

LAS EDITORIALES ALTERNATIVAS COMO GALERÍAS PARA LA EXHIBICIÓN DE AUTORES: EL CASO DE NUDISTA

Nicolás Eduardo Albrieu¹

Resumo: En la cultura contemporánea, permeada a todos los niveles por las dinámicas que imponen las redes sociales, los individuos son incentivados a invertir las energías libidinosas en sí mismos, produciéndose y ofreciéndose como mercancía. Este imperativo afecta especialmente a los escritores, quienes se ven obligados a realizar performances frente a diversos flujos de audiencia si aspiran a posicionarse y poner sus obras en circulación. Las pequeñas editoriales, por su parte, se ven obligadas a acoplarse a este proceso so pena de caer en la irrelevancia y desaparecer. En el presente trabajo analizamos las estrategias desplegadas por editorial Nudista (Córdoba, Argentina) para exhibir y promocionar los autores publicados, y el modo en que estas intervenciones contribuyen al proceso de personalización y revalorización de la figura del autor.

Palavras-chave: Literatura argentina, edição alternativa, autor, subjetivação.

ALTERNATIVE PUBLISHERS AS GALLERIES FOR THE EXHIBITION OF AUTHORS: THE CASE OF NUDISTA

Abstract: In contemporary culture, permeated at all levels by the dynamics imposed by social networks, individuals are encouraged to invest libidinous energies in themselves, producing and offering themselves as merchandise. This imperative especially affects writers, who are forced to carry out

¹ Universidad Nacional de la Patagonia Austral (nalbrieu@uarg.unpa.edu.ar). Los resultados que aquí se presentan surgen de una investigación realizada en el contexto de una Maestría en Metodologías y Estrategias de Investigación Interdisciplinar en Ciencias Sociales cursada entre los años 2015 y 2018.

performances in front of diverse audience flows if they aspire to position themselves and put their works into circulation. Small publishers, for their part, are forced to adapt to this process or risk on falling into irrelevance and disappearing. In the present work we analyze the strategies deployed by Editorial Nudista (Córdoba, Argentina) to exhibit and promote published authors, and the way in which these interventions contribute to the process of personalization and revaluation of the figure of the author.

Keywords: Argentine literature, alternative edition, author, subjectivity.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo expone los resultados de una investigación en torno a las prácticas de producción y puesta en circulación del catálogo de Nudista, sello editorial originario de la ciudad de Córdoba (Argentina), prestando especial atención a las estrategias utilizadas para promocionar a los autores. Cabe aclarar que estas estrategias no tenían pura y exclusivamente la función de exhibir a los escritores; sin embargo, dentro de la dinámica de proyectos y presentaciones desplegada, éstos se convertían en actores necesarios e, incluso, la mayoría de las veces, en protagonistas de los eventos.

Comencemos destacando que, de acuerdo a diversos autores que abordan el sector (Botto, 2014; Szpilbarg y Saferstein, 2012; Vanoli, 2009 y 2010), un rasgo característico de las editoriales pequeñas como Nudista es su tendencia a construir espacios alternativos de circulación y comercialización que les permitan acceder a nichos o sectores no cooptados por las grandes empresas. En ese esfuerzo ponen en juego valores diferentes a los que priman en el polo comercial del campo, posicionándose como formaciones culturales en el sentido williamsciano (Williams, 2015). En estas agrupaciones cobra relevancia la capacidad para construir redes colaborativas y de sociabilidad, no sólo como estrategia para garantizar un nivel mínimo de ventas, sino también como un modo de obtener satisfacciones simbólicas ligadas al universo de la cultura. Nudista, al igual que muchas otras editoriales del sector, construyó una Comunidad de lectura con el fin de constituir un núcleo duro de actores comprometidos con la producción, publicitación, e incluso adquisición de los libros.

Esa dinámica de funcionamiento, como se puede fácilmente advertir, otorga una mayor importancia a los actores (entre los que se incluyen los escritores), pero no es el único vector que incide a la hora de explicar el peso específico que se les otorga. En *El amor por la literatura en tiempos de algoritmos* (2019), Vanoli explica cómo, con el desarrollo de internet y las “plataformas de extracción de datos” (expresión que incluye tanto a las llamadas “redes sociales” como a diferentes páginas y aplicaciones virtuales), los textos empezaron a convertirse en un vehículo privilegiado del carisma y los afectos de su autor. En otras palabras, el resultado del desarrollo de estas plataformas ha sido consolidar los fundamentos de la identidad en beneficio de las corporaciones extractivas de datos, obligando a los escritores a convertirse en *performers* y publicistas de sí mismos para conseguir que sus textos circulen. La identidad digital que los escritores construyen termina, de este modo, formando parte de su obra, fenómeno que Vanoli denomina “bioprofesionalización”. A esto agrega, además, que la bioprofesionalización no se despliega únicamente a través de canales virtuales, sino que encuentra su espacio de realización en la cultura de ferias, conversatorios, conferencias, mesas y festivales literarios.

Vemos, en suma, que la multiplicación de espacios de encuentro es una estrategia de intervención que conviene tanto a los escritores como a las editoriales. Si Nudista, para pensar en el caso que nos interesa, dedica gran parte de su tiempo a organizar ciclos de lectura, proyectos culturales y participaciones en ferias, es porque a través de esas instancias consigue alcanzar a sus potenciales lectores e, incluso, en muchos casos, obtener por parte de aquellos un cierto compromiso o “fidelidad”. Y en todas estas instancias, el actor que cobra un protagonismo inesperado es el autor. En lugar de haber “muerto”, como anunciaba Barthes en su célebre ensayo de mediados del siglo pasado, el autor parece estar en un perpetuo renacimiento.

En las páginas siguientes propongo un análisis del conjunto de intervenciones desplegado por Nudista en el periodo comprendido entre los años 2010-2016, periodo que abordé con detenimiento en el trabajo final de una Maestría en Metodologías y Estrategias de Investigación Interdisciplinar en Ciencias Sociales.

SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y PROYECTOS CULTURALES

Nudista es una editorial fundada en la ciudad de Córdoba en el año 2010 y dirigida desde entonces por Martín Maigua. La mayoría de los autores del catálogo, a excepción de una escritora colombiana y un escritor español, son de nacionalidad argentina, y las obras pertenecen a uno de los dos grandes géneros literarios tradicionales: poesía y narrativa (en este conjunto la editorial incluye cuentos, novelas, algunas *nouvelles*, un ensayo/crónica sobre una muestra de arte y el diario íntimo de una tarotista/prostituta difícil de catalogar desde el punto de vista genérico). La tirada para cada uno de estos géneros era, en los comienzos, de 500 ejemplares para las obras de narrativa y 250 para los volúmenes de poesía². Respecto a la cantidad de títulos que publica por año, debemos señalar que no ha mantenido regularidad a lo largo del tiempo. Entre el año de su creación (2010) y julio del presente año (2022), Nudista había publicado 88 títulos, lo cual da un promedio de un poco más de siete por año; sin embargo, si nos enfocamos en cada año por separado encontramos algunos con una cantidad muy por debajo de ese promedio (en el año 2015 se publicaron sólo dos títulos nuevos, y en el año de su creación, sólo tres), y otros mucho más prolíficos (el año con mayor cantidad de títulos publicados fue 2018, con una totalidad de 12 novedades). En base a los datos recabados, podemos clasificar a Nudista como una editorial pequeña. Si, además, tomamos en cuenta que su catálogo está conformado básicamente por textos narrativos y poesía, podemos agregar a la caracterización su especialización en contenido literario. Es por ello que Nudista ha desplegado a lo largo de su trayectoria diferentes estrategias para posicionarse en el mercado o, mejor dicho, en el Campo Literario (Bourdieu:1995) y construir una Comunidad de lectura.

Entre las estrategias de posicionamiento desplegadas por Nudista se destacan las presentaciones de libros y ciclos de lectura, pero también un conjunto de proyectos culturales que otorgaban relevancia a la figura del escritor. Estos proyectos constituían, en primera instancia, mecanismos para difundir el catálogo, pero también se configuraban como espacios en los que los actores entablaban relaciones entre sí desplegando las performances particulares

² Esto fue así durante sus primeros años. Luego del 2015 adoptarían el mecanismo del “print on demand” (“Impresión bajo demanda”), metodología de publicación en la que la impresión de ejemplares se produce al momento de recibir un pedido.

por las que deseaban ser reconocido³. En otras palabras, constituían instancias en las que los escritores podían incidir, en mayor o menor medida, en la representación de sí que circula socialmente. En este sentido, si bien coincido con Marcelo Topuzian (2014) cuando plantea que, para los estudios literarios contemporáneos, es prácticamente una evidencia que textos y escritores constituyen dos series casual o tangencialmente vinculadas, pero no unidas por relaciones de fundamentación necesaria, no es menos claro que, en muchas ocasiones, las prácticas de los agentes contradicen o entran en tensión con los postulados de la teoría. Para el caso que nos interesa, es evidente que las estrategias retóricas y de intervención en el campo desplegadas por Nudista y formaciones equivalentes otorgan un lugar de privilegio al autor. Ello no significa que la relación entre texto y escritor sea realmente de fundamentación; lo que quiero decir, en su lugar, es que la exhibición de los autores adquiere una relevancia sustancial por su capacidad de atraer a los lectores, y que esa revalorización sugiere, de manera intencional o involuntaria (poco importa, en términos de efectos discursivos, la intencionalidad de los agentes), una conexión entre la obra y el sujeto que la produjo.

³ La noción de “performance”, acuñada por el dramaturgo norteamericano Schechner, refiere a las acciones o actividades que presentan el carácter de “conducta restaurada” o “conducta practicada dos veces” (Schechner: 2000). Esto quiere decir que se trata de actividades que no se realizan por primera vez sino por segunda, tercera o cuarta vez y así ad infinitum, proceso de repetición que destituye la idea de “originalidad” o “espontaneidad”. Dos aspectos centrales definen una performance: el hecho de que se trata de una acción, alguien que hace algo; segundo, el carácter repetido o reiterado de esta acción. Ambas características conectan la noción con el concepto de performatividad, proveniente del ámbito de la filosofía del lenguaje. Las performances, señala Schechner, tienen una dimensión constructiva al igual que las enunciaciones lingüísticas: “Todo se construye, todo es juego de superficies y efectos, lo que quiere decir que todo es performance: del género al planeamiento urbano, a las presentaciones del yo en la vida cotidiana” (Schechner: 2000, 11). El segundo punto (la repetición) fue desarrollado de manera minuciosa por Judith Butler al deconstruir la noción de género. La performatividad, de acuerdo a esta filósofa, “debe entenderse no como un «acto» singular y deliberado, sino, antes bien, como la práctica reiterativa y referencial mediante la cual el discurso produce los efectos que nombra” (Butler: 2002, 18). Se trata, en una línea de pensamiento que se inscribe en la tradición anti-metafísica nietzscheana, de concebir al sujeto no como una sustancia que precede a la acción y las relaciones, sino como un ente que se constituye con el hacer mismo. Aplicando esta lógica al caso que nos convoca, los escritores se constituían como tales a través de las interacciones y las performances que desplegaban en ellas.

Para comprender mejor las hipótesis que aquí sostengo, propongo la descripción de un caso concreto desarrollado por una autora publicada por la editorial. En el año 2012, la escritora que se presenta bajo el seudónimo “Cuqui”, publica *Kiki 2 con Nudista*. Esa obra consiste en un relato de carácter episódico, sin estructura narrativa evidente (con ello me refiero a que no posee un comienzo, un desarrollo y un desenlace claramente identificables, atipicidad subrayada, además, a partir de un comienzo in medias res y un final abrupto en medio de una conversación), que se propone a los lectores como un “diario íntimo”. Esto es: se trata de un relato autobiográfico en primera persona, lo que le confiere al texto un estatuto ambiguo. Al hablar de “literaturas postautónomas” Josefina Ludmer había destacado el ascenso, durante la primera década del siglo XXI, de textualidades que ponían en jaque la autonomía literaria, ya que se presentaban como novelas, pero no admitían (o buscaban refractar) lecturas literarias, situándose en un terreno fronterizo en el que se dificulta, incluso, la determinación de su carácter ficticio. La obra que aquí analizamos responde a esa descripción. Pero, más allá de los rasgos formales del texto en sí, lo que nos interesa advertir aquí es cómo el dispositivo paratextual desplegado por la editorial acompaña (y refuerza) el contrato de lectura. En primer lugar, la fotografía de tapa exhibe a la artista desnuda y, por lo que se alcanza a percibir en el encuadre, arrodillada, con unas flores en su boca; en la parte de la fotografía que queda expuesta en la contratapa advertimos la presencia de otra persona (habría que decir, quizás, otro “cuerpo” con rasgos morfológicos masculinos) que la agarra de la cintura en una postura que emula la penetración sexual. En segundo lugar, el texto con el que se presenta la obra en la contratapa consiste en una cita tomada de la propia obra que reza:

Hoy caí en que mi cliente porteño me trató como una puta porque le dije que era eso. Me trató tal cual le dije que yo era. Sin embargo, todo el tiempo me seguí comportando como artista, quizá como tarotista, porque eso es lo que pienso que soy. (*Kiki 2*: 2012)

A través de este dispositivo paratextual se refuerza el contrato de lectura autobiográfico con el que se presenta la obra⁴. Lo que se ofrece, en suma, es un

⁴ Está claro que, como han señalado numerosos autores, el anclaje factual que garantiza la coincidencia entre el sujeto del enunciado (la vida que se narra) y el enunciador (la voz autorial que asume la responsabilidad de narrar) es imposible de

volumen en el cual coinciden la narradora, la autora o escritora “real”, y la persona representada en la fotografía de tapa. O, como mínimo, las figuras del autor, el narrador y el personaje caen en una zona de indeterminación que inhabilita la distinción.

A la imagen de Cuqui ofrecida en el arte de del libro podemos agregar otras dos instancias, organizadas por Nudista, en las que la autora tuvo oportunidad de exhibirse personalmente (cabe agregar, físicamente) y desplegar acciones performáticas. Me refiero, en primer lugar, a la presentación del libro. En esa oportunidad, en consonancia con la imagen y temática de la obra que acabo de describir, la autora acudió vestida de manera extravagante, con un vestido confeccionado con páginas de revistas pornográficas y con un consolador en su mano. Asimismo, en el espacio donde se realizaba la presentación se había incluido una pantalla en la que se proyectaban fotografías de Cuqui confeccionadas, presumiblemente, en la misma sesión fotográfica en la que se tomó la foto utilizada para la tapa del libro. La imagen que se ponía en circulación de esta manera era la de una artista o performer que hacía algo más que sólo escribir libros.

La otra instancia en la que la autora se exhibió físicamente fue en el marco del proyecto cultural Estudio Q, elaborado y puesto en práctica por la editorial. Ese proyecto consistió en la confección de una serie de micro-documentales sobre autores que vivían (y producían) en la ciudad de Córdoba. En esos documentales se entrevistaba al autor explayándose sobre aspectos biográficos, características de su poética y el modo en que organizaba su proceso de creación. Entre los escritores entrevistados se encontraba Cuqui. Su entrevista (y el producto audiovisual derivado de la misma) se llevó a cabo en un marco espacio-temporal muy particular: un bar del centro de la ciudad de Córdoba, en la fecha y el horario preciso en que se jugaba el partido de semifinal del mundial de fútbol de 2014 entre la selección argentina y la selección holandesa. El comienzo de la entrevista versa, de hecho, sobre el estado anímico y espiritual de Lionel Messi; a continuación, se retrata el momento de los penales; luego, Cuqui conversa con un extranjero que le cuenta que llegó a la Argentina unos meses atrás, responde algunas preguntas referidas a sus intereses artísticos y los temas que la estimulan a escribir, y, finalmente, se pone a jugar a la pelota con unos niños en la calle. Claramente, lo que se busca transmitir es una imagen de

verificar (Lejeune, 1991). Pero ello no quita que el pacto autobiográfico proponga esa coincidencia a los lectores.

excentricidad que disloca la imagen tradicional del escritor como un intelectual reflexivo y aislado de su entorno inmediato. Se transmite, incluso, la impresión de que la literatura no es algo especialmente relevante para la autora, sino una dimensión más entre las tantas que conforman su vida.

Más allá de los aspectos particulares de cada una de las instancias descriptas (obra-peritexto editorial), resulta claro que, desde una mirada global que omita enfrascarse en discusiones pormenorizadas en torno a la figura del enunciador en cada producto, nos encontramos frente a un encadenamiento de dispositivos que ponen en circulación representaciones de la autora. El hecho de que esas representaciones hayan sido construidas con la contribución (o mediación) de múltiples agentes no debería ocultarnos el dato de que quien proveyó los espacios y dispositivos para esa exhibición fue la editorial. Fue Nudista, actuando como una formación cultural, la que decidió incluir a los autores en las fotografías de tapa, y organizar las presentaciones y ciclos de lectura. La imagen de sí que decida proyectar cada autor y la impronta estilística que incluyan los colaboradores convocados es algo que queda fuera de su control; lo que ofrece, como afirmamos anteriormente, es la oportunidad de que los agentes se encuentren, reconozcan, desplieguen las performances que los caracterizan, y también que colaboren en la concreción de proyectos de más vasto alcance.

Al abordar el fenómeno desde este punto de vista se advierte que las lecturas, presentaciones de libros y, para el caso concreto de Nudista, el arte de tapa de los libros y proyectos culturales que organiza, utilizan la exhibición física (o alguna otra forma de figuración) de los autores como mecanismo para construir una relación con sus potenciales compradores.

SOBRE LA ELABORACIÓN DE LOS LIBROS Y EL PERITEXTO EDITORIAL

“Peritexto” es todo aquello que se sitúa alrededor del texto, pero en el espacio mismo del volumen impreso (Genette, 2001). Los elementos que configuran esta dimensión constituyen el “contrato de lectura” que ofrece cada editorial para seducir a sus lectores (Verón: 2004). La imagen o arte de tapa es central para establecer este contrato por varios motivos. En primer lugar, porque constituye la primera superficie con la que toma contacto el

lector/comprador potencial; por ello mismo, uno de sus principales objetivos es seducir. Además, tal y como afirma Calasso (2015), otra de sus funciones es anticipar lo que el lector va a encontrar en el interior del volumen. De ahí que el autor utilice el concepto de *analogon* para referirse a la relación que debería establecer, de manera ideal, la imagen con el contenido de la obra. Hay aún algo más: para el caso de las obras literarias o filosóficas, se espera que el arte de tapa agregue algo al contenido, sea relaciones o connotaciones inesperadas que enriquezcan la obra, sea, a la inversa, sugerencias que circunscriban su significado.

El catálogo de Nudista se caracteriza visualmente por presentar una fotografía enmarcada por dos franjas negras (una en el margen superior y otra en el margen inferior) que atraviesan tapa, lomo y contratapa del volumen. Un primer aspecto relevante en relación a este punto es que Nudista apela a la confección de una fotografía nueva para cada uno de sus títulos en lugar de recurrir a imágenes preexistentes. Con ello genera la impresión de que se trata de objetos únicos merecedores de cuidados particulares. Respecto a la confección de las fotografías en sí, la única indicación que proporciona Maigua (dueño y director de la editorial) a quienes las producen es que el autor debe aparecer representado de alguna u otra manera. Al analizar las fotografías se pueden identificar dos series paralelas: por un lado, una serie compuesta explícitamente por retratos en los que visiblemente se reconoce al autor; por otro, una en la que su presencia resulta más bien sugerida. Como ejemplo del primer conjunto podemos mencionar las tapas de *Despiértente cuando sea de noche* de Fabio Martínez y *El mundo no es más que eso* de Martín Maigua. En la primera, Fabio Martínez aparece sentado en la vereda de una esquina cualquiera de la ciudad de Córdoba, de noche, apoyando la espalda en el soporte de un cartel que anuncia “Calle sin salida”. La fotografía demarca, de esta manera, un cronotopo específico que condiciona la lectura de los cuentos (espacio urbano, vida nocturna, soledad). En la tapa de *El mundo...* vemos a Maigua parado en el centro de una avenida, pero en este caso la fotografía fue tomada de día y el retratado mira de frente a la cámara, en un gesto de apertura que denota sinceridad. Otras tapas en las que aparece retratado el autor (sin ser exhaustivos): *Unos días en Córdoba* de Juan Terranova, *Romper la vida* de Alejandro Schmidt, *Razones personales* de Franco Boczkowski y *Vida en común* y *Las siete maravillosas* antologías contemporáneas de Pablo Natale. Ejemplos del segundo conjunto (la serie de tapas en las que el autor es representado de manera indirecta) son *La pared* de Irene Gruss, en cuya tapa aparece la fotografía de un retrato en blanco y negro de una niña que, se nos

invita a suponer, habría sido la autora en su niñez; Yo soy aquel de Osvaldo Bossi, en la que aparecen unos anteojos en primer plano y detrás, en lo que podría considerarse el paisaje de fondo, una figura fuera de foco; o 1027 de Eloísa Oliva y La vertiente de Sergio Gaitieri, en las que se juega con la representación del autor a través de su silueta.

En suma, a la presencia y exhibición personal del autor en presentaciones y proyectos culturales se suma su representación en el arte de tapa de los libros impresos. Pero esa presencia o representación no queda confinada a ese espacio frontal del volumen impreso. Existen al menos dos espacios más en los que se despliegan representaciones suyas: los paratextos verbales que acompañan la obra en el volumen impreso, y el ámbito de interacción de las redes sociales virtuales.

Comencemos por los paratextos verbales. En este apartado destacan, más allá de la tapa, dos espacios concretos: las solapas y la contratapa. En el caso de Nudista, las solapas se caracterizan por no incluir información escrita sino únicamente el logo de la editorial. El caso de las contratapas, sin embargo, es muy interesante, ya que incluye, por regla general, algún fragmento del texto, la opinión de otros autores o críticos y, en el caso específico de Nudista, citas tomadas del prólogo⁵. Este punto es importante ya que la lectura de los prólogos revela una serie o conjunto de textos que llevan la firma de otros autores que formaban (o terminarían haciéndolo) parte del catálogo de la editorial: Osvaldo Bossi prologando a Martín Maigua, Silvio Mattoni prologando a Osvaldo Bossi, Luciano Lamberti presentando a Federico Falco y Eloísa Oliva, Juan Terranova a Margarita García Robayo, Pablo Natale introduciendo a Luciano Lamberti... Así, la recurrencia de nombres termina por conformar una red de referencias cruzadas que fortalece la impresión de que nos encontramos frente a un grupo de actores que se conoce entre sí y comparte opiniones o mantiene un contacto personal.

⁵ La inclusión de un prólogo y su citación en la contratapa no es una estrategia trivial. En términos bourdiseanos, ser prologado por otro autor supone una transferencia de capital simbólico. Es por ello que la mayoría de las publicaciones iniciales de Nudista cuentan con un prólogo, y entre los nombres de los prologuistas hallamos autores de la talla de María Teresa Andruetto, Washington Cucurto, Sergio Chejfec, Martín Kohan o Fabian Casas. Esta profusión de nombres, reconocibles para cualquiera que transite el campo de la literatura argentina, tenía por función posicionar a la editorial en el polo de producción restringida dentro del sistema de relaciones que constituyen el campo.

Para no extender demasiado el análisis del dispositivo paratextual, podemos concluir que, a la exhibición física y personal de los autores en los eventos y proyectos que mencionamos anteriormente se suman el arte de tapa de los libros, que incluye, como hemos visto, alguna representación de los escritores, y el entrecruzamiento de voces que se genera en el peritexto de los volúmenes impresos, que contribuye a crear el efecto de que nos encontramos frente al emergente de una red de relaciones más vasta que trasciende al volumen concreto que tenemos en nuestras manos. Queda por analizar de qué manera este tipo de interacciones, que implican una exhibición de los autores/escritores, se combina o yuxtapone con las interacciones que llevaban adelante los agentes en las plataformas virtuales proporcionadas por las redes sociales.

USO DE LAS REDES SOCIALES

Como dijimos, la interacción entre los agentes se desarrolla tanto en los encuentros personales como en los espacios virtuales proporcionados por las redes sociales. Estas interacciones pueden ser consideradas dentro de lo que Genette denomina Epitexto: mensajes que rodean o acompañan a la obra sin ser parte constitutiva de ella.

Es epitexto todo elemento paratextual que no se encuentra materialmente anexado al texto en el mismo volumen, sino que circula en cierto modo al aire libre, en un espacio físico y social virtualmente ilimitado. El lugar del epitexto es por lo tanto anywhere out of the book, cualquier lugar fuera del libro. (Genette, 2001: 295).

El epitexto así definido puede estar compuesto por una cantidad variable de textos que pertenecen a géneros diferentes (comentario, reseña crítica, entrevista, autobiografía, artículos académicos, diarios íntimos, etcétera) y son emitidos por enunciadores diferentes (periodistas, investigadores, escritores, editores, etcétera). De hecho, las lecturas y presentaciones descriptas con anterioridad ingresan dentro de esta categoría.

Ahora bien, cabe preguntarse en qué medida nos puede resultar útil analizar las interacciones a través de las redes sociales virtuales. ¿Es lo mismo una interacción virtual que una “presencial” que involucre al cuerpo? ¿De qué

manera esos dos planos (mundo “físico” y mundo “virtual”) se relacionan entre sí?

En el libro *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en internet* (2012), Roxana Morduchowics señala que las redes sociales, en general, amplían los espacios de interacción; no vienen a reemplazar los ya existentes sino a complementarlos. En el caso de la comunidad de lectura que abordamos, como hemos señalado en varias oportunidades, el encuentro cara a cara no desaparece ni disminuye en importancia sino todo lo contrario: asume un rol central debido a su capacidad de vehicular una dimensión aurática de la que carecen los intercambios virtuales. Ello no significa, empero, que estos últimos ocupen un lugar meramente subsidiario. Por el contrario, como afirma Morduchowics, acompañan, complementan y fortalecen los vínculos establecidos en los encuentros personales, multiplicando los intercambios entre los agentes y expandiendo la red de relaciones originaria, y dando como resultado una mayor cohesión de la comunidad que acompaña (y sostiene) la trayectoria de la editorial.

Otro aspecto significativo tiene que ver con la exhibición de aquello que Goffman, en *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1981/2006), denomina “región posterior”. Recordemos que la teoría goffmaniana propone analizar las interacciones sociales desde una perspectiva teatral. Así, al hablar del comportamiento de los agentes usará la expresión “performance” (traducido, usualmente, como “actuación”) para referirse a las acciones llevadas a cabo por un agente en un encuentro o interacción determinada. En el transcurso de esas actuaciones los agentes construyen una representación de sí mismos y esperan ser tratados de acuerdo al tipo de persona que alegan ser. Esa representación es denominada “cara” o “fachada”. Goffman también analiza el trabajo en “equipos”, que implica el trabajo de un conjunto de actores para construir una representación colectiva para exhibir frente a otros actores considerados “auditorio”. Es aquí, al hablar del trabajo en equipos, que Goffman establece una distinción entre la “región anterior” y la “región posterior”. En esta segunda región es donde los actores, alejados de la mirada del auditorio, pueden descansar, contradiciendo a sabiendas la fachada que exhiben públicamente o ensayando para perfeccionarla, examinando su vestimenta en busca de defectos o reprendiendo a un compañero que se salió de su personaje. La región posterior es, en suma, el lugar donde se prepara la representación que se llevará a cabo frente al auditorio.

¿De qué manera se relaciona esta teoría con el dispositivo de enunciación desplegado por Nudista en las redes sociales? Sucede que, al analizar sus perfiles, encontramos una serie de publicaciones dedicadas a exhibir el trabajo cotidiano de la editorial, incluyendo aquello que usualmente permanece oculto. Así, en sus perfiles Nudista comparte, al igual que otras editoriales, fotografías estilizadas de los libros y volantes publicitando las presentaciones y proyectos culturales, pero también incluye registros de lo que constituiría el trabajo “oculto” que suele permanecer en la región posterior: libros embalados para realizar la distribución, fotografías que retratan el proceso de corrección de una maqueta, fotografías de los stands de las ferias en las que participa, o registros fotográficos de los eventos que organiza. A través de publicaciones como estas se busca, en primer lugar, generar una impresión de cercanía en los destinatarios, a quienes se hace partícipe de cada una de las tareas que implica sostener Nudista. Pero también, en el vasto subconjunto de publicaciones que funciona a la manera de registro de las actividades, se ponen en juego una serie de estrategias enunciativas con las cuáles se exhibe al núcleo de actores y colaboradores que forman parte de la comunidad.

Un ejemplo concreto que nos permite graficar este aspecto lo encontramos en la práctica, desplegada durante la participación en la feria del libro de Córdoba, de retratar autores del catálogo realizando recomendaciones personales de libros. Estas recomendaciones pueden (y deben) ser interpretadas como una estrategia publicitaria. Pero, así como Bourdieu recomienda considerar al libro como un objeto de doble faz con una dimensión comercial y otra simbólica, también nosotros debemos analizar la funcionalidad bifronte de estas intervenciones. De este modo, si tomamos en cuenta que muchos de estos agentes carecen de capital simbólico (o, al menos, no lo detentan en un volumen tal que los vuelva reconocibles para el público lego), se vuelve evidente que esas recomendaciones sólo son relevantes para los demás integrantes de la comunidad, que conocen al agente y valoran su opinión. En tanto estrategia retórica, en suma, esos pequeños gestos asumen un carácter doblemente performativo: contribuyen, por un lado, a darle corporeidad a la comunidad, que, lejos de constituir un ente abstracto y lejano se manifiesta a través del cuerpo y el rostro de personas conocida, pero también contribuyen a la construcción de los agentes particulares, que se muestran como individuos con saberes y gustos personales que están dispuestos a compartir, contribuyendo una vez más, como señalamos desde el comienzo de esta exposición, a ligar el nombre de los autores con determinadas corporalidades y valores éticos y estéticos.

CONCLUSIONES

Al comenzar este trabajo señalamos cómo, con el desarrollo de internet y las plataformas de extracción de datos, los textos empezaron a convertirse en un vehículo privilegiado del carisma y los afectos de su autor. Como destacan diferentes autores (Han, 2016 y 2017; Lipovetsky 1986; Berardi, 2003) la sociedad contemporánea, que funciona a través de la seducción, la permisividad y la modulación de la voluntad, induce a una inflación del yo y estimula a los individuos a invertir las energías libidinosas en sí mismos. Esta tendencia narcisista encuentra en las redes sociales el espacio idóneo para su desarrollo: cada sujeto se convierte, en el mundo virtual, en un potencial “empresario de sí mismo”, vendiendo una imagen, una opinión o, incluso, una historia de vida. Arrastrados por esta dinámica, los escritores se ven en la obligación de abrazar un imperativo de autodiseño (Groys, 2014). De este modo se desenvuelve el proceso que Vanoli denomina bioprofesionalización: el artista mismo, su vida personal y las representaciones de sí que pone en circulación, comienzan a formar parte de su obra y confundirse con ella.

Ahora bien, si la cultura literaria se orienta al consumo de autores (lo que quiere decir que lo que convoca es, finalmente, el nombre de autor, ligado a la identidad que ese nombre vehiculiza), las editoriales se verán obligadas, indefectiblemente, a otorgar mayor relevancia y visibilidad a los sujetos que elaboran los textos⁶. Esto es lo que pudimos advertir en las prácticas que pone en juego editorial Nudista: para poner en circulación las obras que publica se ve en la necesidad de construir una comunidad de lectura, lo que demanda una multiplicación de los espacios de encuentro e intercambio (ferias, conversatorios, conferencias, ciclos de lectura, proyectos culturales, etc.) en los cuales los escritores puedan exhibirse. Las interacciones virtuales acompañan y complementan ese circuito de espacios físicos “reales” o analógicos. La personalización de los actores no es, por tanto, un dato o efecto secundario sino un eje central para pensar el funcionamiento de estas editoriales y las comunidades a las que dan forma, y el desarrollo de estrategias de intervención para cobrar notoriedad y posicionarse en el campo (o lo que queda de él) requiere, indefectiblemente, de la puesta en circulación de representaciones de los autores. Queda para analizar, en trabajos futuros, qué tanto rédito puede

⁶ Este imperativo, además, afecta con mayor fuerza a las editoriales alternativas, relegadas, en su mayoría, a posiciones marginales ubicadas en el contexto de la economía informal.

efectivamente proporcionar este tipo de estrategias para la supervivencia de las editoriales pequeñas.

BIBLIOGRAFÍA

BERARDI, Franco; (2003). **La fábrica de la infelicidad**. Buenos Aires: Tinta Limón.

BUTLER, Judith; (2001). **El género en disputa**. Buenos Aires: Paidós.

----- (2002). **Cuerpos que importan**. Buenos Aires: Paidós.

BOURDIE, Pierre; (1995). **Las reglas del arte**. Barcelona: Anagrama.

CUQUI; (2012). **Kiki 2**. Cosquín: Nudista.

GOFFMAN, Erving; (1981/2006). **La presentación de la persona en la vida cotidiana** (6ª Reimpresión). Buenos Aires: Amorrortu.

GROYS, Boris; (2014). **Volverse público: las transformaciones del arte en el ágora contemporáneo**. Buenos Aires: Caja Negra.

HAN, Byung-chul; (2014). **Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder**. Barcelona: Herder.

----- (2016). **La sociedad del cansancio**. Barcelona: Herder.

----- (2017). **La expulsión de lo distinto**. Barcelona: Herder.

LEJEUNE, Philippe (1991). **El pacto autobiográfico**. *Suplementos Anthropos*, 29(9), 47-61.

LIPOVETSKY, Gilles; (1986). **La era del vacío, Ensayos sobre el individualismo contemporáneo**. Barcelona: Anagrama.

MORDUCHOWICZ, Roxana; (2012). **Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en internet.** Buenos Aires: Fondo de cultura económica.

VANOLI, Hernán; (2019). **El amor por la literatura en tiempos de algoritmos. 11 hipótesis para discutir con escritores, editores, lectores, gestores y demás militantes.** Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

---- (2010). **Sobre editoriales literarias y la reconfiguración de una cultura.** *Nueva Sociedad* n° 230, Nov-Dic, 129-151, ISSN 0251-355, Buenos Aires. Disponible en: <http://nuso.org/articulo/sobre-editoriales-literarias-y-la-reconfiguracion-de-una-cultura/>

---- (2009). **Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria Argentina.** *Apuntes de Investigación del CECYP* n° 15, ISSN 0329-2142, 161-185. Disponible en: <http://www.apuntescecyp.com.ar/index.php/apuntes/article/view/277>

---- (2007). **Sobre narrativas, experiencias de lectura y regímenes emergentes de producción de prácticas literarias. Jóvenes escritores y presentaciones de libros en la Argentina post 2001.** *IV Jornadas de Jóvenes Investigadores.* Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Disponible en: http://webiigg.sociales.uba.ar/iigg/jovenes_investigadores/4jornadasjovenes/EJES/Eje%20%20Objetos%20culturales%20Arte%20Estetica/Ponencias%20Eje%204/VANOLI%20HERNAN.pdf

WILLIAMS, Raymond (2015). **Sociología de la cultura.** Buenos Aires: Paidós.

Recebido em 08/06/2022

Aprovado em 26/08/2022