriba el dia de l’enviament, l’oficina de correus es converteix en un esdeveniment per a compartir el nostre projecte editorial amb altres clients de l’oficina que esperen en fila!

D’altra banda, l’enviament a l’estranger es realitza des de la localitat eslovena més pròxima, Nova Gorica, que està a una

hora de Topolò, on treballa un membre del col·lectiu alguns dies a la setmana. L’oficina de correus és gran i està ben organitzada i l’enviament és senzill i impersonal!

La distribució de la revista Robida està d’alguna manera alineada amb la nostra vida diària: quan un de nosaltres agafa el cotxe i baixa a la vall per a fer algunes compres, també s’emporta un paquet amb revistes per a enviar. Això fa que la nostra distribució siga irregular i discontinua, fluctuant i inconstant: una forta nevada pot impedir-nos eixir del poble, algunes activitats intenses (un taller, un festival o el moment final d’una residència) organitzades per nosaltres en Topolò poden alentir el flux de moviments regulars amb el cotxe cap a les poblacions més pròximes.

Robida és una revista que es deu al seu context, també per la seua distribució: lenta, estacional, íntima i afectada pel lloc on es crea.

GAFFA Suïssa

GAFFA va començar com un projecte de cinc amics on simplement volíem publicar els nostres propis fanzines. També sabíem que volíem fer-ho mensualment, per a d’alguna manera forçar-nos a això i tindre una certa continuïtat. No volíem que el projecte s’extingira després de tres números. Al principi, la tirada era de 50 exemplars cadascun i regalàvem el fanzine entre amics, sempre teníem alguns números en la butxaca per a repartir en eixir de casa. Va funcionar bé perquè ja de partida érem cinc els que podíem distribuir el fanzine en els nostres respectius ambients. Així que la revista ràpidament es va difondre i es va fer més coneguda. Després d’uns 5 números comencem a adonar-nos que la gent estava disposada a pagar diners per això i que els agradava el nostre treball. Ens va resultar obvi adoptar un sistema de subscripció. D’una banda, la gent paga una gran quantitat de diners d’una vegada, que cobreix els nostres costos d’impressió i producció, i d’altra banda, nosaltres ens comprometem a continuar publicant el zine mensualment. Al cap d’un any, les subscripcions acaben i hem de tornar a fer-les suculentos per a la gent. Alguns estan subscriptes des dels primers números, uns altres la finalitzen al cap d’un any. Aquest sistema ha estat funcionant durant 7 anys, la gent encara se subscriu i no podem, ni volem parar. Sempre que publiquem fanzines la major part de les còpies van per als subscriptors i ens queda una xicoteta quantitat de fanzines per a vendre’ls en línia o en fires, continuar regalant-los o portar-los a algunes botigues especialitzades.

Les fires del llibre són ideals per a posar en circulació els fanzines. Coneixes gent nova, et fas conegut i pots intercanviar fanzines amb altres editors. En algun moment també començarem a vendre els nostres fanzines a través d’Instagram i el nostre lloc web, però això porta molt de temps de promoció i som una mica vagues. A més, sempre intentem portar el fanzine a botigues seleccionades, però no ho fem de manera activa i sempre és una mica complicat. Normalment trobem les botigues a través d’Instagram o busquem on altres editorials venen les seues fanzines. Però com fem revistes i no llibres, l’oferta no és tan gran. I sempre és difícil perquè escrius molts correus electrònics, sovint no reps resposta, l’enviament de paquets des de Suïssa és extremadament car i a

Fanzines de la revista de literatura MIGRA.

vegades les botigues s’obliden de pagar els fanzines que venem a les botigues o tarden una eternitat o nosaltres mateixos oblidem que tenim fanzines en aquestes botigues. Seria útil establir un sistema per a saber quins fanzines estan en quines botigues i si ja han sigut pagats, etc., però lamentablement no ho fem. Encara així ho recomanarem, perquè en cas contrari es torna molt caòtic.

SED
Buenos Aires, l'Argentina

Al llarg dels anys he après que la zona més fosca i complexa de la tasca editorial és la que correspon a la distribució. SET té base a l'Argentina i des d'ací es projecta al món, intentant enviar paquets o portant maletes plenes de llibres on ens deixen entrar, i on no ens deixen, també. Els problemes per a la nostra tipologia de llibres (llibres de fotografia com a donar una definició genèrica) és que són llibres molt difícils de distribuir en canals generals. A diferència d’una novel·la, si un dels nostres llibres pateix una marca en la seua portada, eixe llibre ja és un llibre invendible. Aquest fet fa que cadascun dels nostres llibres requerisca una cura i una manipulació en plaça de venda que no totes les llibreries ni libreters entenen. Això deixa d’una plomada fora al 75% dels canals de distribució en llibreries o museus. L’altre detall és la comissió de venda. Ací a Llatinoamèrica és molt difícil carregar al llibre amb la famosa regla d’or de multiplicar per 4 el cost de producció, perquè això faria llibres inviables, impagables o pitjors, llibres per a una sola classe. Produir ací és car, perquè no abunda el paper, perquè tot es mou (la inflació per dalt i l’economia per baix) i en conseqüència el preu de venda al públic en el millor dels escenaris, carrega amb un poquet més del doble del cost de producció. amb eixa lògica de preus és insuportable per al rendiment d’una venda carregar-li la comissió del distribuïdor i d’una llibreria al seu torn. En conseqüència, queden descartades moltes de les opcions comercials generals per a moure llibres. Llavors, amb què ens quedem?

Els nostres llibres es mouen en fires o en venda directa. I només en fires específiques. Les fires d’art gràfic general ja no serveixen tant per al nostre tipus de llibres. Allí la gent comprarà cartells impresos en risografia o prints que en relació són molt més barats que els nostres llibres. En conseqüència, solament rendeix realment, en termes econòmics, distribuir els llibres en fires de llibres específics. Almenys eixa és l’experiència en la nostra editorial.

CLUB DEL PRADO
Buenos Aires, l'Argentina

En comptes de donar molts consells o xicotetes observacions sobre aquest tema, preferisc concentrar-me en un només: anar amb compte. Cura no en el sentit de por, sinó de cuidar la producció d’un. Cada còpia de cada títol que una editorial independent produeix és important. És un treball que porta molt de temps, diners, dedicació, i que la majoria realitza paral·lelament a un altre treball i sense esperar grans retribucions a canvi. Quan un decideix començar a distribuir la seua producció, és clau saber on i com fer-ho. Donar-li eixa importància a cada llibre, a tot el que s’inverteix en fer-ho.

Distribuir és una part crucial del treball d’una editorial independent; és pràcticament una de les tres maneres de moure treball editorial (a més de les fires i de les vendes per internet). És una manera d’arribar a un públic que unx per si solx no podria arribar, ja que cada llibreria o distribuïdorx té el seu propi circuit, i això fa que les xarxes de circulació dels llibres s’expandisquen. En eixe sentit, l’important de la distribució és que els llibres es moguen i no es queden estancats en una prestatgeria d’una llibreria o local.

És important saber com els i les distribuïdorxs tenen cura a la producció de unx, és important que li donen la mateixa cura que li dona unx (o idealment, més), i que posen el mateix ímpetu en què eixa producció arribe a un prestatge d’una biblioteca a la casa d’algú a qui eixe treball li va moure alguna cosa dins. Cal buscar distribuïdorxs que tinguen una visió en consonància amb els llibres que distribueixen; que els llibres que distribueixen també els moguen alguna cosa dins.

Unx distribuïdorx, en un sentit ampli, compleix el mateix rol que unx editorx: fer que el treball d’una persona (il·lustrador, fotògraf, dissenyador, artista gràfic, projectes autopublicats, etc) arribe a les mans d’un tercer. És un intermediari més, igual que unx editorx.

GATO NEGRO
Mexico

Si existeix un moment màgic —superb, sublim, impagable— que compensa qualsevol esforç i/o sacrifici en l’ofici, la pràctica i la complicada tasca de l’edició independent, perifèrica i marginal, és testificar el moment (que és un instant precís) quan un llibre troba al seu lector. O sent més precisos: possibilitar que un llibre improbable, incòmode, estrany, inclassificable, esquiu, opac i/o complex (però necessari) —que és la classe de llibres que l’edició independent, perifèrica i marginal fa possible— complisca amb la seua raó de ser, tancament el cercle i trobe a eixe improbable, incòmode, estrany, inclassificable, esquiu i/o complex (però necessari) lector que —encara que no ho sabera— l’estava esperant.

Una lliçó apresa al llarg d’aquests anys és que qualsevol llibre —encara el més improbable, incòmode, estrany, inclassificable, esquiu, opac i complex (però necessari)— té almenys un lector que l’espera — sabent-ho o no. El que queda, en la mesura del possible —amb els recursos i eines a la mà, encara que amb virulència, neciesa i tossuderia—, és treballar des de l’optimisme temerari per a propiciar les circumstàncies que eixa trobada ocorrega. D’això tracta la circulació. De trobar la manera viable i sostenible al llarg del temps per a possibilitar eixa convivència entre rars (però necessaris).

És un desafiament que costa temps, i el temps és un recurs escàs i finit, que implica necessàriament diners i esforç per a disposar d’ell. Però que també implica la construcció d’estratègies per a la imaginació, la sociabilitat, l’empatia i la comunitat. I eixe procés en si mateix també és fer circulació. Però fer circulació des de l’edició independent, perifèrica i marginal, també és aprendre a renunciar. En principi al mercat i molt probablement a la rendibilitat i viabilitat a llarg termini. Una paradoxa atroç i probablement insalvable.

Pàgines 16 — 21

Cuatre preguntes quatre fires

One Thousand Books
Copenhaguen, Dinamarca
De quines maneres poden les fires de llibres contribuir a renovar els models tradicionals de distribució en el context de l'edició independent, i en un món post-covid?

One Thousand Books és una sèrie d’esdeveniments que busquen presentar i promoure l’edició i la creació de llibres com a pràctica artística. En One Thousand Books creiem que l’edició és una disciplina artística contemporània polifacètica que mereix tant espai i atenció com altres gèneres artístics més tradicionals i àmpliament difosos, com la pintura, l’escultura, la performance, etc.

Els artistes conceptuals de la dècada de 1960 van adoptar un enfocament de “faça-ho vosté mateix” per a publicar i fer llibres, i van gaudir de l'autonomia i el control que els proporcionava el fet d’obviar a les galeries d’art i els museus com a llocs d’exhibició de la seua producció. En autopublicar-se, s’arribava directament al consumidor a un preu molt més barat. Seixanta anys després, això continua sent cert. L’esglai postdigital de principis de la dècada de 2010, que “la impressió ha mort”, ha quedat totalment en dubte, i els artistes de hui, més que mai, utilitzen, desafien i pirategen eines tant analògiques com digitals per a fer obres i autopublicar-se. En l’última dècada, les microeditorials i les fires del llibre han proliferat a un ritme sorprenent, i moltes escoles d’art compten ara amb laboratoris i tallers dedicats a l’edició. L’impuls del qual gaudeix actualment l’edició com a pràctica artística demostra com aquest gènere artístic contracultural encaixa tan bé amb les precàries circumstàncies a les quals s’enfronta l’artista (no canonitzat) en el panorama neocapitalista. És necessari mantenir baixos els costos de producció, fondre’s amb la comunitat i el bricolatge, ser subversiu i arribar a un públic global. En One Thousand Books, estem d’acord amb l’artista estatunidenca Pat Steir quan diu, M’agraden els llibres d’artista perquè són:

- portàtils
- duradors
- econòmics
- íntims
- no pretensiosos
- reproduïbles
- històrics
- universals¹

Ens agrada pensar que el llibre sorgeix del desig de compartir un conjunt d’idees, conceptes i pràctiques que es materialitzen de manera física o etèria a través de la publicació. La producció d’un llibre (i per tant d’edicions independents) és una pràctica que persisteix gràcies a xarxes entrelaçades de distribució, comunitats i estructures tant socials com econòmiques. Publicar —i distribuir— té a veure amb fer pública la informació i no pot limitar-se únicament a la producció i difusió de llibres. Per a entendre la complexitat de l’edició i la distribució, hem d’anar més enllà de la frontera del llibre per se i debatre la importància de l’edició i la distribució com a pràctica, estructura i idea.

One Thousand Books pretén mostrar l’edició d’art com una pràctica creativa

Fanzines de la revista de literatura MIGRA.

accessible ahora que complexa i serviu com a plataforma en la qual els actors de l’àmbit de la creació de llibres puguen connectar i compartir idees i perspectives sobre temes d’actualitat en el marc de l’edició, impressió, difusió i exposició de llibres.

Fins ara, ha hagut quatre edicions de One Thousand Books, cadascuna investigant aspectes diferents i més específics de l’escena independent i de l’autoedició: En 2013 i 2014, en forma de fira del llibre, One Thousand Books va tindre lloc a l’interior d’un supermercat REMA1000 en funcionament, una franquícia de supermercats de descompte, en el qual es va inspirar el nostre sobrenom. Les fires pretenien assenyalar la relació entre l’art i el consumisme, al mateix temps que presentaven els segells i artistes expositors a un públic nou i inesperat.

En 2016, One Thousand Books es va traslladar a tres dels principals espais públics d’art de Copenhaguen i va incloure una exposició, un seminari i una sèrie d’esdeveniments per a establir contactes, tot això per a tractar de respondre a la pregunta: com s’exposen els llibres? Tretze editors van convidar a un artista, amb el qual havien fet un llibre, a col·laborar en l’exposició de l’obra del llibre en una nova edició espacial.

En 2018, One Thousand Books va adoptar la forma d’una enquesta-publicació i una performance d’inauguració. Danske kunstnerbøger efter finanskrisen, sorteret efter titel-længde és una llista en format tabloide en danés, de totes les publicacions d’artistes produïdes a Dinamarca, o per artistes danesos, de 2011 a 2018. A més d’informació com l’artista, editor, data, etc., s’enumeren altres dades com ara: tipus de paper, mètode d’impressió, enquadernació i finançament del projecte. L’objectiu és que el projecte servisca d’inspiració, recurs i eina tant per als amants dels llibres com per als artistes i investigadors.

Després de la Covid, en 2021, reprenem el tema de la Distribució en tractar d’examinar les circumstàncies i els reptes de les pràctiques editorials independents en un món post pandèmic però encara globalitzat. Per a considerar la complexitat i el potencial de l’edició en l’art, vam haver de qüestionar els límits de l’objecte imprés i debatre sobre l’edició i la distribució com a mètode per a difondre i fer públics conceptes, pensaments i idees que es veurien afectats per la restricció a la producció física i la circulació de llibres. Es va convidar als artistes participants a respondre a allò esmentat anteriorment en relació amb la seua pràctica creativa des del punt de vista conceptual, així com amb el seu treball com a artistes en actiu.

Notes:
1. Pat Steir, com a part de "IDEA POLL Statements on artists" books by fifty artists and art professionals connected with the medium", publicat en Art-Rite #14, ed. Walter Robinson, Edit deAK. (Nueva York: Art-Rite, 1976), 6-15. © Walter Robinson.

Athens Art Book Fair
Atenes, Grècia

Fanzines de la revista de literatura MIGRA.

Quines són algunes de les mesures que les fires de llibres d'art poden adoptar per a ser econòmicament sostenibles mentre mantenen i asseguruen la seua independència? Què significa per a una fira de

llibres d'art com Atenes Art Book Fair
ser "independent" i "autogestionada"?

Athens Art Book Fair va nèixer a la fi de 2018 per una necessitat artística, una necessitat de comunitat i també una necessitat d’apoderament creatiu. Com a artistes pot ser esgotador i descoratjador esperar que algú cree el context en el qual presentar el teu treball i com això no existia a Grècia, ho vam fer realitat nosaltres mateixos. Per a nosaltres, AABF és un espai en el qual compartir el nostre treball, fer nous amics i fer-nos visibles junts. El panorama ha canviat visiblement des de la nostra primera edició en 2019. És meravellós veure aparèixer al teu voltant cada vegada més projectes que giren entorn de la publicació d’artistes, ja siguen obres artístiques, llibreries i fins i tot cursos sobre llibres d’artista! Estem molt orgullosos de tot el que hem aconseguit i molt agraïts a la nostra ciutat que va acollir la nostra fira de la manera més càlida possible. Com no tenim suport financer, l’interés del públic pel nostre treball és el que fa que la fira seguisca avant.

Realment no sóc la persona adequada per a respondre a aquesta pregunta, la sostenibilitat econòmica és la nostra principal lluita! Cada context té les seues pròpies complexitats polítiques, per a nosaltres ser independents com a organització cultural creada per artistes feministes majoritàriament queer a Grècia significava que buscàvem suport financer a través de subvencions públiques o xicotetes institucions privades que ens permeteren mantenir el control creatiu del projecte, però que alhora ens donaren prou suport com per a poder pagar l’esdeveniment, pagar-nos un xicotet salari a nosaltres mateixes i mantenir baixa (o idealment inexistent) la quota de participació per als expositors. No obstant això, les subvencions són escasses a Grècia, i la forma en què s’assignen els fons públics és tan fosca com pugua imaginar-se. Això significa que, encara que semble que comptem amb un gran suport, la Fira del Llibre d’Art d’Atenes funciona bàsicament com un projecte de bricolatge. Es basa únicament en el treball gratuït del seu equip, en la nostra creativitat per a resoldre problemes i en les contribucions dels nostres amics i col·laboradors. És sostenible? No, però la part positiva de la nostra independència és que som lliures de deixar la nostra empremta en el panorama cultural de la nostra ciutat amb els nostres propis termes i no renunciarem a això per res del món.

Fanzines de la revista de literatura MIGRA.

Feria Migra
Buenos Aires, l'Argentina
Com a esdeveniments socials, les fires de llibres d'art són eines poderoses per a construir i reforçar comunitats i xarxes creatives. Però, què succeeix una vegada que la fira ha acabat? Quins esforços poden emprendre les fires de llibres per a continuar enfortint aquesta xarxa al llarg de l'any, i per què és important que el facen?

Fanzines de la revista de literatura MIGRA.

MIGRA va començar primer sent una fira independent de publicacions i art imprés a Buenos Aires. La fira sorgeix una vegada vaig endinsar-me en el món editorial, quan comencí a imprimir per primera vegada Balam, una revista de fotografia contemporània allà pel 2018. Una vegada

impresa la revista, em preguntava, on estan eixos projectes que imprimeixen amb les mateixes sensibilitats que Balam? Tenint en compte que Balam, no és un llibre de literatura, i tampoc encaixa en una fira de llibres tradicional. És ací on d’alguna forma sorgeix MIGRA, a partir de la falta de representació d’aquesta mena de projectes. MIGRA és una resposta a com estava articulat el sector editorial independent d’aquell moment. Així va ser com armàrem un equip per a dur a terme aquest viatge d’anada. En eixe moment, en el 2018, començarem sent aproximadament uns 30 firaires. Vam començar en un centre cultural xicotet, amb els pocs recursos que teniem en eixe moment. Era tot nou per a nosaltres, ningú ens va ensenyar com fer una fira i tampoc quines serien les responsabilitats de fer-la, tant afectives, com de treball. Ara MIGRA reuneix la participació d’aproximadament 200 projectes i amb visites de 20.000 persones per fira. El projecte va canviar i va créixer molt, van ser molts anys de fer aquest treball a voluntat pròpia. Bé, que sempre van existir aquest tipus de fires, MIGRA no és una novetat. Però crec que el que va fer MIGRA i l’impacte que hui en dia té en la nostra comunitat, és la capacitat d’agrupar, formalitzar i canviar la forma periòdica en la qual es fa una fira de llibres. És a dir, estem movent un micromercat editorial independent, amb la finalitat que la nostra tasca puga ser una forma de vida. En general aquest tipus de fires es fan 1 vegada a l’any. MIGRA fa 3 fires per any. Per al nostre context a l’Argentina, esperar 1 vegada a l’any per a fer que succeeixa aquest tipus d’esdeveniments és molt poc per a la gran faena que porta poder distribuir, circular, articular i sostindre. MIGRA hui en dia és una associació civil sense fins de lucre i desplega les seues ales en Fira Migra i Escola Migra.

Una cosa molt interessant del projecte és que MIGRA el concebem com un organisme, que estem constantment alimentant, generant contingut al llarg de tot l’any. És a dir una vegada que acaba la fira, no acaba el projecte. Al ser un col·lectiu, proveïm contingut tant en el nostre espai d’aprenentatge no formal, Escola MIGRA com en les xarxes de la fira en si. Organitzar 3 dates a l’any també ens manté activxvs. És important entendre amb qui i amb quin tipus de continguts estem treballant. Són llibres i artistes independents que han de conviure en un mercat amb editorials grans. Donar-li aquesta periodicitat a la fira ens permet mantindre’ns en moviment quasi constant. D’altra banda, però també relacionat amb mantindre’ns activxvs crec que el nostre ninxol és bastant discret i és molt important estar en constant diàleg amb altres fires de diverses latituds, per a poder generar un intercanvi cultural entre projectes. El nostre rol és alimentar l’essència d’on volem anar per a sostenir el treball col·lectiu.

African Art Book Fair
Dakar, el Senegal

Què significa “descolonitzar les fires de llibres d'art”, i quines són algunes de les coses que les fires de llibres d'art poden fer per a donar suport a aquest esforç?

African Art Book Fair (AABF) és una fira de publicacions d'art amb un fòrum de debat centrat en temes relacionats amb les publicacions d'art, la fotografia, el dis-

seny, la música experimental, la cultura oberta i l'activisme. Destacant les millors pràctiques d'aquests àmbits, pretenem oferir als membres d'aquestes comunitats un context en el qual puguen mantindre la seua integritat, la seua veu crítica i el seu paper social enfront de factors externs (el mercat, l'urbanisme o els mitjans de comunicació,...).

En reconèixer i donar suport a pràctiques editorials úniques i qualitatives, African Art Book Fair vol obrir-se a un públic més ampli i posar-lo en contacte amb els editors, tant offline com online. La intersecció entre els diferents camps de producció estètica és una part integral del procés. Volem posar en valor les pràctiques editorials i la fissilitat del llibre, com a mitjà i en la seua transcripció cap a altres formes de suport.

Pel fet que els camps de l'edició i la publicació en l'art estan infra representats, Afrikadaa i els seus socis proposen unir totes les publicacions artístiques africanes i de la diàspora per a permetre diversos tipus d'intercanvi d'experiències entre les produccions editorials. Volem contribuir al desenvolupament d'un pol editorial de l'art treballant en la creació d'una Fira del Llibre d'Art Africà (AABF), en el continent africà.

La idea de crear una AABF que incloguera a totes les organitzacions africanes d'art contemporani va sorgir dels debats del simposi “Memòria del futur”, organitzat per Afrikadaa durant l'última Biennal de Dakar en 2014. Afrikadaa va subratllar la importància de defensar la producció crítica i ser testimoni de l'evolució d'un període artístic, especialment en un context en el qual veiem que la deserció de l'escriptura deixarà un enorme forat en la construcció de la seua història. A més, Afrikadaa va destacar la importància de transmetre aquesta informació a les generacions futures. El desallotjament voluntari o involuntari de llibres de biennals, fires d'art i altres esdeveniments artístics a Àfrica i l'absència de revistes del Sud en les grans fires internacionals, suposa una absència de continguts crítics, de debats estètics sobre la seua època i de confrontacions (sociològiques i ideològiques) del seu treball. Això empobreix veritablement el món artístic en el seu conjunt. A causa de l'ofegament del sector editorial a Àfrica, hem de fomentar el sector i elevar-lo mitjançant iniciatives fermes. Hem de fomentar els continguts dignes d'elogi crític, les obres estàndard i els llibres d'artista, i unir-nos per a celebrar-los durant una fira dedicada a la seua existència.

Podem descolonitzar una fira del llibre d'art? No crec que puguem. Les pràctiques editorials dels països del Sud descentralitzen el coneixement i desconstrueixen els privilegis. Una fira del llibre d'art és un sistema capitalista, és un mercat, i per tant ningú vol canviar les regles. Quins llibres poden circular fàcilment pel món? Sobretot si tenim en compte que els professionals de l'edició dels països del sud i les seues publicacions tenen més dificultats per a circular a causa dels problemes de visat.

Descolonitzar les fires del llibre d'art significa portar més veus i noves narratives del sud. Les fires del llibre europees han de ser menys eurocèntriques i més inclusives; hauria d'haver-hi més solidaritat entre el Sud i el Nord. Haurien de començar a convidar a editorials del Sud a participar en les fires, donar-los una taula gratis o distribuir les seues publicacions. Haurien de donar-los més visibilitat i més espai per a parlar i escoltar les seues veus silenciadades durant tant de temps. Espai per a les seues noves publicacions i les seues noves

històries que estan esperant a ser llegides. És hora d'escoltar els portaveus del sud!!!

Xarxes futures

Jaime Sebastián i Rubén Montesinos (Recreo Art Book fair / Handshake). Text publicat originalment en "The Future of Books" editat per Valiz, 2023

Com a organitzadors d'una fira de llibres, pensar en el futur de l'edició suposa pensar en noves edicions de la fira. Quan tindrà lloc? Quin serà el millor espai? Com aconseguirem els fons per a fer-la possible? Aquestes són algunes de les preguntes que ens han perseguit durant els quatre primers anys del projecte. El nostre futur a curt i mitjà termini estarà sempre lligat a l'objectiu d'enfortir la comunitat local i ajudar a establir noves xarxes internacionals. Sent conscients de la nostra posició geopolítica a la frontera del Mediterrani, també aspirem a crear i establir connexions més fortes amb altres territoris limítrofs al Mediterrani.

Pensem molt en la situació precària en la qual es troben la majoria dels editors. Ser editor hauria de ser una forma honesta de guanyar-se la vida. En una enquesta realitzada després de l'última edició de Recreo, preguntem als editors per la seua experiència, amb diversos aspectes de la fira -espai, horari i rangs d'ingressos. Quant al rang d'ingressos, vam poder saber que alguns dels expositors van acabar la fira sense haver cobert les despeses de desplaçament i pagament de la taula.

Assistir a una fira de llibres et dona visibilitat i ajuda a crear connexions importants, però també és una experiència esgotadora -tant física com mentalment. Hem de reflexionar críticament sobre aquests fets i contribuir a millorar no sols les fires de llibres, sinó la forma amb què aquesta comunitat pot portar a una vida laboral digna. Existeix algun model que puguem idear per a assegurar-nos que cada editor ix de la fira cobrint les seues despeses? Podríem assegurar-nos que els editors independents reben un salari decent per les hores que treballen com a expositors en la fira? En A Publishers Perspective on the Art Book Fair: A Critical Response (Gender Fail, 2022), Be Oakley parla d'aquests fets i comparteix algunes idees interessants i exemples de fires del llibre com la Brooklyn Art Book Fair, que ja estan implementant canvis i provant iniciatives en aquesta direcció.

D'altra banda, també imaginem el futur millorant la nostra pràctica diària i sent més conscients del nostre impacte mediambiental. Com a editors independents, ens preocupa la distribució i circulació dels nostres projectes. Les fires de llibres d'art han sigut la nostra principal font d'ingressos des que començarem a autoeditar-nos. Però viatjar internacionalment té un enorme impacte climàtic. Recentment escoltem sobre el TenT, un gegantesc pla de la Unió Europea per a establir una xarxa de trens que interconnecte tots els estats i faça més eficient i sostenible el comerç entre nacions. Aquest projecte porta 20 anys gestant-se, però sembla que prompte serà una realitat, ja que el nou termini s'ha fixat per a 2030. Amb aquesta data en ment, no hem pogut evitar especular sobre l'impacte que un pla

així podria tindre en l'edició independent. En l'actualitat, les xicotetes editorials tenen molts problemes de mobilitat. Els enviaments internacionals són cada vegada més cars i fan un ús intensiu de l'avió, la qual cosa augmenta la petjada de carboni per a portar els llibres d'A a B. Assistir a fires sol ser una lluita per a moltes editorials, ja que els preus dels trens amb l'estructura actual varien molt d'una destinació a una altra i, depenent de la teua ubicació, l'avió pot ser l'única opció.

Però, i si aprofitàrem aquesta nova xarxa per a compartir els nostres llibres? Els corredors internacionals proposats ens donen moltes pistes sobre quins països estan actualment més aïllats geogràficament i a través de quines rutes serà més eficient connectar-se a la “xarxa major”. Si el projecte ix segons com es preveu, això podria significar un mercat europeu molt més interconnectat per als editors, i seria més fàcil aconseguir que les seues publicacions es llegiren a través dels ulls de diferents cultures i comunitats. En la nostra experiència, hem comprovat que existeix una divisió entre les fires del llibre d'art del sud i del nord d'Europa. Publiquen continguts diferents i treballen amb metodologies diferents. Creiem que és fonamental compartir pràctiques entre els uns i els altres per a així construir un coneixement comú. Mai se sap a quin públic poden arribar els teus llibres.

Mai sabrem el que ens ofereix el futur, però estem decidits a superar nous reptes amb un objectiu en ment: establir una xarxa internacional d'editors independents més eficient i amb esperit crític, en la qual puguem aprendre junts el que significa ser un editor contemporani independent en l'actualitat.

Còmics meetings artist’s books

Autor: Francesc Ruiz
Idioma: Castellà
Editor: Autoeditat (Fundació Joan i Pilar Miró a Palma)
Any: 2013
Pàgines: 32
Format: 21cm × 29,7 cm
Descàrrega gratuïta:



Còmics Meetings Artist’s Books és el relat d’un visitant d’una fira del llibre fictícia. Típic de l’estratègia de Ruiz, el projecte es va presentar també com a instal·lació en la Fundació Joan i Pilar Miró de Palma. Seguint la típica guia de la literatura educativa il·lustrada, el lector recorre set estands diferents de productors capdavanters de llibres d’artista i còmic independent, establits en l’àrea mediterrània. Còmics Meetings Artist’s Books imagina un món situat en la perifèria de les grans indústries del còmic (UE-EUA-JP), on les aliances geogràfiques poden activar-se cap a la producció d’escenes i comunitats artístiques radicals. La figura proverbial del guia no és una altra que Tiramolla, el famós personatge de còmic italià creat per Renzi i Rebuffi en els anys cinquanta. L’elecció de Ruiz per a aquest personatge de còmic no és arbitrària. Tiramolla remet a

una època en la qual el Moviment de Països No Alineats reunia 120 Estats membres per a articular una agenda independent de les dues grans potències polítiques durant la Guerra Freda. Còmics Meetings Artist’s Books, situat lluny de les geografies de les superpotències del mitjà, traça una història impossible d’aliances en el còmic; l’estètica camp i les afinitats secretes del subaltern cultural i geogràfic dels productors de còmics experimentals.

— Ilan Manouach

Las Injurias

Las Injurias (Reynalvo Yásquez Rodríguez). Extracte del text originalment publicat a Idea Poll, editat per Conceptual Poetics Day i Missread, 2021

Crec que els llibres són un mitjà perfecte per als outsiders o artistes que viuen en llocs marginals de la societat. Ningú pot censurar-te ni impedir que produeixes un llibre.

Ara mateix, on cada vegada es manifesten amb més freqüència polítiques autoritàries sobre els drets de les persones, publicar és molt més necessari com a mitjà per a expressar la dissidència contra l’opressió. Amb els llibres es pot desenvolupar una relació a llarga distància amb el futur. Utilitzant-los d’unes certes maneres, els llibres poden ser perillosos i brutals contra els imbecils.

Els llibres no requereixen visats. Pots ser un ciutadà de segona classe, un immigrant, un sol·licitant d’asil i un il·legal, però cap d’aquests estatus s’aplica als llibres Si pertanys a una d’aquestes categories, tingues-ho en compte.

La sèrie Waybill presenta un arxiu de les actualitzacions automatitzades de seguiment de DHL. Centrant-se en l’itinerari d’un paquet de llibres, La publicació tradueix aquesta informació en un paisatge basat en text a través de les instal·lacions de DHL per tot el món. “Waybill: 2793389712” ampra el seu títol del (segon) enviament de Les Injúries des de Caracas a Printed Matter a Nova York en 2015.

20 anys col·leccionant fotollibres

Gabriela Cendoya Bergareche

Gabriela Cendoya Bergareche (Sant Sebastià, 1958) col·lecciona fotollibres, i a més li agrada parlar d'ells i ensenyar-los. Va ser “amb la mirada dels altres”, precisament, quan va sorgir la consciència de construir una col·lecció. “Jo comprava per a mi, i de sobte em vaig posar a comprar no sols per a mi, sinó per a ensenyar també”. Li pregunta per eixe primer fotollibre que inicià l’obsessió, una pregunta inevitable que reconeix haver respost moltes vegades: Camera Works (Thames & Hudson, 1984), de David Hockney. Encara que no estrictament un fotollibre, marca el començament d’un interès per la fotografia, i sobretot, per la fotografia emmarcada en el llibre. Del

fotollibre destaca l’emoció i “el poder que té per a contar històries diverses i riques”, a través d’un mitjà tan democràtic. “Jo reaccione de seguida a l’objecte”, admet, encara que això no li impedeix comprar online regularment a pesar de les decepcions que s’ha emportat en més d’una ocasió en rebre un llibre per correu, sobretot per la qualitat del paper, per al que diu ser “una mica rara i maniàtica”. Reconeix que l’ideal és poder veure el llibre i tocar-lo, però no sempre és possible (i aprofita per a animar a les editorials a indicar el tipus de paper com una dada més de la informació bibliogràfica a les seues pàgines webs). Sol comprar en llibreries tant nacionals com internacionals, i també a les editorials, encara que “al final el millor és comprar directament a l’autor”.

Per a accedir a aquests títols, internet ha sigut fonamental. “Ha canviat molt la manera de comprar; hem passat de comprar en un circuit molt local, a un online, molt més globalitzat”. No obstant això, no sols utilitza internet com a font d’informació i punt d’accés, sinó també com una eina de divulgació, que per a ella és important. A través del seu blog, que inicia en 2015, així com el seu perfil en instagram, Gabriela ha trobat la manera d’obrir la seua col·lecció a un públic més ampli, “per a compartir, una mica més enllà d’allò físic, i des de casa”. No obstant això, aquesta obstinació divulgativa la portarà més enllà del pla digital, amb la signatura d’un acord amb el Museu de San Telmo, a Sant Sebastià en 2017, a partir del qual posa a la disposició del públic un 80% de la seua col·lecció, que en aquells moments era de 1400 llibres. “Es va buidar ma casa”. Des d’aleshores, la col·lecció ha continuat creixent, i hui disposa de més de 3000 llibres. Gabriela no segueix un criteri concret en l’adquisició de llibres. “És una col·lecció molt eclèctica, m’interessen moltes coses i no em pose frens en eixe sentit”. No obstant això, no és el mateix comprar per afició, que comprar amb l’ambició de construir una col·lecció. Entre altres coses, s’altera el volum d’adquisició. Des que la seua col·lecció forma part dels fons del museu, sí que ha sentit “el pes de la institució”, com li deia una amiga, i afirma “mirar d’una altra manera”, conscient que hi ha títols que han d’estar, encara que pot ser no els hauria adquirit per a ella. Afirma ser “caòtica i anàrquica total” en l’organització dels seus llibres, amb muntons de llibres per ací i per allà. “He sentit que a altres col·leccionistes els passa el mateix, amb la qual cosa em quede més tranquil·la”. En San Telmo, no obstant això, se segueix una classificació tradicional, per ordre alfabètic d’autor. “Jo, intuïtivament, no els posaria així. Ho posaria geogràficament, o per temes o afinitats.”

A més de fer disponible la seua col·lecció al públic, per a Gabriela era important acompanyar-la d’activitats que la dinamitzaren i atragueren a una comunitat de lectors. “Encara és un repte, una assignatura pendent” reconeix. “El públic del fotollibre és xicotet i un poc endogàmic. No està resolt”. Recorda el “boom” del fotollibre –encara que no li agrada eixa paraula–, durant el qual es va publicar molt, i es van crear moltes editorials que hui estan consolidades en l’escena, i com inevitablement aquest creixement ha parat en els últims anys, a pesar que encara es produeix molt, sobretot en el terreny de l’autoedició. Encara així, “cal obrir més el mercat” –una altra paraula que tampoc li agrada utilitzar–, i destaca les fires com un punt de trobada fonamental, a pesar que li agradaria poder passar més desapercbuda i “anar més d’incògnit”. Inevitablement,

una col·leccionista com Gabriela, és molt atractiva per a les editorials i els autopublicants que assisteixen a aquestes fires. Aprofite i li demane que compartisca amb mi alguns consells que li donaria a algú que està començant en el terreny de l’edició d’art independent. Reconeix la necessitat de “tindre paciència i fetge, i tindre lloc a casa”. Construir una xarxa de contactes amb llibreries, distribuïdores, col·leccionistes, divulgadors... és fonamental. I cal ser realista. “A mi em diuen somiadora, però també cal ser conscient. Hi ha molts llibres i és difícil vendre’ls tots.” Comprén que existeix una pulsio, però també considera que hi ha una responsabilitat ecològica, i que cal buscar un públic. A més, no cal tindre pressa. “Un llibre és una cosa llarga, té unes etapes. Està bé que tinga un recorregut”.

Prestar sons i ossos

Valeria Mata és antropòloga social. Escriu i investiga sobre els encreuaments entre les pràctiques artístiques i l’antropologia, la dimensió política i cultural del menjar, i els imaginaris socials del viatge. Ha compartit tallers i organitzat grups d’estudi i exploració al voltant d’aquests temes. Va publicar “Plagie, Copie, Manipule, Robe, Reescriba Este Libro” (2018) i “Todo lo que se Mueve” (2020).

Vaig saber d’una biblioteca fundada amb el cant d’un teuladí. A partir del registre d’aquell primer so, als anys vint, els seus iniciadors van començar a reunir altres enregistraments i es va formar el que ara és el major arxiu de sons animals: milers de crides de lèmurs, xiulades de serps, grunyits d’ossos i bronzits de vespes que poden escoltar-se a qualsevol hora.

Dels sons m’agrada la seua dificultat per a posseir-los. També la seua capacitat de reproducció, i que en estar junts poden constituir un patrimoni de materials per a usar-se i gaudir-se. Una biblioteca de sons, igual que una d’eines de treball o d’utensilis de cuina, té la capacitat de disseminar-se en moltes direccions i desafiar la reclusió: de circular alegrement sense propietaris reconeixibles.

Les coses que menys imaginàriem compartir poden entrar en cadenes de circulació i préstec. Una cuinera em contava que durant la postguerra espanyola, en moments de precarietat, existien personatges als quals anomenaven “sustancieros”: homes que anaven pels carrers portant un os de vaca o de porc lligat a una cordeta. L’os es prestava o llogava en diverses cases, submergint-lo en les olles per uns minuts per a donar gust als caldos de cada família sense gastar tants diners.

I no sols els ossos d’altres animals poden compartir-se, podem pensar en els nostres propis cossos com a materials en préstec. Com qualsevol criatura, en morir, passem a ser aliment d’altres éssers i ens prestem a ser devorats com a part de la biblioteca comestible de la Terra. Ja que nosaltres ens hem alimentat d’uns altres, el més ecològic és retornar-nos, com un regal recíproc a la comunitat.

Pense que una biblioteca, més que

un espai físic, és una pràctica de circulació de coses visibles i invisibles, una construcció de relacions entre un grup de prestadors que ofereixen, per exemple, sons, ossos o cossos.

Sitterwerk

La Kunstbibliothek de la Fundació Sitterwerk és una biblioteca de consulta amb uns 30.000 volums sobre art escultòric, artesanía, ciència dels materials i tecnologia de la fundicó situada en St.Gallen, Suïssa. La biblioteca, juntament amb l'arxiu de materials, és veïna de la fundició Kunstgiesserei St.Gallen i la Kesselhaus Josephsohn que, en connexió i col·laboració, la converteixen en un lloc d'investigació sobre l'art i la seua producció.

Es pot accedir als fons a través del catàleg en línia de Sitterwerk o consultar-los directament in situ. La ubicació de cada llibre dins de la prestatgeria es documenta diàriament amb ajuda de la tecnologia RFID. L'inventari continu que s'aconsegueix d'aquesta manera fa possible que els llibres es col·loquen en un ordre dinàmic específic del lloc, determinat pels usuaris de la biblioteca.

Salon für Kunstbuch

El Salon für Kunstbuch va ser una instal·lació que va estar exposada entre 2007 i 2019. Inicialment es va situar en l'estudi de Bernhard Cella i més tard en Belvedere 21. Es va concebre com la maqueta d'una llibreria i es va presentar com a tal. Com a part d'aquestes activitats, també es va començar a publicar llibres d'artista i a utilitzar el segell Salon für Kunstbuch com a plataforma en internet.

En 2019, la instal·lació es va tancar a causa d'un canvi en la direcció de Belvedere. Des d'aleshores, només queda l'editorial i la plataforma online. Segueix interessat en temes relacionats amb el treball artístic i l'edició, especialment en el context de l'autoedició en les arts i l'edició anònima. No obstant això, mai va ser una biblioteca; més aviat ho descriuria com un laboratori. En el seu estudi conserva un arxiu d'uns 20.000 llibres, i es continuen desenvolupant noves obres a partir d'aquestes.

Biblioteca Kyiv

Biblioteka és una biblioteca i una plataforma per a imaginar el que podria ser una biblioteca. Alberga una col·lecció de 8.000 volums de publicacions rares i esgotades d'artistes, llibres i revistes d'art, arquitectura, fotografia i disseny que reflecteixen el panorama editorial contemporani. Des de la seua creació fa 7 anys a Kíev, Ucraïna, el projecte ha funcionat en un total de 4 espais diferents, el més recent en Peckham, Londres, des de 2020.

Edcat

L'espai virtual per a les publicacions d'art del món real: edcat és una plataforma online en constant creixement feta per a les publicacions d'art. La seua visió és portar més art a més gent i fer que la informació siga accessible per a tots, en qualsevol lloc.

Edcat utilitza una estructura de base de dades dissenyada específicament per a llibres i edicions d'art. Amb més de 20.000 articles catalogats, 25.000 entitats i 1.000 usuaris registrats, edcat és ja una font indispensable per a molts artistes, editors, col·leccionistes i investigadors de tot el món.

Queer Reads Library

Queer Reads Library (QRL) és una col·lecció de llibres i fanzines de publicació independent centrats en narratives i temàtiques queer. La Biblioteca reuneix una selecció de "lectures queer" amb les quals el públic pot interactuar. A més de mostrar i compartir materials de lectura de la Biblioteca, QRL està interessada a examinar la història queer i explorar els idiomes en el context queer, a través de tallers i investigacions en curs, amb el resultat de la sèrie de fanzines Queer Reads Lexicon (iniciada en 2019) i Fill in the Blanks: queer print culture in Hong Kong (iniciada en 2022). QRL es va establir en 2018, una col·laboració entre amistats entre Beatrix Pang @smalltunepress, Rachel Lau @racholauart i Kaitlin Chan @kaitlinmchan.

Pàgines 52 — 53

Unloved books

Eugenia Font és investigadora visual i treballa en projectes culturals de manera independent. En els últims anys, ha col·laborat estretament amb arxius, biblioteques i artistes per a fer i pensar amb llibres i imatges. Actualment, forma part de l'equip del departament de Picture Research en l'editorial Thames & Hudson.

“Unloved Books” és un projecte que presenta llibres que mai han sigut prestats en biblioteques i, per tant, estan destinats a ser retirats de la col·lecció. Aquesta idea es materialitza amb una mostra de llibres a l'entrada de l'espai, on es convida als visitants a agafar o deixar els llibres; entenen que agafar un llibre, estan “rescatant-lo”, mentre que si el deixen, serà retirat de manera definitiva.

Aquesta proposta ofereix als visitants l'oportunitat d'influir directament en el futur d'aquests llibres. En prendre un llibre, estan contribuint al fet que aquest continue sent part de la col·lecció, mentre que en deixar-lo, estan contribuint a la seua retirada permanent. Aquesta interacció entre els visitants i els llibres es converteix en una forma participativa i tangible de determinar quins romanen a la biblioteca i quins són retirats.

El projecte va sorgir després que un amic m'ensenyara llocs web que presentaven de manera aleatòria música de Spotify (Forgotify.com) o vídeos de YouTube sense cap reproducció (Astronaut.io). I, amb el que a mi m'agrada el drama, em va fascinar la idea de donar espai a tot allò “no volgut”, i vaig començar a explorar de quina manera podia vincular-se amb els meus propis interessos.

Un dels objectius de Unloved Books és observar com ha influït la digitalització de sistemes en la curadoria de les col·leccions físiques. Les biblioteques amb les quals he treballat utilitzen sistemes digitals de seguiment que han reemplaçat el mètode tradicional d'estampar la data de devolució en els llibres. Amb aquest mètode, es pot identificar la freqüència amb la qual un llibre ha sigut consultat i a partir de la informació obtinguda, es genera una base de dades digital on fàcilment es poden filtrar els llibres que no han sigut retirats de la biblioteca. Això és un paràmetre de selecció comuna usat en biblioteques per a destriar

i donar espai a nous llibres que puguen reflectir els interessos actuals del públic. No obstant això, pot posar en evidència un problema de caràcter estructural.

Mitjançant aquest sistema de selecció que es basa exclusivament en la popularitat dels llibres, es corre el risc que les narratives menys representades en termes socials i culturals continuen ocultes i, en certa manera, excloses. Això succeeix perquè l'èmfasi recau en aquells llibres que ja són de renom, i en conseqüència, les veus i perspectives menys difoses i reconegudes en la societat poden quedar en un segon pla. Aquesta preferència per allò popular pot portar a la perpetuació de desequilibris i biaixos inherents de la societat, la qual cosa al seu torn pot limitar la diversitat i la inclusió en la selecció de llibres. Llevat que es proposen i s'implementen enfocaments de selecció alternatius, és probable que aquest sistema perpetue desigualtats i exclusions en la col·lecció de la biblioteca.

Sistemes com aquest solen operar sense ser qüestionats i és per això que projectes com aquest poden servir com a catalitzadors per a imaginar altres possibilitats. És cert que hi ha accions que les biblioteques posen en marxa per a reduir aquesta problemàtica com fer displays mensuals sota un tema on es proposen veus menys representades, com per exemple “Mes LGBTQIA+” però em pregunte si és suficient. Encara que no tinga una solució concreta en ment, ja que la tasca de selecció de llibres és extremadament complexa, m'interessa plantejar interrogants i explorar altres opcions junts en comunitat.

Els protocols i les polítiques vigents varien d'una biblioteca a una altra. Per exemple, en la universitat Goldsmiths, on es va dur a terme la primera edició del projecte, operen de manera independent, la qual cosa els atorga la llibertat d'establir les seues pròpies regles i determinar la freqüència amb la qual retiraran llibres. D'altra banda, quan es va executar el projecte a la biblioteca comunitària de Deptford, vaig observar un major control per part de l'ajuntament al fet que es feren les destries corresponents.

Les edicions en Goldsmiths i Deptford
--

L'edició en Goldsmiths va ser rellevant perquè van sorgir moltes qüestions que no havia anticipat. Les prestatgeries destinades a exhibir el projecte tenien capacitat per a allotjar al voltant de 70 llibres. Això implicava que, d'una llista de centenars de “Unloved Books”, s'havia de fer una selecció i decidir en funció de quin criteri. Al principi, vaig optar per utilitzar un lloc web de selecció aleatòria. No obstant això, com era d'esperar, la majoria dels llibres que es van triar eren d'autors europeus blancs. Això va deixar en clar que, encara que siga aleatori, reproduceix les contingències pròpies de la col·lecció. Finalment, vaig optar per dur a terme una selecció que fora meitat aleatòria i meitat deliberada, amb la intenció d'assegurar un nivell mínim d'equitat, encara que, per descomptat, influïda pels meus propis criteris i seleccions.

Una vegada vaig exposar la primera selecció de llibres, em vaig adonar que els visitants tenien la tendència de voler rescatar tots els llibres, per la qual cosa havia de reposar la selecció diàriament. Fins i tot títols com “How to Use Word 2004”, “Mangling like a Man” o “Castration and the Heavenly Kingdom”. Supose que sostindre

un llibre que saps que serà retirat desperta un sentiment d'inclinació, i motiva a les persones a convertir-se en salvadores. Aquest aspecte em resulta especialment interessant ja que transcendeix qualsevol decisió purament lògica donant peu a una resposta afectiva.

Per a mi, tindria molt de sentit que els llibres que he comentat desaparegueren de la biblioteca per a donar espai a altres títols que s'adaptaren millor a les necessitats o interessos actuals. Aquests llibres probablement són els casos més obvis i fàcils de decidir ja que més enllà que puguen funcionar com un retrat de la societat de fa uns anys, hui dia han quedat obsolets. És evident que a les biblioteques es requereix espai per a incloure nous llibres, i per a aconseguir-ho, alguns se n'han d'anar. Faena que considere d'allò més complexa.

La proposta per a fer el projecte en Deptford va ser molt ben acollida en un primer moment, però va passar una cosa un poc estranya. Després de rebre la llista de “Unloved Books” basada en les dades del seu sistema, vaig començar a fer la selecció dels llibres que s'exposarien. En notar que hi havia una falta de llibres antics o de poca rellevància, en contrast amb el que havia experimentat en Goldsmiths, un bibliotecari em va informar que un altre bibliotecari havia realitzat un filtre previ just uns dies abans de començar; enseyant-me diverses caixes plenes de llibres. No vaig entendre molt bé el perquè, però em va donar la sensació que volien evitar mostrar que no havien tret els llibres quan tocava per normativa de l'ajuntament. I ja per a afegir un toc graciós, als pocs dies vaig rebre un correu de la biblioteca amb preocupació perquè algunes persones, en veure els llibres amb el títol del projecte, pensaven que eren donacions i es van emportar diversos d'ells per sempre. Que, francament, em va fer bastant gràcia.

Una cosa en la qual estic treballant com a següent pas del projecte és organitzar espais de discussió amb usuàries i bibliotecàries, on col·lectivament decidim quins llibres conservar, quins retirar, i el perquè d'eixes decisions. Encara que no m'imagino que aquesta tasca es convertisca en un sistema habitual a les biblioteques, em sembla un bon punt de partida perquè sorgisquen idees, dubtes i complicacions, pensant juntes en el significat de cada decisió presa. Tal vegada, d'aquesta mescla d'opinions i perspectives, poden sorgir noves idees i potencials criteris de selecció.

Pàgines 54 — 56

La segona vida del llibre

Entrevista a Luuk van den Berg (Wolf Books)
--

SARA ARROYO: Podries presentar-nos Wolf Books?

LUUK VAN DEN BERG: Wolf Books & Printed Matter està formada per mi, Luuk van den Berg i la meua sòcia, Doğa Gönüllü. Jo tinc una formació relativament xicoteta en fotografia i em dedique a l'educació artística, i Doğa és dissenyadora gràfica i es dedica principalment als llibres, encara que també treballa ocasionalment en l'educació artística. Wolf va començar fa només uns anys per la nostra pròpia afició als (foto)llibres,

quan compràvem llibres rars que no podíem permetre'ns realment per a poder mirar-los durant una setmana o dues i després tornar a vendre'ls. Això ens va fer adonar-nos que se'ns donava molt bé buscar aquest tipus de llibres i així és com ens convertírem en una empresa més seriosa.

Actualment només operem per Internet i venem exclusivament llibres rars i descatalogats, principalment centrats en fotografia. No obstant això, prompte obrirem el nostre espai físic, i per tant passarem de vendre, no sols llibres rars i descatalogats (encara que això continuarà sent una part important de la nostra activitat), sinó també llibres nous, fanzines, col·leccionables i potser començarem a publicar nosaltres mateixos a petita escala. Estem tractant de desenvolupar un espai que siga adequat com a botiga, estudi i xicotet espai d'exposicions, amb l'objectiu de fer de Wolf un lloc sostenible per als pròxims anys, online, però també per a la comunitat local. Per exemple, tota la nostra col·lecció privada es podrà veure amb cita prèvia en el nostre nou espai perquè els estudiants i altres persones interessades puguen accedir a llibres que sovint no són molt assequibles o són difícils de trobar.

SA: Quan pense en el mercat de llibres rars i descatalogats, no puc evitar pensar en el temps i la vida útil d'un llibre. En la meua experiència com a llibretera de Tambourine, una llibreria online especialitzada en art (ja desapareguda), la dinàmica que em movia es basava en la urgència d'adquirir els últims llançaments d'editorials i artistes autoeditats, i fer tot el possible per assegurar la seua disponibilitat abans que ningú en la meua zona. Així m'assegurava que els meus clients em compraren el llibre a mi, en lloc d'un altre lloc. Com descriuries la vostra estratègia com a llibreters en Wolf Books, i quines són algunes de les prioritats o criteris que seguïu a l'hora de triar i adquirir títols?

LB: Des que ens centrem sobretot en llibres rars i descatalogats, la nostra estratègia a l'hora d'adquirir llibres és bastant diferent de l'estratègia a l'hora d'adquirir llibres nous. En el cas dels llibres descatalogats o rars hi ha dos factors importants per a nosaltres: saber quins llibres busca la gent, com i on aconseguir-los. Les nostres principals prioritats són llibres de bona qualitat a preus decents. Els llibres descatalogats o rars no són barats, però intentem mantindre preus justos i no unflar-los en excés perquè aquests llibres rars que ja són difícils d'adquirir no siguem encara més inassolibles per a la gent sense grans pressupostos. Un altre aspecte important, més similar al treball amb llibres nous, és la selecció. Estudiem constantment el que encaixa amb la nostra botiga/clientela i tractem de mantindre una selecció variada de llibres de diferents preus.

SA:Què és un llibre rar i quins són alguns dels factors que determinen si un llibre arriba a ser “rar”?

LB: En poques paraules, un llibre “rar” és un llibre difícil de trobar, molt desitjat i, per tant, bastant valuós. Per descomptat, tots aquests factors tenen les seues pròpies raons, com la grandària de la tirada o aspectes únics del llibre (per exemple,

signatures, dedicatòries o fins i tot modificacions més elaborades de l'original). Determinar si un llibre es converteix en rar és bastant difícil, ja que la majoria de les vegades no està clar quina és la tirada original o si el llibre es reimprimirà immediatament després d'haver-se esgotat. Esperar sobre el que es convertirà en rar i comprar exemplars d'eixos llibres quan estiguen disponibles és molt diferent de buscar llibres que ja són rars i difícils de trobar. Preferim això últim.

SA: Té sentit. L'especulació sempre comporta un major grau de risc que no sempre és fàcil d'assumir, especialment en el camp dels llibres d'art, que no gaudeix d'un públic tan nombrós i constant com el de la literatura, per exemple. Com descriuries a la vostra clientela? I quines són algunes de les eines o fórmules que heu utilitzat per a construir i assegurar la vostra audiència?

LB: La nostra clientela és bastant àmplia i definitivament internacional. Tenim molts clients estrangers i d'un ampli espectre. Entusiastes, col·leccionistes, fotògrafs, artistes, museus, biblioteques, de tot. A vegades fins i tot altres llibreters intenten comprar-nos, encara que en realitat no és això el que volem.

Crec que per a nosaltres tot comença amb el fet que ens agraden molt els (foto)llibres, i crec que això es nota. Per exemple, a la nostra botiga, que prompte obrirà les seues portes, es podrà veure tota la nostra col·lecció privada amb cita prèvia, per la qual cosa esperem que puga ser un recurs valuós per a estudiants i artistes. Preferim que els llibres es vegen sovint al fet que visquen en una prestatgeria i només es toquen una o dues vegades a l'any.

Pel que fa a la botiga, hem analitzat la nostra pròpia experiència en la compra de llibres i l'hem combinada amb els nostres valors personals. Per això ens centrem en un servei al client d'alta qualitat, descripcions precises de l'estat dels nostres llibres i preus raonables. Els llibres rars ja són bastant cars, així que intentem no unflar massa els preus (una de les raons per les quals preferim vendre directament als clients i no a altres llibreters). Un altre aspecte important és un embalatge resistent. A ningú li agrada rebre un llibre en mal estat a causa d'un embalatge deficient. Un últim factor important per a nosaltres són les xarxes socials, en concret Instagram. Els fotògrafs i els amants dels llibres de fotos formen una gran comunitat en Instagram, on hem establít molts contactes amb editors, fotògrafs, educadors i aficionats.

SA: Des de l'inici de la COVID 19 i els posteriors bloquejos, hi ha hagut un gran esforç per enfortir les xarxes comunitàries en el nostre camp. Aquest esforç va començar digitalment –per raons òbvies–, però amb el temps –tan prompte com va ser possible– es va apoderar també del món “físic”, amb l'obertura de llibreries i altres espais indefinits dedicats als llibres, així com l'establiment de noves fires del llibre. Com heu viscut l'era postcovidica amb Wolf Books?

LB: En certa manera, pot ser que la pandèmia ens haja ajudat un poc. A mesura que passàvem de col·lec-

cionar llibres nosaltres mateixos a convertir-nos en una botiga —en aquell moment online—, ens beneficiava que la gent trobara altres maneres de gastar el seu temps i els seus diners. També sentíem que la gent anhelava interaccions físiques després d’haver-se vist obligada a passar molt de temps en l’ambient digital. Per a nosaltres era el mateix, els llibres físics, durant els tancaments, eren una cosa en la qual perdre’s sense un algorisme o una pantalla. També ens va portar a l’ambició d’obrir un espai físic per als llibres, on a més de tindre la nostra botiga poguérem organitzar, exposar, col·laborar, crear i, en general, compartir la nostra estima pels llibres.

SA: Sembla que en aquests moments se li està donant molta importància a l’“arxiu”, tant en línia com imprés. Com a ex-llibretera, vaig començar a notar-ho en el nombre de llibres publicats amb aquesta mena de contingut, que de sobte es va disparar. També obeeix innegablement a la compulsió pel col·leccionisme, que potser es va desencadenar durant la Covid com a reacció a la nostra dependència digital. Has notat una tendència similar pel que fa als llibres, tant com a objectes de col·leccionisme en si mateixos o com a material d’abastiment?

LB: Sens dubte hem notat un cert increment dels llibres que tenen alguna cosa a veure amb l’arxiu. Crec que la seua popularitat actual té a veure amb el que has comentat, la dependència digital. En general, és bastant evident que la digitalització ha fet grans salts en les últimes dècades. Primer va ser acceptada sense reserves per la majoria de la gent, però després d’un temps tot era tan digital que la fiscalitat de les coses va tornar a ser important. Tocar un objecte, sostindre’l i experimentar-lo no en una pantalla sinó en la realitat ha demostrat ser una cosa valuosa. El ressorgiment de l’interés i el col·leccionisme de llibres, vinils i altres objectes físics, així com de la fotografia i el gravat analògics, són exemples d’això. Com a col·leccionistes, ens encanten els arxius i tenim molts llibres sobre ells, però molts d’ells no són particularment recents.

SA: Tornant al llibre rar, m’agradaria preguntar-te per alguns dels llibres d’art més buscats del mercat actual. Quins són concretament, o a quina tipologia de publicació pertanyen, i per quant poden arribar a vendre’s?

LB: Realment hi ha massa per a enumerar-los, i abasten una àmplia gamma de categories. Diferents gèneres de fotografia, llibres d’artista, edicions especials. Els llibres més buscats pels col·leccionistes adinerats són les primeres edicions de superclàssics com The Americans, de Robert Frank, o clàssics japonesos com Chizu (The Map), de Kikuji Kawada, que poden arribar fàcilment als milers d’euros, si és que es poden trobar (en el cas de Chizu). En realitat no ens centrem en els llibres ultres rars, però alguns exemples de llibres rars que ens agraden molt a nosaltres i a la nostra clientela són Telex Iran de Gilles Peress, Hustlers de Philip-Lorca diCorica, Grapevine de Susan Lippers i Hillbilly

Heroin, Honey de Hannah Modigh. Els preus dels llibres solen oscil·lar entre 300 i 600 euros, però és fàcil trobar-los per molt més, depenent d’on es compren.

SA: És correcte dir que hi ha cert grau d’exageració social amb certs títols? Diries que existeix una certa pressió per posseir alguns d’aquests títols tan populars o de moda? És una pressió específicament dissenyada? Al cap i a la fi, els llibres s’han convertit en objectes amb els quals especular com qualsevol altre objecte de col·lecció i, per tant, en una inversió valuosa.

LB: No hi ha dubte que alguns títols despertin interès social, però sovint per bones raons. En general, també es tracta simplement de bons llibres. Alguns llibres salten a la vista, uns altres tenen un editor que sap promocionar molt bé el llibre i altres simplement tenen una enorme atracció en les xarxes socials. No he experimentat molt de bombo en llibres que resultaren ser en realitat llibres roïns, però sí he vist com el bombo es desinflava després que un llibre es reimprimira dues vegades en molt poc temps. Quant a una pressió específicament dissenyada, no crec que s’utilitzen realment. Pot ser que els llibres s’hagen convertit, en part, en objectes que algunes persones compren com a inversió, però crec que la gran majoria de la gent compra aquests llibres perquè li interessa el seu contingut, i la possibilitat de creixement financer no és ni molt menys l’objectiu principal d’aconseguir el llibre.

SA: Abans has comentat que esteu interessats a autoeditar-vos. Com creus que l’experiència com a llibreter us influirà en la pràctica editorial? Quins consells i reflexions sobre el mercat i els seus secrets heu recollit al llarg dels anys i aplicareu en la vostra aventura editorial?

LB: Estem interessats en publicar nosaltres mateixos, però crec que per a començar serà més un projecte personal que una altra cosa. En eixe sentit, no diferirà molt del que hem fet amb la nostra botiga, que va nàixer del nostre amor pels llibres i va créixer a partir d’aquí. Per a començar, la nostra editorial no seria molt diferent, fent i produint coses que simplement ens agraden, com a xicotets fanzines, publicacions fetes a mà o altres objectes efímers, col·laborant amb amics i artistes. Crec que si fas les coses pels motius correctes, amb convicció i sense prendre dreces, les oportunitats es presentaran en algun moment. I al final, el nostre principal motiu és fer coses que ens agraden amb gent que ens agrada.



Futuras redes de intercambio editorial

¿Y si aprovecháramos esta nueva red para compartir nuestros libros? Los corredores internacionales propuestos nos dan muchas pistas sobre qué países están actualmente más aislados geográficamente y a través de qué rutas será más eficiente conectarse a la “red mayor”.

- Báltico – Adriático
- Mar del Norte – Báltico
- ===== Mediterráneo
- Oriente / Este del Mediterráneo
- Escandinavia – Mediterráneo
- Rin – Alpino
- Atlántico
- Mar del Norte – Mediterráneo
- Rin – Danubio

Còmics Meetings Artist's Books es el relato de un visitante de una feria del libro ficticia. Típico de la estrategia de Francesc Ruiz, el proyecto se presentó también como instalación en la Fundació Joan i Pilar Miró de Palma de Mallorca. Siguiendo la típica guía de la literatura educativa ilustrada, el lector recorre siete stands diferentes de productores punteros de libros de artista y cómic independiente, afincados en el área mediterránea.

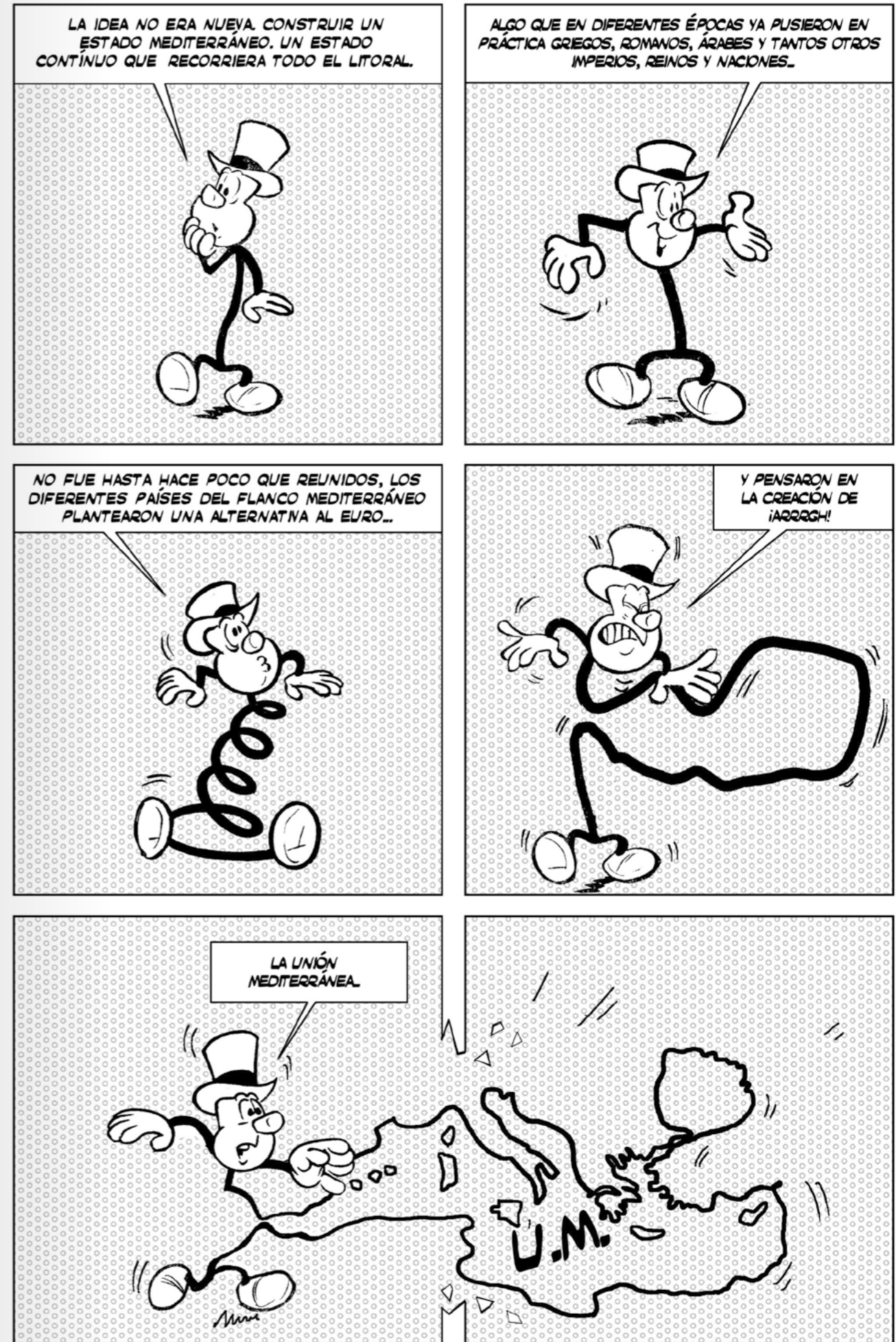
Comics Meetings Artist's Books imagina un mundo situado en la periferia de las grandes industrias del cómic (UE-EEUU-JP), donde las alianzas geográficas pueden activarse hacia la producción de escenas y comunidades artísticas radicales. La figura proverbial del guía no es otra que Tiramolla, el famoso personaje de cómic italiano creado por Renzi y Rebuffi en los años cincuenta.

La elección de Ruiz para este personaje de cómic no es arbitraria. Tiramolla remite a una época en la que el Movimiento de Países No Alineados reunía a 120 Estados miembros para articular una agenda independiente de las dos grandes potencias políticas durante la Guerra Fría. **Comics Meetings Artist's Books**, situado lejos de las geografías de las superpotencias del medio, traza una historia imposible de alianzas

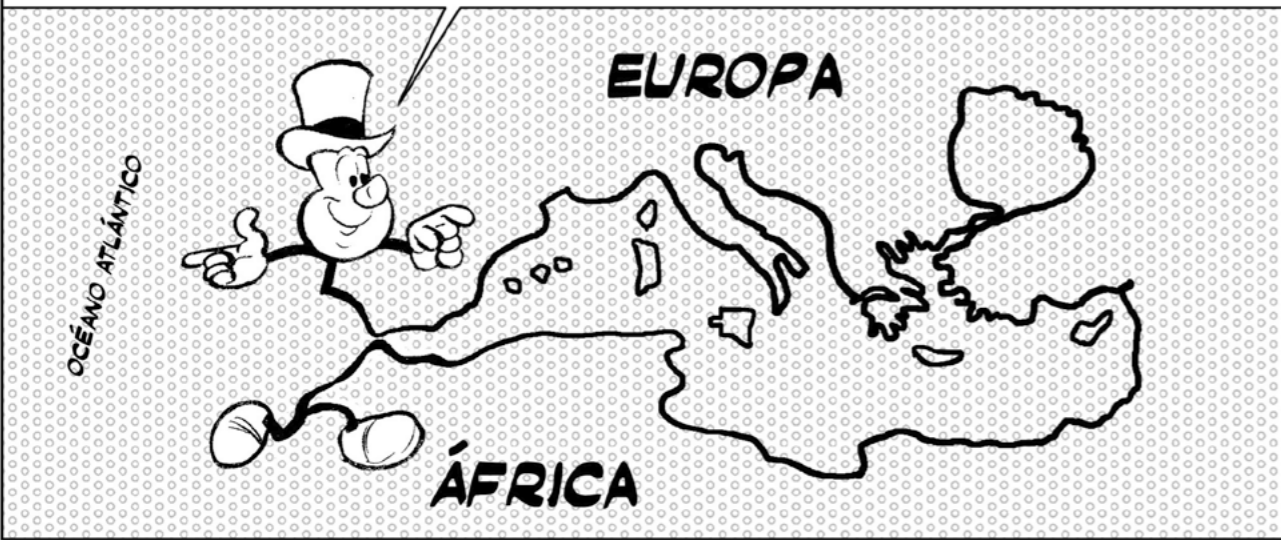
en el cómic; la estética camp y las afinidades secretas del subalterno cultural y geográfico de los productores de cómics experimentales.
— Ilan Manouach

Comics Meeting

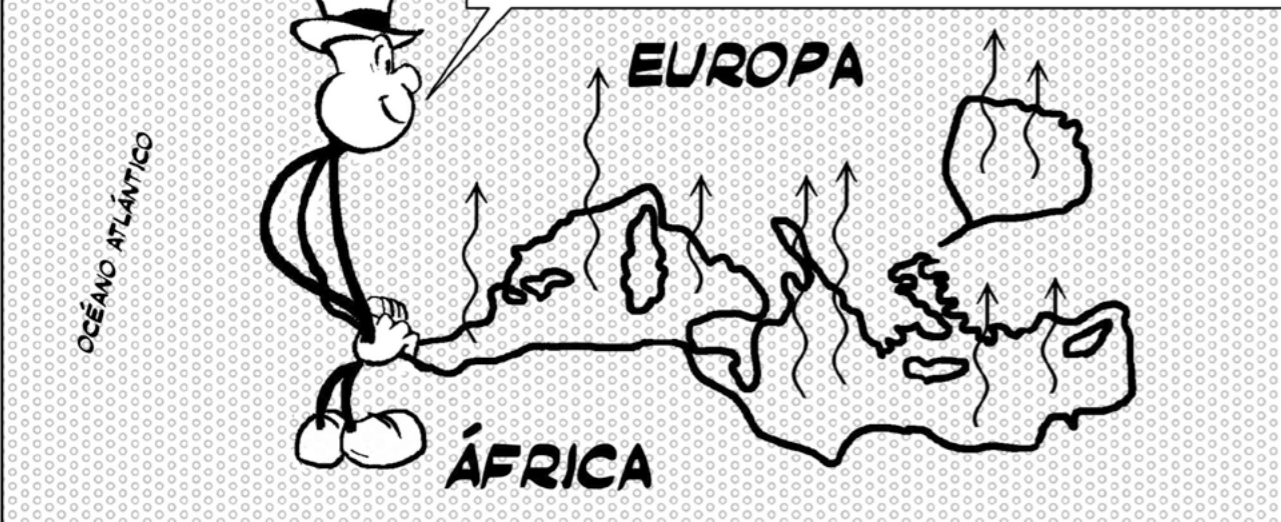
Artist's Books



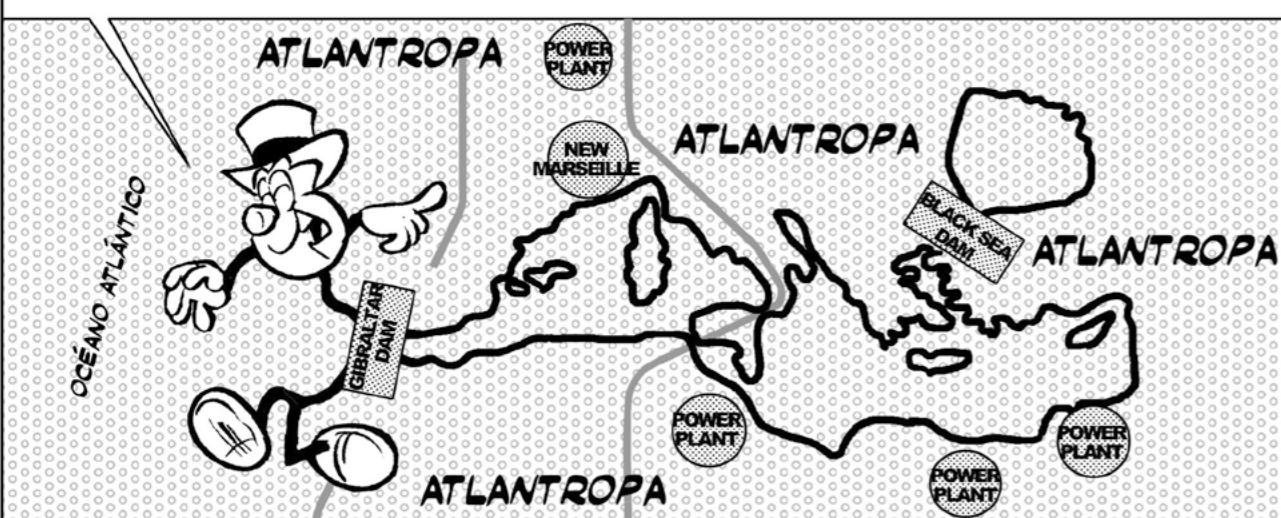
UNA NUEVA SITUACIÓN GEOPOLÍTICA, QUE NECESITARÁ DE MUCHA INVENTA Y DIÁLOGO. NADIE SE ACUERDA DE ATLANTROPA. UN PROYECTO NO REALIZADO DEL ALEMÁN HERMAN SÖRGE. SU VOLUNTAD ERA FUNDAR UN NUEVO CONTINENTE, UNIENDO EUROPA Y ÁFRICA.



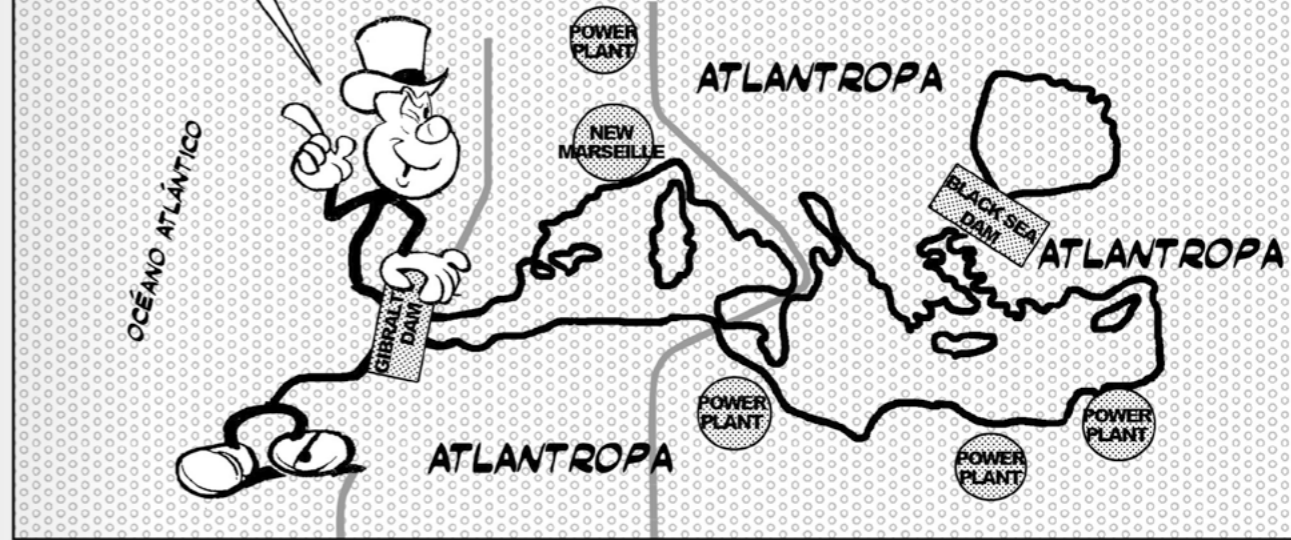
PRETENDÍA CREAR UNA PRESA EN EL ESTRECHO DE GIBRALTAR, PARA DE ESTA MANERA HACER DESCENDER EL NIVEL DEL MAR MEDITERRÁNEO.



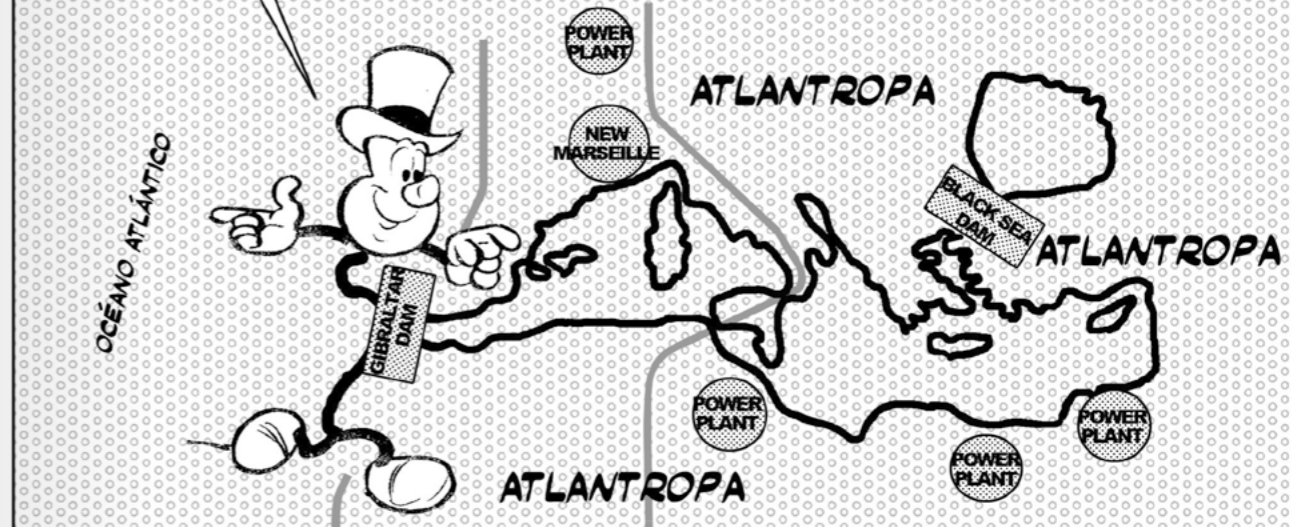
TRAYENDO CONSIGO NUEVAS TIERRAS PARA EL ESPACIO TERRITORIAL DE EUROPA, PERMITIENDO ADEMÁS UNIR TÚNEZ E ITALIA A TRAVÉS DE UN PUEBTE. UNA VISIÓN COLONIALISTA QUE CONSIDERABA EL SUR COMO UN LUGAR DE EXPLOTACION.



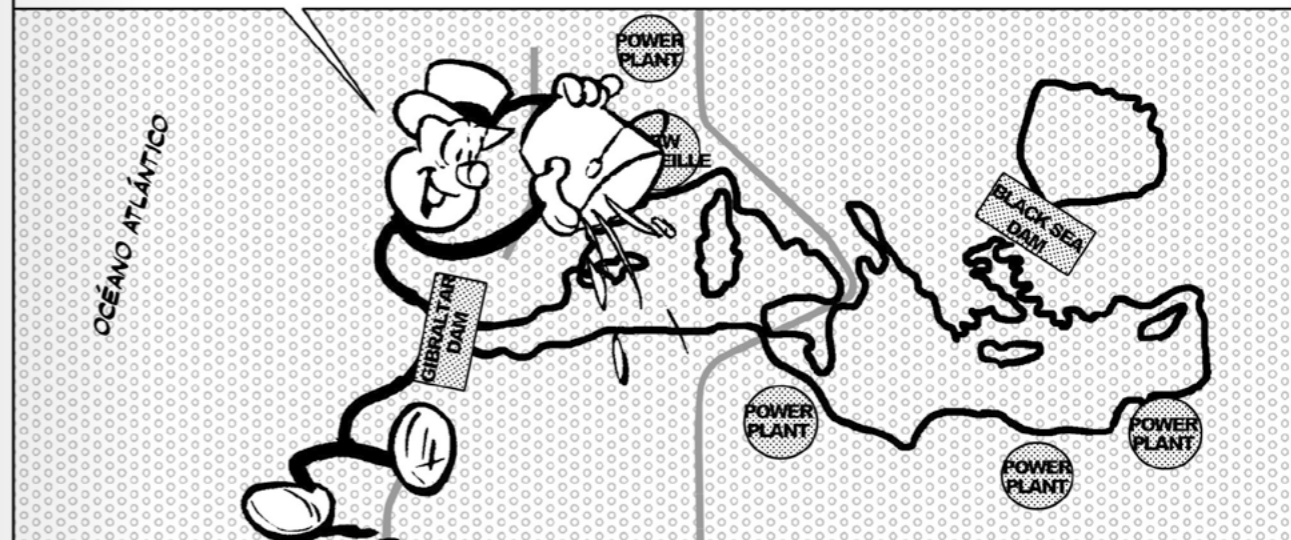
TODAS LAS CIUDADES DE LA COSTA TENDRÍAN QUE TRASLADARSE KILÓMETROS HASTA EL NUEVO LITORAL. NUEVA MARSELLA SE PROPUSO COMO LA CAPITAL DE ESTE NUEVO CONTINENTE. ¿NECESITARÁ EN ALGUN MOMENTO LA UNIÓN MEDITERRÁNEA ESTE TIPO DE EXPANSIÓN?

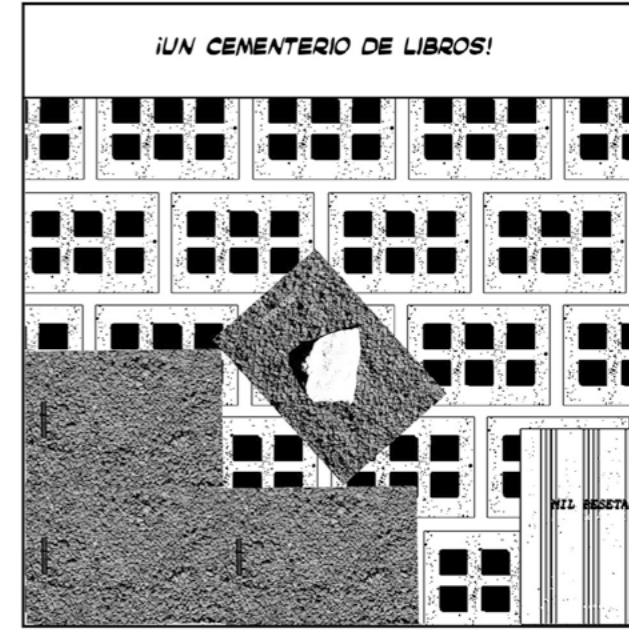
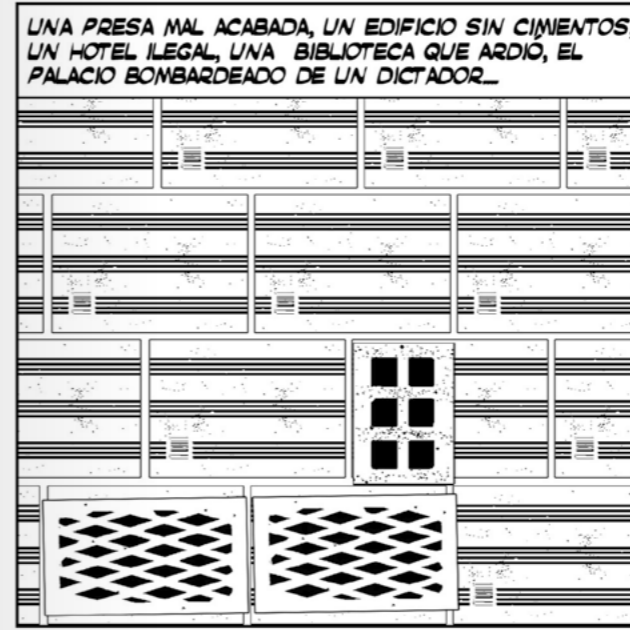
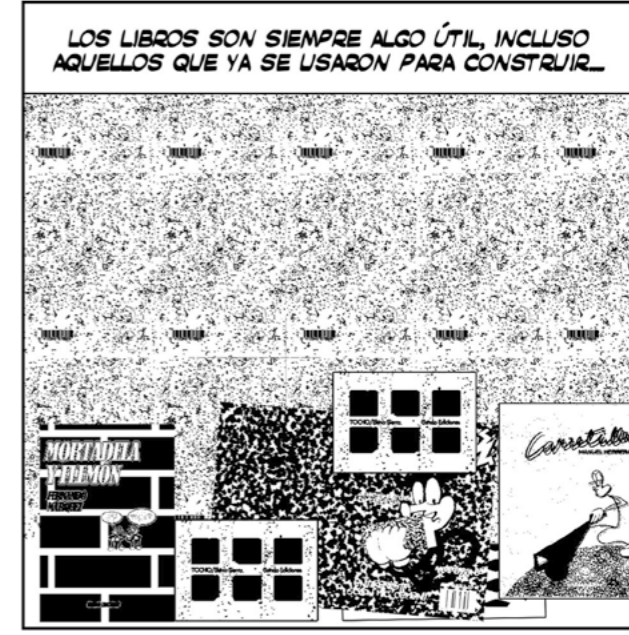
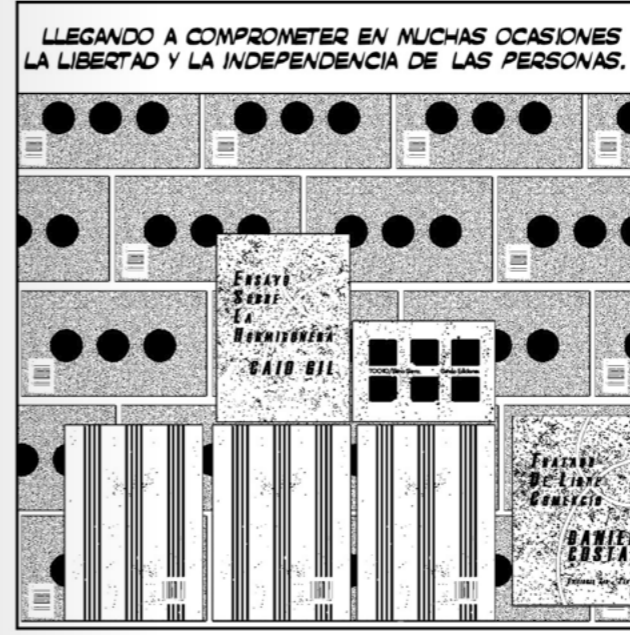
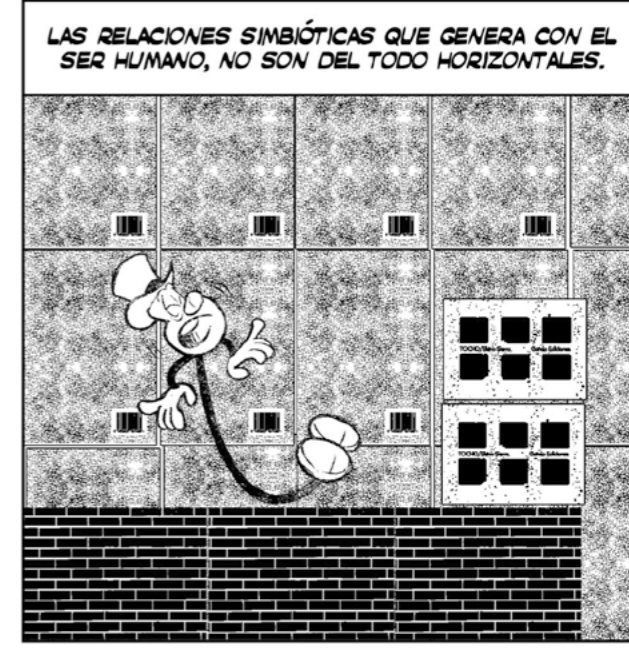
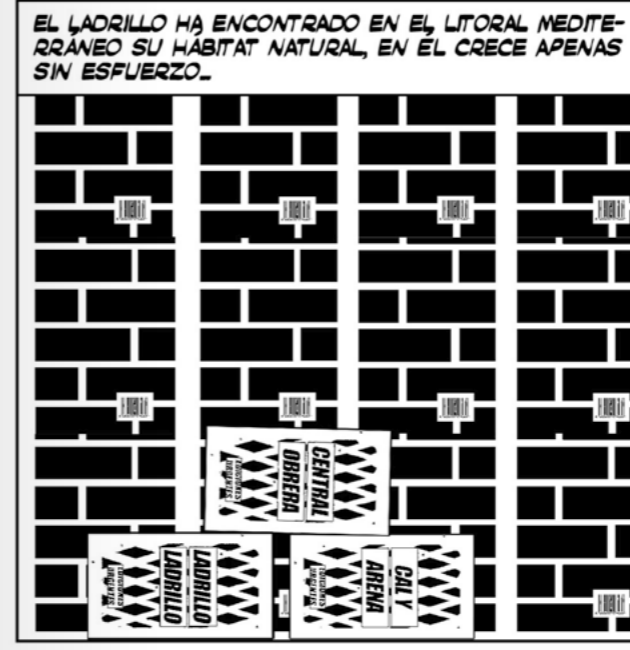
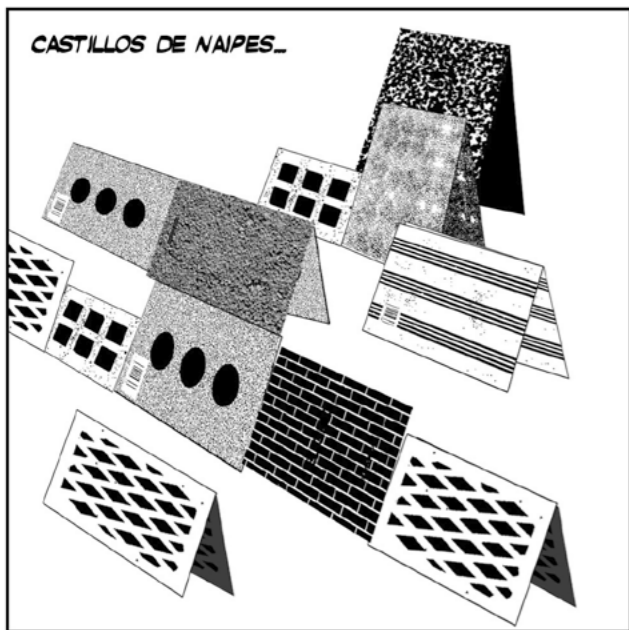
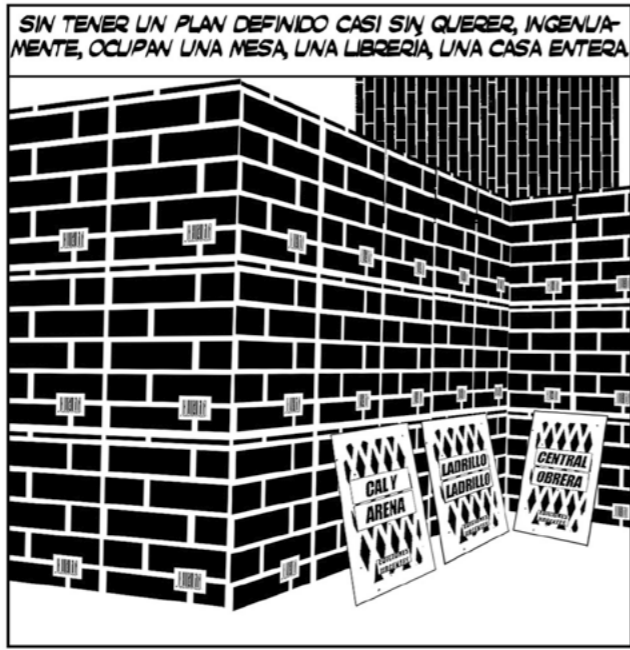


LO DUDO. EL PLAN DE ATLANTROPA TAMBIÉN CONTEMPLABA LA CONSTRUCCIÓN DE UN GIGANTESCO LAGO EN EL CENTRO DE ÁFRICA CON EL QUE VOLVER FÉRTIL EL DESIERTO. UN PROYECTO QUE NO TENIA EN CUENTA NI A LOS PUEBLOS NI A LAS CULTURAS DE LOS TERRITORIOS QUE PRETENDIA MODELAR.



AGRADECIENDO EL QUE FINALMENTE SE DESCARTARA SU REALIZACION, RESULTA INTERESANTE PENSAR EL MEDITERRÁNEO COMO UN LUGAR MODIFICABLE, SUSCEPTIBLE DE SER PENSADO DE OTRA MANERA.







LIBROS DE ARTISTA, CÓMICS DE ARTISTA... LA BRISA MARINA PARECE HABER TRAILO A MÁS PÚBLICO AL EVENTO.



ESTOY HARTO DE AUTO-PUBLICARME. ¿CONOCES ALGUNA EDITORIAL?

PENSABA QUE, LA GRACIA RESIDÍA EN AUTOPUBLICARSE...



YA... PERO NO ME QUEDA YA TIEMPO NI DINERO PARA NADA, Y NO CONSIGO LLEGAR DONDE ME GUSTARÍA.

¿HABÍAS PENSADO EN ALGÚN TIPO DE EDITORIAL?



LES HE PRESENTADO MI PROYECTO A ALGUNAS PERO ME DIJERON QUE NO ENCAJABA EN SU LINEA.

TIENES QUE PENSAR EN UNA QUE TENGA BUENA DISTRIBUCIÓN. ESO ES LO MÁS IMPORTANTE.



¡SÍ! QUE CIRCULE Y QUE ME DE VISIBILIDAD.

ESO ES LO BUENO DEL CIRCUITO DE LOS LIBROS DE ARTISTA.



LAS LIBRERÍAS ESPECIALIZADAS SON LA ENTRADA AL MUSEO.

DI MEJOR QUE SON LA ENTRADA A LAS BIBLIOTECAS DE LOS MUSEOS...



TE ECHAMOS DE MENOS EN BERLÍN. EL ENCUENTRO DE EDITORES ESTUVO GENIAL.



ME HUBIERA GUSTADO HABER IDO PERO LAS SUBVENCIONES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA CULTURA NO SALIERON ESTE AÑO.

EMPIEZO A PENSAR QUE ESTO, DE LA EDICIÓN INDEPENDIENTE ES MÁS BIEN UN ESTILO DE VIDA.



HE CONSEGUIDO DE LA UNIÓN MEDITERRÁNEA UNA AYUDA PARA PODER ESTAR AQUÍ. AL MENOS SÉ QUE NO TENDRÉ PERDIDAS.

LOS LIBROS DE ARTISTA SOLO SON RENTABLES A LARGO PLAZO...



PARA ALGUNOS ES LA ÚNICA MANERA DE PODER PARTICIPAR.

SE TRATA DE UN CIRCUITO MINORITARIO.



SI SIGUEN ASÍ LAS COSAS NO SÉ SI PODRÉ VOLVER EL PRÓXIMO AÑO.

¿PERO QUÉ DICES? ¡PIENSA EN LA IMPORTANCIA DE ESTOS ENCUENTROS!



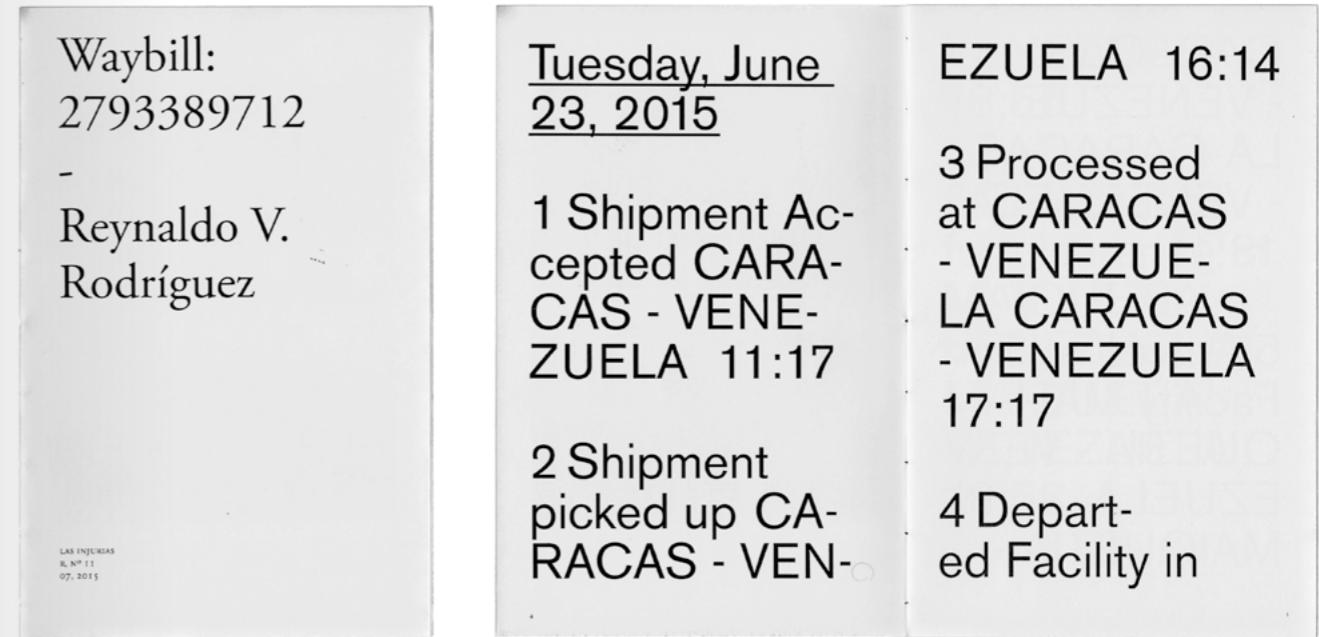
¿NO TE DAS CUENTA? LA EDICIÓN DE LIBROS DE ARTISTA NO VA A SER SOSTENIBLE NUNCA, ESTO ES UN BARCO HUNDIDO, AQUÍ TODOS SOMOS NAUFRAGOS, SUPERVIVIENTES, ENVIANDO MENSAJES DENTRO DE UNA BOTELLA AL MUNDO..

Creo que los libros son un medio perfecto para los outsiders o artistas que viven en lugares marginales de la sociedad. Nadie puede censurarte ni impedir que produzcas un libro.

Ahora mismo, al borde de políticas autoritarias sobre los derechos de las personas, publicar es mucho más necesario como medio para expresar la disidencia contra la opresión. Con los libros se puede desarrollar una relación a larga distancia con el futuro. Usándolo de ciertas maneras, los libros pueden ser peligrosos y brutales contra los imbéciles.

Los libros no requieren visados. Puedes ser un ciudadano de segunda clase, un inmigrante, un solicitante de asilo y un ilegal, pero ninguno de estos estatus se aplica a los libros Si perteneces a una de estas categorías, tenlo en cuenta.

Las Injurias
 (Reynalvo Vásquez Rodríguez)
 — Idea Poll 2021, Editado
 por Conceptual Poetics Day y Missread



Gabriela Cendoya-Bergareche empezó a comprar libros de Arte, de pintura contemporánea o fotografía, hasta llegar en los últimos 12 o 15 años a interesarse y comprar casi exclusivamente libros de **fotografía**.



años coleccionando fotolibros

Capítulo nueve

Gabriela Cendoya Bergareche (San Sebastián, 1958) colecciona fotolibros, y además le gusta hablar de ellos y enseñarlos. Fue “con la mirada de los demás”, precisamente, cuando surgió la conciencia de construir una colección. “Yo compraba para mí, y de repente me puse a comprar no sólo para mí, sino para enseñar también”.

Le pregunto por ese primer fotolibro que inicia la compulsión, una pregunta inevitable que reconoce haber respondido muchas veces: *Camera Works* (Thames & Hudson, 1984), de David Hockney. Aunque no estrictamente un fotolibro, marca el comienzo de un interés por la fotografía, y sobre todo, por la fotografía enmarcada en el libro. Del fotolibro destaca la emoción y “el poder que tiene para contar historias diversas y ricas”, a través de un medio tan democrático. “Yo reacciono en seguida al objeto”, admite, aunque esto no le impide comprar online regularmente aún con las decepciones que se ha llevado en más de una ocasión al recibir un libro en el correo, sobre todo por la calidad del papel, para lo que dice ser “un poco rara y maniática”.

“Ha cambiado mucho la manera de comprar; hemos pasado de comprar en un circuito muy local, a uno online, mucho más globalizado.” – Gabriela Cendoya-Bergareche

Reconoce que lo ideal es poder ver el libro y tocarlo, pero no siempre es posible (y aprovecha para animar a las editoriales a indicar el tipo de papel como un dato más de la información bibliográfica en sus páginas webs). Suele comprar en librerías tanto nacionales como internacionales, y también a las editoriales, aunque “al final lo mejor es comprar directamente al autor”.

Para acceder a estos títulos, internet ha sido fundamental. “Ha cambiado mucho la manera de comprar; hemos pasado de comprar en un circuito muy local, a uno online, mucho más globalizado”. Sin embargo, no sólo utiliza internet como fuente de información y punto de acceso, sino también como una herramienta de divulgación, que para ella es importante. A través de su blog, que inicia en 2015, así como su perfil en instagram, Gabriela ha encontrado la forma de abrir su colección a un público más amplio, “para compartir un poco más allá de lo físico, y desde casa”. Sin embargo, este empeño divulgativo lo llevará más allá del plano digital, con la firma de un acuerdo con el Museo de San Telmo en San Sebastián en 2017 a partir del cual pone a disposición del público un 80% de su colección, que por aquel entonces se

“A mí me llaman soñadora, pero también hay que ser consciente. Hay muchos libros y es difícil venderlos todos.” – Gabriela Cendoya-Bergareche

“Un libro es una cosa larga, tiene unas etapas. Está bien que tenga un recorrido.” – Gabriela Cendoya-Bergareche

correspondía con 1400 libros. “Se vació mi casa”. Desde entonces, la colección ha seguido creciendo, y hoy dispone de más de 3000 libros. Gabriela no sigue un criterio concreto en la adquisición de libros. “Es una colección muy ecléctica, me interesan muchas cosas y no me pongo frenos en ese sentido”. Sin

embargo, no es lo mismo comprar por afición, que comprar con la ambición de construir una colección. Entre otras cosas, se altera el volumen de adquisición. Desde que su colección forma parte de los fondos del museo, sí que ha sentido “el peso de la institución”, como le decía una amiga, y afirma “mirar de otra manera”, consciente de que hay títulos que deben estar, aunque tal vez no los habría adquirido para ella. Afirma ser “caótica y anárquica total” en la organización de sus libros, con pilas de libros por aquí y por allá. “He oído que a otros coleccionistas les pasa lo mismo con lo cual me quedo más tranquila”. En San Telmo, sin embargo, se sigue una clasificación tradicional, por orden alfabético de autor. “Yo, intuitivamente, no los pondría así. Lo pondría geográficamente, o por temas o afinidades.”

Además de hacer disponible su colección al público, para Gabriela era importante acompañarlo de actividades que lo dinamizaran y atrajeran a una comunidad de lectores. “Todavía es un reto, una asignatura pendiente” reconoce. “El público del fotolibro es pequeño y un poco endogámico. No está resuelto”. Recuerda el “boom” del fotolibro –aunque no le gusta esa palabra–, durante el cual se publicó mucho, y se crearon muchas editoriales que hoy están consolidadas en la escena, y cómo

inevitablemente este crecimiento ha parado en los últimos años, a pesar de que todavía se produce mucho, sobre todo en el terreno de la autoedición. Aún así, “hay que abrir más el mercado” –otra palabra que tampoco le gusta usar–, y destaca las ferias como un punto de encuentro fundamental, a pesar de que le gustaría poder pasar más desapercibida e “ir más de incógnito”. Inevitablemente, una coleccionista como Gabriela, es muy atractiva para las editoriales y autopublicantes que asisten a estas ferias. Aprovecho y le pido que comparta conmigo algunos consejos que le daría a alguien que está empezando en el terreno de la edición de arte independiente. Reconoce la necesidad de “tener paciencia e hígado, y tener sitio en casa”. Construir una red de contactos con librerías, distribuidoras, coleccionistas, divulgadores... es fundamental. Y hay que ser realista. “A mí me llaman soñadora, pero también hay que ser consciente. Hay muchos libros y es difícil venderlos todos.” Comprende que existe una pulsión, pero también considera que hay una responsabilidad ecológica, y que hay que buscar un público. Además, no hay que tener prisa. “Un libro es una cosa larga, tiene unas etapas. Está bien que tenga un recorrido”.

Valeria Mata es antropóloga social.

Escribe e investiga sobre los cruces entre las prácticas artísticas y la antropología, la dimensión política y cultural de la comida, y los imaginarios sociales del viaje.

Prestar sonidos y huesos

Capítulo diez

Valeria Mata

Ha compartido talleres y organizado grupos de estudio y exploración alrededor de estos temas. Publicó "Plagie, copie, manipule, robe, reescriba este libro" (2018) y "Todo lo que se mueve" (2020).

Supé de una biblioteca fundada con el canto de un gorrión. A partir del registro de ese primer sonido, en los años veinte, sus iniciadores empezaron a reunir otras grabaciones y se formó lo que ahora es el mayor archivo de sonidos animales: miles de llamadas de lémures, silbidos de serpientes, gruñidos de osos y zumbidos de avispas que pueden escucharse a cualquier hora.

De los sonidos me gusta su dificultad para poseerse. También su capacidad de reproducción, y que al estar juntos pueden constituir un acervo de materiales para usarse y gozarse. Una biblioteca de sonidos, igual que una de herramientas de trabajo o de utensilios de cocina, tiene la capacidad de diseminarse en muchas direcciones y desafiar el encierro: de circular alegremente sin propietarios reconocibles.

Las cosas que menos imaginaríamos compartir pueden entrar en cadenas de circulación y préstamo. Una cocinera me contaba que durante la posguerra española, en momentos de precariedad, existían per-

sonajes a los que llamaban "sustancieros": hombres que iban por las calles llevando un hueso de vaca o cerdo atado a una cuerda. El hueso se prestaba o alquilaba en varias casas, sumergiéndolo en las ollas por unos minutos para dar sabor a los caldos de cada familia sin gastar tanto dinero.

Y no solo los huesos de otros animales pueden compartirse, podemos pensar en nuestros propios cuerpos como materiales en préstamo. Como cualquier criatura, al morir, pasamos a ser alimento de otros seres y nos prestamos a ser devorados como parte de la biblioteca comestible de la Tierra. Ya que nosotros nos hemos alimentado de otros, lo más ecológico es devolvernos, como regalo recíproco a la comunidad.

Pienso que una biblioteca, más que un espacio físico, es una práctica de circulación de cosas visibles e invisibles, una construcción de relaciones entre un grupo de prestadores que ofrecen, por ejemplo, sonidos, huesos o cuerpos.



1



2



3



5



4

1. Edcat..... El espacio virtual para las publicaciones de arte del mundo real: edcat es una plataforma online en constante crecimiento hecha para las publicaciones de arte. Su visión es llevar más arte a más gente y hacer que la información sea accesible para todos, en cualquier lugar.

Edcat utiliza una estructura de base de datos diseñada específicamente para libros y ediciones de arte. Con más de 20.000 artículos catalogados, 25.000 entidades y 1.000 usuarios registrados, edcat es ya una fuente indispensable para muchos artistas, editores, coleccionistas e investigadores de todo el mundo.

2. Sitterwerk..... La Kunstbibliothek de la Fundación Sitterwerk es una biblioteca de consulta con unos 30.000 volúmenes sobre arte escultórico, artesanía, ciencia de los materiales y tecnología de la fundición situada en St.Gallen, Suiza. La biblioteca, junto con el archivo de materiales, es vecina de la fundición Kunstgiesserei St.Gallen y la Kesselhaus Josephsohn que, en conexión y colaboración, la convierten en un lugar de investigación sobre el arte y su producción.

Se puede acceder a los fondos a través del catálogo en línea de Sitterwerk o consultarlos directamente in situ. La ubicación de cada libro dentro de la estantería se documenta diariamente con ayuda de la tecnología RFID. El inventario continuo que se consigue de este modo hace posible que los libros se coloquen en un orden dinámico específico del lugar, determinado por los usuarios de la biblioteca.

3. Biblioteca Kyiv..... Biblioteka es una biblioteca y una plataforma para imaginar lo que podría ser una biblioteca. Alberga una colección de 8.000 volúmenes de publicaciones raras y agotadas de artistas, libros y revistas de arte, arquitectura, fotografía y diseño que reflejan el panorama editorial contemporáneo. Desde su creación hace 7 años en Kiev, Ucrania, el proyecto ha funcionado en un total de 4 espacios diferentes, el más reciente en Peckham, Londres, desde 2020.

4. Salon für Kunstbuch.... El Salon für Kunstbuch fue una instalación que estuvo expuesta entre 2007 y 2019. Inicialmente se ubicó en el estudio de Bernhard Cella y más tarde en Belvedere 21. Se concibió como la maqueta de una librería y se presentó como tal. Como parte de estas actividades, también se comenzaron a publicar libros de artista y a utilizar el sello Salon für Kunstbuch como plataforma en internet.

En 2019, la instalación se cerró debido a un cambio en la dirección de Belvedere. Desde entonces, solo quedan la editorial y la plataforma en línea. Sigue interesado en temas relacionados con el trabajo artístico y la edición, especialmente en el contexto de la autoedición en las artes y la edición anónima. Sin embargo, nunca fue una biblioteca; más bien lo describiría como un laboratorio. En su estudio conserva un archivo de unos 20.000 libros, y se sigue desarrollando nuevas obras a partir de ellos.

5. Queer Reads Library.... Queer Reads Library (QRL) es una colección de libros y fanzines de publicación independiente centrados en narrativas y temáticas queer. La Biblioteca reúne una selección de "lecturas queer" con las que el público puede interactuar. Además de mostrar y compartir materiales de lectura de la Biblioteca, QRL está interesada en examinar la historia queer y explorar los idiomas en el contexto queer, a través de talleres e investigaciones en curso, con el resultado de la serie de fanzines Queer Reads Lexicon (iniciada en 2019) y Fill in the Blanks: queer print culture in Hong Kong (iniciada en 2022). QRL se estableció en 2018, una colaboración entre amistades entre Beatrix Pang @smalltunepress, Rachel Lau @racholauart y Kaitlin Chan @kaitlinmchan.

UN LOVED



Un Proyecto de **Eugenia Font**

BOOKS

“Unloved Books” es un proyecto que presenta libros que nunca han sido prestados en bibliotecas y, por ende, están destinados a ser retirados de la colección. Esta idea se materializa con una muestra de libros en la entrada del espacio, donde se invitó a los visitantes a tomar o dejar los libros; entendiendo que al tomar un libro, están “rescatándolo”, mientras que si lo dejan, será retirado de forma definitiva.

Esta propuesta ofrece a los visitantes la oportunidad de influir directamente en el futuro de estos libros. Al tomar un libro, están contribuyendo a que este continúe siendo parte de la colección, mientras que al dejarlo, están contribuyendo a su retirada permanente. Esta interacción entre los visitantes y los libros se convierte en una forma participativa y tangible de determinar cuáles permanecen en la biblioteca y cuáles son retirados. El proyecto surgió después de que un amigo me enseñara sitios web que presentaban, de forma aleatoria, música de Spotify (Forgotify.com) o videos de YouTube sin ninguna reproducción (Astronaut.io). Y, con lo que a mí me gusta el drama, me fascinó la idea de dar espacio a todo lo “no querido”, y empecé a explorar de qué manera podía vincularse con mis propios intereses.

Uno de los objetivos de Unloved Books es observar cómo ha influido la digitalización de sistemas en la curaduría de las colecciones físicas. Las bibliotecas con las que he trabajado utilizan sistemas digitales de seguimiento que han reemplazado el método tradicional de estampar la fecha de devolución en los libros. Con este método, se puede identificar la frecuencia con la que un libro ha sido consultado y a partir de la información obtenida, se genera una base de datos digital donde fácilmente se pueden filtrar los libros que no han sido retirados de la biblioteca. Esto es un parámetro de selección común usado en bibliotecas para hacer cribas y dar espacio a nuevos libros que puedan reflejar los intereses actuales del público. Sin embargo, puede poner en evidencia un problema de carácter estructural.

Mediante este sistema de selección que se basa exclusivamente en la popularidad de los libros, se corre el riesgo de que las narrativas menos representadas en términos sociales y culturales permanezcan ocultas y, en cierta medida, excluidas. Esto sucede porque el énfasis recae en aquellos libros que ya son de renombre, y en consecuencia, las voces y perspectivas menos difundidas y reconocidas en la sociedad pueden quedar en un segundo plano. Esta preferencia por lo popular puede llevar a la perpetuación de desequilibrios y sesgos inherentes de la sociedad, lo que a su vez puede limitar la diversidad y la inclusión en la selección de libros. A menos que se propongan y se implementen en-

foques de selección alternativos, es probable que este sistema perpetúe desigualdades y exclusiones en la colección de la biblioteca.

Sistemas como este suelen operar sin ser cuestionados y es por eso que proyectos como este pueden servir como catalizadores para imaginar otras posibilidades. Es cierto que hay acciones que las bibliotecas ponen en marcha para reducir esta problemática como hacer displays mensuales bajo un tema donde se proponen voces menos representadas, como por ejemplo “Mes LGBTQIA+” pero me pregunto si es suficiente. Aunque no tenga una solución concreta en mente, ya que la tarea de selección de libros es extremadamente compleja, me interesa plantear interrogantes y explorar otras opciones juntos en comunidad.

Los protocolos y las políticas vigentes varían de una biblioteca a otra. Por ejemplo, en la universidad Goldsmiths, donde se llevó a cabo la primera edición del proyecto, operan de manera independiente, lo que les otorga la libertad de establecer sus propias reglas y determinar la frecuencia con la que retirarán libros. Por otro lado, cuando se ejecutó el proyecto en la biblioteca comunitaria de Deptford, observé un mayor control por parte del ayuntamiento a que se hicieran las cribas correspondientes.

Las Ediciones en Goldsmiths y Deptford

La edición en Goldsmiths fue relevante porque surgieron muchas cuestiones que no había anticipado. Las estanterías destinadas a exhibir el proyecto tenían capacidad para alojar alrededor de 70 libros. Esto implicaba que, de una lista de cientos de “Unloved Books”, tenía que llevar a cabo una selección y decidir en función de qué criterio. En un principio, opté por utilizar un sitio web de selección aleatoria. Sin embargo, como era de esperar, la mayoría de los libros que se eligieron eran de autores europeos blancos. Esto dejó en claro que, aunque sea aleatorio, reproduce las contingencias propias de la colección. Finalmente, opté por llevar a cabo una selección que fuera mitad aleatoria y mitad deliberada, con la intención de asegurar un nivel mínimo de equidad, aunque, por supuesto, influida por mis propios criterios y sesgos.

Una vez expuse la primera selección de libros, me di cuenta que los visitantes tenían la tendencia de querer rescatar todos los libros, por lo que tenía que reponer la selección a diario. Incluso títulos como “How to Use Word 2004”, “Managing like a Man” o “Castration and the Heavenly Kingdom”. Supongo que el sostener un libro que sabes que va a ser retirado despierta un sentimiento de apego, y motiva a

las personas a convertirse en salvadoras. Este aspecto me resulta especialmente interesante ya que trasciende cualquier decisión puramente lógica dando pie a una respuesta afectiva.

Para mí, tendría mucho sentido que los libros que he mencionado se fueran de la biblioteca para dar espacio a otros títulos que se adaptaran mejor a las necesidades o intereses actuales. Estos libros probablemente sean los casos más obvios y fáciles de decidir ya que más allá que puedan funcionar como un retrato de la sociedad de hace unos años, hoy en día han quedado obsoletos. Es evidente que en las bibliotecas se requiere espacio para incluir nuevos libros, y para conseguirlo, algunos se tienen que ir. Tarea que considero de lo más compleja.

La propuesta para hacer el proyecto en Deptford fue muy bien acogida en un primer momento, pero pasó algo un poco extraño. Después de recibir la lista de “Unloved Books” basada en los datos de su sistema, procedí a hacer la selección de los libros que se expondrían. Al notar que había una escasez de libros antiguos o de poca relevancia, en contraste con lo que había experimentado en Goldsmiths, un bibliotecario me informó que otro bibliotecario había realizado una criba justo unos días antes de empezar; enseñándome varias cajas llenas de libros. No entendí muy bien el porqué, pero me dio la sensación de que querían evitar mostrar que no habían sacado los libros cuando tocaba por normativa del ayuntamiento. Y ya para añadir un toque gracioso, a los pocos días recibí un correo de la biblioteca con preocupación porque algunas personas, al ver los libros con el título del proyecto, pensaban que eran donaciones y se llevaron varios de ellos para siempre. Que, a decir verdad, me hizo bastante gracia.

Algo en lo que estoy trabajando como siguiente paso del proyecto es organizar espacios de discusión con usuarias y bibliotecarias, donde colectivamente decidamos qué libros conservar, cuáles retirar, y el porqué de esas decisiones. Aunque no me imagino que esta tarea se convierta en un sistema habitual en las bibliotecas, me parece un buen punto de partida para que surjan ideas, dudas y complicaciones, pensando juntas en el significado de cada decisión tomada. Tal vez, de esta mezcla de opiniones y perspectivas, puedan surgir nuevas ideas y potenciales criterios de selección.

Eugenia Font es investigadora visual y trabaja en proyectos culturales de forma independiente. En los últimos años, ha colaborado estrechamente con archivos, bibliotecas y artistas para hacer y pensar con libros e imágenes. Actualmente, forma parte del equipo del departamento de Picture Research en la editorial Thames & Hudson.

Entrevista con **Luuk Van Den Berg**,
co-fundador de **Wolf Books & Printed Matter**, Países Bajos

(wolf-books.com)

Una conversación con **Sara Arroyo**

La segunda vida del libro

Capítulo final

Sara Arroyo: ¿Podrías presentarnos Wolf Books? Luuk Van Den Berg: Wolf Books & Printed Matter está formada por mí, Luuk van den Berg y mi socia, Doğa Gönüllü. Yo tengo una formación relativamente pequeña en fotografía y me dedico a la educación artística, y Doğa es diseñadora gráfica y se dedica principalmente a los libros, aunque también trabaja ocasionalmente en la educación artística. Wolf empezó hace sólo unos años por nuestra propia afición a los (foto)libros, cuando comprábamos libros raros que no podíamos permitirnos realmente para poder mirarlos durante una semana o dos y luego volver a venderlos. Esto nos hizo darnos cuenta de que se nos daba muy bien buscar este tipo de libros y así es como nos convertimos en una empresa más seria. Actualmente sólo operamos por Internet y vendemos exclusivamente libros raros y descatalogados, principalmente centrados en fotografía. Sin embargo, pronto abriremos nuestro espacio físico, tras lo cual pasaremos de vender no solo libros raros y descatalogados (aunque esto seguirá siendo una parte importante de nuestra actividad) sino también libros nuevos, fanzines, coleccionables y quizás empezaremos a publicar nosotros mismos a pequeña escala. Estamos tratando de desarrollar un espacio que sea adecuado como tienda, estudio y pequeño espacio de exposiciones, con el objetivo de hacer de Wolf un lugar sostenible para los próximos años,

online, pero también para la comunidad local. Por ejemplo, toda nuestra colección privada se podrá ver con cita previa en nuestro nuevo espacio para que los estudiantes y otras personas interesadas puedan acceder a libros que a menudo no son muy asequibles o son difíciles de encontrar.

SA: Cuando pienso en el mercado del libro raro o descatalogado, no puedo evitar pensar en el tiempo y en la vida del libro. En mi experiencia como librera en Tambourine, una librería online especializada en arte (ya desaparecida), la dinámica que seguía se basaba en la urgencia de adquirir los últimos lanzamientos de editoriales y artistas autoeditados, y hacer todo lo posible por garantizar su disponibilidad antes que nadie en mi zona. Así me aseguraba de que mis clientes me comprarán el libro a mí, en lugar de en otro sitio. ¿Cómo describirías vuestra estrategia como libreros en Wolf Books, y cuáles son algunas de las prioridades o criterios que seguís a la hora de elegir y adquirir títulos?

LB: Desde que nos centramos sobre todo en libros raros y descatalogados, nuestra estrategia a la hora de adquirir libros es bastante diferente a la estrategia a la hora de adquirir libros nuevos. En el caso de los libros descatalogados o raros hay dos factores importantes para nosotros: saber qué libros busca la gente, cómo y dónde conseguirlos. Nuestras principales prioridades son libros de buena calidad a precios decentes. Los libros descatalogados o raros no son baratos, pero

intentamos mantener precios justos y no inflarlos en exceso para que estos libros raros que ya son difíciles de adquirir no sean aún más inalcanzables para la gente sin grandes presupuestos. Otro aspecto importante, más similar al trabajo con libros nuevos, es la selección. Estudiamos constantemente lo que encaja con nuestra tienda/clientela y tratamos de mantener una selección variada de libros de distintos precios.

"Un factor importante para nosotros son las redes sociales, en concreto Instagram. Los fotógrafos y los amantes de los libros de fotos forman una gran comunidad en Instagram, donde hemos establecido muchos contactos con editores, fotógrafos, educadores y aficionados." – Luuk Van Den Berg

SA: ¿Qué es un libro raro y cuáles son algunos de los factores que determinan si un libro llega a ser "raro"?

LB: En pocas palabras, un libro "raro" es un libro difícil de encontrar, codiciado y, por lo tanto, bastante valioso. Por supuesto, todos estos factores tienen sus propias razones, como el tamaño de la tirada o aspectos únicos del libro (por ejemplo, firmas, dedicatorias o incluso modificaciones más elaboradas del original). Determinar si un libro se convierte en raro es bastante difícil, ya que la mayoría de las veces no está claro cuál es la tirada original o si el libro se reimprimirá inmediatamente después de haberse agotado. Especular sobre lo que se convertirá en raro y comprar ejemplares de esos libros cuando estén disponibles es muy distinto de buscar libros que ya son raros y difíciles de encontrar. Preferimos esto último.

SA: Tiene sentido. La especulación siempre conlleva un mayor grado de riesgo que no siempre es fácil de asumir, especialmente en el campo de los libros de arte, que no goza de un público tan numeroso y constante como el de la literatura, por ejemplo. ¿Cómo describirías a vuestra clientela? ¿Y cuáles son algunas de las herramientas o fórmulas que habéis utilizado para construir y asegurar vuestra audiencia?

LB: Nuestra clientela es bastante amplia y definitivamente internacional. Tenemos muchos clientes extranjeros y de un amplio espectro. Entusiastas, coleccionistas, fotógrafos, artistas, museos, bibliotecas, de todo. A veces incluso otros libreros intentan comprarlos, aunque en realidad no es eso lo que queremos. Creo que para nosotros todo empieza con el hecho de que nos gustan mucho los (foto)libros, y creo que eso se nota. Por ejemplo, en nuestra tienda, que pronto abrirá sus puertas, se podrá ver toda nuestra colección privada con cita previa, por lo que esperamos que pueda ser un recurso valioso para estudiantes y artistas. Preferimos que los libros se vean a menudo a que vivan en una estantería y sólo se toquen una o dos veces al año.

En lo que respecta a la tienda, hemos analizado nuestra propia experiencia en la compra de libros y la hemos combinado con nuestros valores personales. Por eso nos

centramos en un servicio al cliente de alta calidad, descripciones precisas del estado de nuestros libros y precios razonables. Los libros raros ya son bastante caros, así que intentamos no inflar demasiado los precios (una de las razones por las que preferimos vender directamente a los clientes y no a otros libreros). Otro aspecto importante es un embalaje resistente. A nadie le gusta recibir un libro dañado debido a un embalaje deficiente.

Un último factor importante para nosotros son las redes sociales, en concreto Instagram. Los fotógrafos y los amantes de los libros de fotos forman

una gran comunidad en Instagram, donde hemos establecido muchos contactos con editores, fotógrafos, educadores y aficionados.

SA: Desde el inicio del COVID 19, y los posteriores confinamientos, se ha notado un esfuerzo por fortalecer las redes comunitarias en nuestro campo. Este esfuerzo empezó digitalmente –por razones obvias–, pero con el tiempo –tan pronto como ha sido posible– se ha apoderado también del mundo "físico", con la apertura de librerías y otros espacios híbridos dedicados al libro, así como el establecimiento de nuevas ferias de libros. ¿Cómo habéis vivido la era post-covid con Wolf Books?

LB: En cierto modo, puede que la pandemia nos haya ayudado un poco. A medida que pasábamos de coleccionar libros nosotros mismos a convertirnos en una tienda –en aquel momento online–, nos beneficiamos de que la gente encontrara otras formas de gastar su tiempo y su dinero. También sentíamos que la gente ansiaba interacciones físicas después de haberse visto obligada a pasar mucho tiempo en el ámbito digital. Para nosotros era lo mismo, los libros físicos, durante los cierres, eran algo en lo que perderse sin un algoritmo o una pantalla. También nos llevó a la ambición de abrir un espacio físico para los libros, donde además de tener nuestra tienda pudiéramos organizar, exponer, colaborar, crear y, en general, compartir nuestro aprecio por los libros.

"Especular sobre lo que se convertirá en raro y comprar ejemplares de esos libros cuando estén disponibles es muy distinto de buscar libros que ya son raros y difíciles de encontrar. Preferimos esto último." – Luuk Van Den Berg

SA: Parece haber un alto interés últimamente por el "archivo", tanto online como en papel. Como librera, empecé a notar en la cantidad de libros publicados con este tipo de contenidos, que de repente se disparó. Responde inevitablemente a una nueva compulsión por el coleccionismo que quizás haya sido desencadenado durante los confinamientos como reacción a nuestra dependencia de lo digital. ¿Has notado una tendencia similar en lo que respecta a los libros, tanto como objetos de coleccionismo en sí mismos, o como fuente de material?

LB: Sin duda hemos notado un cierto auge de los libros que tienen algo que ver con

el archivo. Creo que su popularidad actual tiene que ver con lo que has mencionado, la dependencia digital. En general, es bastante evidente que la digitalización ha dado grandes saltos en las últimas décadas. Primero fue aceptada sin reservas por la mayoría de la gente, pero después de un tiempo todo era tan digital que la fisicalidad de las cosas volvió a ser importante. Tocar un objeto, sostenerlo y experimentarlo no en una pantalla sino en la realidad ha demostrado ser algo valioso. El resurgimiento del interés y el coleccionismo de libros, vinilos y otros objetos físicos, así como de la fotografía y el grabado analógicos, son ejemplos de ello. Como coleccionistas, nos encantan los archivos y tenemos muchos libros sobre ellos, pero muchos de ellos no son particularmente recientes.

SA: Volviendo al libro raro, me gustaría preguntarte por algunos de los libros de arte más codiciados del mercado actual. ¿Cuáles son concretamente, o a qué tipología de publicación pertenecen, y por cuánto pueden llegar a venderse?

LB: Realmente hay demasiados para enumerarlos, y abarcan una amplia gama de categorías. Diferentes géneros de fotografía, libros de artista, ediciones especiales. Los libros más buscados por los coleccionistas adinerados son las primeras ediciones de superclásicos como *The Americans*, de Robert Frank, o clásicos japoneses como *Chizu (The Map)*, de Kikuji Kawada, que pueden alcanzar fácilmente los miles de euros, si es que se pueden encontrar (en el caso de *Chizu*).

En realidad no nos centramos en los libros ultra raros, pero algunos ejemplos de libros raros que nos gustan mucho a nosotros y a nuestra clientela son *Telex Iran* de Gilles Peress, *Hustlers* de Philip-Lorca diCorica, *Grapevine* de Susan Lippers y *Hillbilly Heroin*, *Honey* de Hannah Modigh. Los precios de los libros suelen oscilar entre 300 y 600 euros, pero es fácil encontrarlos por mucho más, dependiendo de dónde se compren.

SA: ¿Es correcto decir que existe un cierto "hype" con ciertos títulos? ¿Dirías que existe una cierta presión por poseer algunos de estos títulos tan populares? ¿Es una presión estratégicamente

diseñada? Al fin y al cabo, los libros se han convertido en objetos con los que especular, como con cualquier otro objeto de colección y, por tanto, una inversión valiosa.

LB: No cabe duda de que algunos títulos despiertan interés social, pero a menudo por buenas razones. Por lo general, también se trata simplemente de buenos libros. Algunos libros saltan a la vista, otros tienen un editor que sabe promocionar muy bien el libro y otros simplemente tienen una enorme tracción en las redes sociales. No he experimentado mucho bombo en libros que resultaran ser en realidad malos libros, pero sí he visto cómo el bombo se desvanecía después de que un libro se reimprimiera dos veces en muy poco tiempo. En cuanto a una presión específicamente diseñada, no creo que se utilicen realmente. Puede que los libros se hayan convertido, en parte, en objetos que algunas personas compran como inversión, pero creo que la gran mayoría de la gente compra estos libros porque le interesa su contenido, y la posibilidad de crecimiento financiero no es ni mucho menos el objetivo principal de conseguir el libro.

SA: Antes has mencionado que estáis interesados en publicar. ¿Cómo crees que vuestra experiencia como libreros va a influir en vuestra práctica editorial? ¿Qué consejos o reflexiones sobre el mercado y sus entresijos habéis recogido a lo largo de los años y vais a aplicar en vuestra aventura editorial?

LB: Estamos interesados en publicar nosotros mismos, pero creo que para empezar será más un proyecto personal que otra cosa. En ese sentido, no diferirá mucho de lo que hemos hecho con nuestra tienda, que nació de nuestro amor por los libros y creció a partir de ahí. Para empezar, nuestra editorial no sería muy diferente, haciendo y produciendo cosas que simplemente nos gustan, como pequeños fanzines, publicaciones hechas a mano u otros objetos efímeros, colaborando con amigos y artistas. Creo que si haces las cosas por los motivos correctos, con convicción y sin tomar atajos, las oportunidades se presentarán en algún momento. Y al final, nuestro principal motivo es hacer cosas que nos gustan con gente que nos gusta.

La vida social del libro..... Publicación

Edita..... Recreo Art Books / Handshake

Dirección de proyecto..... Sara Arroyo

Textos / Imágenes..... VV.AA.

Idiomas..... Castellano / Valencià

Traducción al valenciano..... Josep Lozano Añon

Diseño editorial..... Santanasantana / Handshake

ISBN..... 978-84-127450-1-6

Depósito legal..... V-3615-2023

Fecha de publicación..... Octubre 2023

Impreso en..... Valencia, España

Primera edición..... 300 copias

Número de páginas..... 56

Formato..... 21 × 29,7 cm

Técnica de impresión..... Risografía

Descarga gratuita..... www.recreoartbookfair.es

Con el apoyo de.....