

Revistas culturales de calle: Redes colaborativas de producción y mecanismos de circulación. Aproximación a una práctica editorial en Argentina.

Francisco Jara Bernales.

Cita:

Francisco Jara Bernales (2021). *Revistas culturales de calle: Redes colaborativas de producción y mecanismos de circulación. Aproximación a una práctica editorial en Argentina. XIV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-074/644>

Revistas culturales de calle

**Redes colaborativas de producción y mecanismos de circulación.
Aproximación a una práctica editorial en Argentina.**

XIV Jornadas de Sociología UBA

Sur, pandemia y después

Francisco Jara Bernales (FFyL-UBA)

fjarabernales012@gmail.com

Resumen

El presente trabajo centra su atención en la caracterización de las denominadas “Revistas de calle” editadas en el territorio nacional argentino a partir del año 2001. Impulsadas a partir de una lógica asistencial y desarrolladas bajo contextos de permeabilidad social, este tipo de iniciativa editorial –promovida a lo largo y ancho mundo– tiene como aliciente la propugnación de la inclusión social pensando, directamente, en cómo actuar sobre la estigmatización de la pobreza y la marginalidad por medio de la labor editorial.

Así, a partir de la breve exposición de tres casos situados en distintas zonas geográficas del país, este trabajo profundiza en el rol preponderante de estas publicaciones en relación a las redes de articulación –nacionales e internacionales– que promueven su producción. Finalmente, en un sentido más directo con su propuesta de intervención político-cultural, se analiza el estado de circulación de estas revistas como contrapunto o alternativa al canal de distribución oficial de publicaciones periódicas vigente en el país.

Palabras clave

revistas culturales – revistas de calle – medios alternativos – exclusión social

1.- *Revistas culturales: Problemas, límites y variaciones en torno a un concepto editorial*

A partir del análisis sobre el denominado *Campo editorial* (Bourdieu, 2000) es posible identificar una variedad de investigaciones que se circunscriben entre aquellos estudios del libro literario, dedicados a la interpretación de los sentidos dentro de los límites del texto o –sobre todo a partir del trabajo desarrollado por historiadores como Roger Chartier y Robert Darnton–, a prestar atención a aquellas dimensiones externas que hacen a la actividad editorial; particularmente estudiando los mecanismos de traducción, circulación y usos o a la materialidad de los mismos, así como también a las alternativas productivas impulsadas por este sector, como es el caso de las publicaciones de carácter periódico (diarios, semanarios, gacetillas, suplementos, fanzines, revistas, etc). En este último sentido, ya diferenciado dentro de la producción editorial, ha sido posible establecer durante los últimos años y heredado principalmente de los estudios bibliográficos e hispanistas desarrollados por investigadores norteamericanos y europeos de mediados del pasado siglo¹, la existencia de un fructífero proceso de afirmación como objeto de estudio discursivo y material a las *Revistas*.

De esta manera, en una búsqueda general sobre la producción académica alrededor de las revistas como objeto de análisis, el resultado pareciera estar –como bien afirma Patricia Artundo (2002)– vinculado a la necesidad de estructurar un conocimiento general sobre la historia de la literatura; analizando, particularmente, aquellos títulos o editores de carácter ahora consagrados como por ejemplo, *Sur*, de Victoria Ocampo; *Martin Fierro*, de Evar Méndez y José B. Cairolo o *Los Libros*, de Héctor Schmucler; entre otros tantos títulos (véase *proyecto Ahira*² e *IdIHCS-PPLit*³). Ante esto, es preciso señalar que la historia literaria y la historia social de la cultura han tendido a desplazar la denominación tradicional que estos títulos plantean en su carácter general, es decir, de “revistas literarias” – vinculadas a géneros como la poesía, el cuento o la narrativa–, a la idea un tanto más compleja de “revista cultural” (Tarcus, 2020).

¹ Sturgis E. Levits, Boyd Carter, John E. Englekirk, John King, Claude Fell son algunos de los autores mencionados y analizados por Horacio Tarcus, en “Las revistas culturales latinoamericanas: giro materias, tramas intelectuales y redes revisteriles”, Bs. As. Tren en movimiento, 2020.

² Ahira. Archivo Histórico de Revistas Argentinas; es un proyecto impulsado por Sylvia Saïtta, Doctora en Letras de la Universidad de Buenos Aires, Investigadora Independiente de CONICET y Profesora Titular en la FFyL-UBA. El proyecto agrupa a investigadores de letras, historia y ciencias de la comunicación, que estudia la historia de las revistas argentinas en el siglo veinte; las trayectorias de quienes las dirigieron, las escribieron e ilustraron; los debates que atravesaron sus páginas; los cruces y diálogos con el periodismo de masas, la literatura, los programas políticos, los lectores y los escritores. El proyecto contribuye al conocimiento de las revistas y a la ampliación de los estudios sobre literatura argentina, historia cultural, periodismo y artes gráficas, pues pone a disposición de otros grupos de investigación dependientes de universidades del país y del extranjero, de docentes universitarios, terciarios y secundarios, y del público en general, un material de difícil acceso, que se conserva exclusivamente en papel o en microfilm en algunas hemerotecas. <https://ahira.com.ar/>

³ PPLit. Programa de Publicaciones Periódicas Literarias; espacio de investigación y docencia impulsado el año 20013. Dirigido por las investigadoras del CONICET Verónica Delgado y Geraldine Rogers, se enmarca dentro del Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS-UNLP). El trabajo se centra en la relación entre literatura y publicaciones periódicas, con foco en el siglo XX argentino, aunque no de manera excluyente. Su perspectiva es latinoamericana y situada, atenta al contexto histórico y social no solo en lo que se refiere a los productos culturales que son sus objetos de estudio sino también a las propias condiciones de producción del conocimiento. Este espacio reúne a investigadores y docentes universitarios del ámbito nacional e internacional dedicados al estudio de diarios, revistas, folletos y otras formas impresas de circulación periódica. Desarrolla un conjunto de actividades, entre las que se cuenta la organización de reuniones académicas y publicaciones científicas. <http://idihcs.fahce.unlp.edu.ar/pplit/>

Una aproximación a la idea de Cultura moviliza un sin fin de directrices posibles de conjugar para acercarse a su comprensión; es así como desde la filosofía, el pensador Bolívar Echeverría (2001) plantea a la cultura como un momento autocrítico de reproducción de un grupo humano, en una circunstancia histórica determinada. Coextensiva a la vida humana, es una dimensión de la misma, una dimensión que se hace especialmente visible como tal cuando, en esa reproducción, se destaca la relación conflictiva que mantiene el cultivo crítico de la identidad. Con cultura quiere decir todo lo contrario de resguardo, conservación o defensa; implica salir a la intemperie, aventurarse al peligro de la “pérdida de identidad” en un encuentro con otros realizado en términos de interioridad o reciprocidad. Así, la idea de pensar a la cultura en relación a su puesta en página dentro de un dispositivo editorial como lo son las revistas, despierta una serie de interrogantes: ¿Qué es una revista cultural? ¿Existe más de un tipo de revista cultural? ¿Qué hay de las revista que no son parte de esta clasificación? Si bien podemos aventurarnos a dilucidar una formulación precisa sobre este término, esta labor ya ha sido abordada por investigadores provenientes de las más diversas disciplinas (Jitrik, 1993; Tarcus, 2007, 2020; Warley, 1993); aun así, la alternativa más lógica pareciera ser la simple tematización de contenidos –revistas de filosofía, política o arte por sobre revistas de espectáculo mediático o actualidad, por ejemplo–; aunque, desde un sentido antropológico amplio, toda revista sería una revista cultural (Tarcus, 2020).

“Los problemas ambientales, las cuestiones de género, y el debate político pueden ser consideradas cuestiones culturales. Y así se diluye, o al menos se hace porosa, la frontera entre la revista cultural y la revista de interés general” (Badenes, 2017, p. 21). En definitiva, sea cual sea el enfoque disciplinar que se embarque en la empresa de llegar a un resultado taxativo sobre dicho concepto, pareciera ser que el *leitmotiv* manifiesto en este tipo de iniciativa editorial es la búsqueda o consolidación del capital simbólico por sobre el capital económico –siguiendo lo planteado por la teoría social de Pierre Bourdieu, en la que sugiere las diferentes formas de capital a las que puede configurarse la topografía social de los campos–; es decir que la función diferenciada en la producción, la reproducción y la difusión de estos bienes en el mercado, se restringe al lugar donde se genera el capital simbólico que proporciona la consagración (Fernandez, 2011).

La producción de revistas culturales atravesaría, así, todos los órdenes de la vida, funcionando como vehículos privilegiados a través de los cuáles se expresan y relacionan distintos colectivos sociales (artísticos, intelectuales, políticos, entre otros); expresando a su vez el sentir y malestar de éstos, contribuyendo a forjar su identidad, priorizando en el intercambio mercantil la búsqueda de lectores y relaciones de cooperatividad con otros títulos –nacionales e internacionales– por sobre la ganancia económica asignada por la venta masiva de títulos.

Como señala el sociólogo Armand Mattelart (2010), el modo en que funcionan los aparatos de comunicación, que determinan el cómo se elaboran e intercambian los mensajes, se corresponde con los mecanismos generales de producción e intercambio que condicionan toda actividad humana en la sociedad capitalista. Ubicados en este punto es que podemos pensar, en síntesis, a las revistas culturales como aquellas publicaciones que se mueven según sus convicciones ideológicas, no según los criterios económicos imperantes en la industria. Así, por fuera de aquellas revistas de “interés general” como un objeto de consumo, mercantilizado, están aquellas revistas marginadas por el canal de distribución dominante, invisibilizadas por la amplia oferta de títulos transnacionales y desamparadas, en cierto sentido, por las leyes estatales.

Delimitada y diferenciada esta denominación de aquellas otras publicaciones producidas por grandes grupos mediáticos, la extensión del termino nos conduce a un número un tanto más reducido, pero importante, de posibilidades a estudiar como, por ejemplo, aquellas publicaciones periódicas de fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX vinculadas a los sectores populares que intensificaron sus prácticas de lectura política y cultural, construyendo un perfil identitario con las ideas que aportan las corrientes socialistas y anarquistas por medio de revistas como *El Sol* (1898-1903), *Martin Fierro* (1905), *Ideas y Figuras* (1909-1926), *Babel* (1921), o *La Campana de Palo* (1926-1927) (Artundo, 2004; Grillo, 2008; Hernandez, 2012; Lobato, 2009; Rey, 2012). A la vez, podríamos considerar como culturales a aquellas revistas vinculadas de forma directa al pensamiento político partidario, principalmente de izquierda, como *Nudos* (1978), vinculada al Partido Comunista Revolucionario; *Cuadernos de Cultura* (1960), perteneciente al Partido Comunista; o *Propuesta* (1978), ligada al Partido Socialista de los Trabajadores; así como también las revistas de la llamada “Nueva Izquierda” nacional, como es el caso de *Che* (1960), dirigida por Pablo Giussani; *Ulises* (1978), impulsada por Horacio Tarcus y Gabriel Vega; o *Sitio* (1981), editada por Luis Gusmán, Jorge Jinkis y Ramón Alcalde, entre otros. (Badenes, 2017; López, 2018; Margiolakis, 2016; Tortti, 2017).

También, en esta categorización, es posible identificar aquellos títulos que conformaron una trama colectiva de publicaciones culturales denominadas “subterráneas”; las cuales, en vista y consideración de las dificultades surgidas por el particular contexto de represión vivido durante la última dictadura cívico-militar, lograron desarrollarse al margen de la llamada cultura oficial. Esta trama estuvo compuesta por títulos como *Antimitomanía* (1974), de Daniel Serra; *El Ornitorrinco* (1977), de Abelardo Castillo⁴; o *Poddema* (1979) y *Signo Ascendente* (1980), de Alberto Valdivia. (Calabrese, 2006; Marcus, 2002; Margiolakis, 2016).

⁴ Calabrese, Elisa y Aymará de Llano (eds.), *Animales fabulosos: Las revistas de Abelardo Castillo*, Mar del Plata, Universidad Nacional de Mar del Plata, 2006.

En suma, de la variedad de afluentes que desembocan en el caudal del concepto “revista cultural” es el carácter histórico-político⁵ aquí planteado solo una más de las posibilidades de análisis que, a modo de meandro, modulan su extensa concepción. Aun así, ésta lectura histórica no se aleja de las miradas que podemos encontrar sobre este objeto en algunas experiencias más recientes.

Desde las Ciencias de la Comunicación y particularmente desde “periodismo cultural” – concepto vinculado a Jorge B. Rivera–, el trabajo desarrollado por Daniel Badenes⁶ y un equipo de investigadores de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), pone en discusión este objeto a partir del análisis de aquellas experiencias revisteriles aún en circulación y autodenominadas *independientes*, muchas de ellas surgidas en el contexto socio-político y económico de comienzos del siglo XXI. Así, revistas como *Mu* (2001), editada por el colectivo LaVaca; *Barcelona* (2003), revista de humor político; *NaN* (2006) y *Mural* (2012), desarrolladas a modo de cooperativas de prensa; o *Sudestada* (2001), son solo algunos de los títulos que desde diversos contenidos, estéticas y soportes (digitales, impresos o mixtos) se organizan, producen y circulan de forma *autogestionada* bajo el rotulo de revista cultural.

Ahora bien, Resulta imprescindible tener en cuenta la constante problematización que genera el definir el concepto “Revista Cultural”, sobre todo al momento de su demarcación por sobre otro tipo de revista que también podría definirse como cultural. Aun así, definidas como literarias, culturales, políticas, político-culturales o independientes; de la diversidad de trabajos desarrollados desde diversas disciplinas y temporalidades, los resultados expuestos en este breve estado de la cuestión parecieran dejar de lado la propuesta editorial que pretendemos estudiar; nos referimos a las denominadas “Revistas de Calle”. Consideramos que, muy probablemente, esta falta de detenimiento en el estudio de esta tipología editorial se deba al propósito de construir una definición más sólida y abarcativa de lo que es una revista cultural y qué no lo es, sobre todo pensando a éstas en relación a sus modos de organización y a las propuestas de contenido ofrecida –como es el caso del trabajo sobre las revistas culturales *independientes* mencionado con anterioridad–.

Así, podríamos considerar a las revistas de calle como proyectos que apuntan a aquellos espacios propios del campo de la comunicación social o comunitaria, presentandose como una opción laboral para aquellos individuos marginados que resuelven su existencia transitando y trabajando en la calle. Es así que por medio de la venta directa de ejemplares sus vendedores obtienen como ganancia un porcentaje considerable del precio de venta al público (PVP),

⁵ Gran parte de los títulos aquí expuesto pueden consultarse a través de AmerciaLee, un portal web dirigido desde el Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas (CEDINCI). Donde se puede acceder a ediciones digitales facsimilares de revistas latinoamericanas de fines del siglo XIX y de todo el siglo XX. En un principio, el proyecto no apunta a las revistas recientes y en curso de publicación, sino a recuperar colecciones históricas de gran valor cultural aunque escasamente accesibles.

⁶ Badenes, Daniel (comp.), *Editar sin patrón. La experiencia política-profesional de las revistas culturales independientes*, La Plata, Ediciones Hem, 2017.

generalmente mayor al 50%. El 50% restante (o incluso menos), es destinado a la producción de futuros números aunque, en algunos casos, ese porcentaje se divide entre la producción de futuras ediciones e instancias extraeditoriales de la que los vendedores y sus familiares son parte, como por ejemplo, el mantenimiento y colaboración de comedores populares o para la compra de materiales educativos utilizados en actividades de apoyo escolar.

En esta categoría particular de revista cultural el resultado de las investigaciones rastreadas pareciera estar vinculado a aspectos comunicacionales; es decir, al análisis discursivo propuesto en sus editoriales o segmentos periodísticos (Araujo, 2009; Gallo, López, Camezzna 2009); o desde la lingüística, con el Análisis Crítico del Discurso, en la representación que estas iniciativas generan de la cultura de los indigentes o desocupados (Guntern, 2016); también es posible encontrar trabajos cuyo eje de investigación órbita en torno a las prácticas de consumo de éstas, es decir, a sus modalidades de apropiación y uso por parte del comprador y las representaciones que genera el lector en torno al proyecto. Esto, teniendo en cuenta el “circuito de donación” que se desprende de estas experiencias, entendiendo su comercialización como una triple circulación: económica, simbólica y moral (Alasino, 2002; Wilkins, 2006). En consecuencia, la propuesta de estudio aquí desarrollada está enfocada en la práctica editorial que promueven estos proyectos por medio de nuevas posturas, ya sea en la forma de *Publicación, Fabricación, Distribución, Recepción y Supervivencia*; cinco elementos significativos que componen y estructuran el “Nuevo modelo para el estudio del libro” desarrollado por los bibliógrafos británicos Thomas R. Adams y Nicolas Barker (1993); circuito que funciona como una reinterpretación del clásico “Circuito de comunicación” (Robert Darnton, 1982).

Es así que, mediante la búsqueda de notas periodísticas en diversas plataformas virtuales, consultado algunas ediciones de las revistas aquí expuestas y a través de entrevistas realizadas a actores vinculados a estos proyectos, la propuesta aquí planteada busca articular dicha información para generar, en principio, el registro de algunos títulos existentes en el mundo para, luego, elaborar una genealogía de éste tipo de publicaciones en el territorio nacional argentino. De modo tal que, de los diversos vaivenes político-económicos a los que estuvo y está sujeto el país –motivo de apertura y cierre de muchas de estas expresiones–, avanzaremos en profundidad sobre el estudio particular de dos puntos que componen el circuito de Adams y Barker; nos referimos a la *Fabricación y Distribución*.

Para el primero de estos puntos nos detendremos en el análisis de lo que hemos denominado *Redes colaborativas de producción*, ejemplificadas con experiencias de organización y colaboración a escala global, como es el caso *International Network of Street Papers* (ISNP), así como también organizaciones impulsadas desde lo local, como es el caso de la red de Revistas por la Inclusión Social en Argentina (RISA) y la Asociación de Revistas Culturales Independientes

de la Argentina (ARECIA); proseguiremos entonces sobre el análisis de la distribución, estudiando aquellos *mecanismos de circulación* implementados desde estas revistas.

Para llevar adelante el análisis propuesto, hemos seleccionado tres de estas experiencias editoriales; experiencias que podríamos considerar como algunas de las más consolidadas dentro de este campo debido al trabajo de largo aliento y experiencia que solo otorga el paso del tiempo. La selección de dichos títulos fue pensada, además, para plantear una vista panorámica de esta tipología a nivel país. Nos referimos, particularmente, a la publicación *Barriletes* (2001, Paraná, Entre Ríos), *La Pulseada* (2002, La Plata, Provincia de Buenos Aires) y *La Búsqueda* (2004, Santa Fé, Santa Fé).

Para ahondar más en esto –antes que todo– será necesario un estudio pormenorizado de la situación económica, política y social vivida en el país desde finales del siglo xx a principios XXI; aquí la noción de *exclusión e inclusión social* que se desprende de dicho momento ofrece diversas posibilidades de abordaje pero, para el caso particular de esta investigación, dichos conceptos serán asociados a las formas particulares de inserción en el mercado del trabajo, específicamente, a través de la venta de ejemplares.

2.- Siglo XXI, hacia una nueva configuración social

Podríamos establecer diferentes momentos y niveles a lo largo de la historia Argentina para hablar de la primacía del mercado como una política de Estado. Aun así, la determinación de una línea de pobreza depende –como bien afirma el sociólogo Hector Palomino– del registro periódico sobre ingresos y gastos en hogares, precios de bienes y servicios, información que esta disponible en el largo plazo para algunas regiones, pero no para todas (Palomino, 2003)⁷. Así, la configuración de datos estadísticos en relación a esta problemática comienza a registrarse recién a mediados de la década de 1970. Si bien esta limitación pudo deberse a aspectos técnicos o administrativos, cierto resulta ser el bajo interés que suscitaba dicha problemática en comparación al presente. En consecuencia, y a partir de un análisis estadístico con datos provenientes del Gran Buenos Aires (GBA), este autor nos permite visualizar una configuración en la línea de pobreza nacional compuesta por tres etapas diferenciadas en su evolución.

La primera de estas etapas se sitúa en la década de 1970, momento en el cual –como bien señala Svampa (2005)–, el proceso de instauración de un orden neoliberal estuvo lejos de ser lineal; del modelo de integración nacional-popular promovido por algunos sectores políticos –como el Peronismo de los años 40– es a partir de los años 70, con la instauración del régimen cívico-militar autoritario (1976-1983) que comienza a reestructurarse el orden económico.

⁷ Centro de Estudios de la Situación y Perspectiva de la Argentina (CESPA) - UBA FCE. Pobreza en la Argentina. Problemática de una nueva configuración social. Hector Palomino, 2003. Este trabajo se realizó como parte de un estudio mas amplio sobre los desafíos y oportunidades que presenta el sistema financiero local si se desea promover un microcredito.

Ya en los años 80, durante los primeros años del nuevo periodo democrático, estas transformaciones comenzaron a ser visibles debido, en gran medida, a la clara manifestación en el aumento de la desigualdad económica con el incremento de la llamada pobreza estructural y el desempleo. Así, esta segunda etapa correspondiente a la década de 1980 nos permite observar un crecimiento significativo hasta el año 1985. La línea de pobreza crece hasta un 100% respecto del periodo anterior; finalizando este periodo con un crecimiento exponencial debido, en gran medida, al proceso hiperinflacionario de 1989 y 1990.

En la tercera etapa, establecida en el periodo que comprende la década de 1990, bajo la presidencia de Carlos Menem y con Domingo Cavallo desde el Ministerio de Economía, la lógica de acumulación financiera terminó por asentar las bases para un sistema de dominación centrado en las corporaciones, grupos económicos nacionales y transnacionales. Este proyecto de transformación llevado adelante por Menem incluía una serie de medidas radicales, entre ellas el denominado "Plan de Convertibilidad" (paridad entre el dólar y el peso nacional), la restricción de la emisión monetaria, la reducción de las barreras aduaneras, la liberalización del comercio exterior y el aumento de la presión fiscal (Svampa, 2005). Es así que durante este extenso periodo (1989-1999) este tipo de medidas generaron una situación novedosa, experimentando un paulatino crecimiento económico durante los primeros años que, sin embargo, se vio obturado a partir del año 1995.

Tras observar las limitaciones propias de este modelo excluyente, sumadas a una serie de factores internacionales –como el denominado "Efecto Tequila" producto de la Crisis económica en México, 1994– y de factores internos –como las limitaciones en la expansión del consumo–, es posible pensar que así fue como se terminó fraguando el camino, a partir de la segunda mitad de la década de los 90, hacia el colapso absoluto del modelo a comienzos del nuevo siglo. En definitiva, la recesión económica instalada hacia 1998 trajo consigo una prolongación del incremento en la pobreza durante este último periodo, desarticulando el mercado del trabajo, generando un perceptible aumento de la desocupación y la precarización laboral, alcanzando niveles inéditos.

Ahora bien, en medida creciente, la gradual reorganización de los espacios sociales más variados y la revalorización de la acción colectiva fueron factores determinantes para poner fin a la situación crítica vivida. El avance de nociones como: redes, capital social, desarrollo local y otros –según lo expuesto por Palomino (2003)–, informan de un importante giro conceptual en los enfoques de la actividad económica y de las políticas sociales. Estas nuevas orientaciones, más integrales y menos focalizadas, cada vez más atentas a la solución de problemas comunes de la población afectadas por la pobreza y el desempleo, tanto para enfrentar al poder como para construir espacios de decisión propia, de creación y autonomía han abarcado variados ámbitos geográficos, sectores sociales y campos culturales; tal es el caso de la consolidación de las redes

de recicladores urbanos o *cartoneros*⁸, el surgimiento de los movimientos piqueteros, la creación de huertas barriales, diversas ferias populares o la recuperación cooperativa de fabricas (Carman y Olejarczyk, 2021; Svampa, 2005). En paralelo, y respecta a nuestro campo de interés –el campo editorial–, esta rearticulación social queda de manifiesto, por ejemplo, en el aumento de experiencias editoriales de carácter independiente, autogestivas u orgánicas, como es el caso de la Editorial Retazos o de la editorial Eloisa Cartonera, así como también en el desarrollo de instancias de circulación y difusión, como la Feria del Libro Independiente y Autónoma (FLI-A) (Rabasa, 2021; Saferstein, 2012; Szpilbarg, 2019). En consecuencia, a este tipo de experiencias editoriales también podríamos sumar el desarrollo y articulación de las *revistas de calle*, como una alternativa de carácter editorial, comunicacional y laboral en puntos focalizados del territorio nacional, reafirmando de esta manera aquella idea de considerar a Argentina, durante estos años, como gigantesco laboratorio de experiencias sociales (Lucita, 2002).

3.- Revistas de calle, una alternativa editorial

En el transcurso de aproximadamente un año de trabajo, el sociólogo estadounidense Mitchell Duneier se internó como “asistente general” y “vendedor y buscador de revistas” en una feria de libros informal desarrollada a diario en la intersección de la calle 8 y la Sexta Avenida, en el Greenwich Village, Nueva York. El interés del investigador por dicha feria –más allá de cualquier aproximación *a priori* por el campo editorial– se presenta con particular atención a quienes impulsan dicha feria; hablamos específicamente de individuos afroamericanos en situación de calle que ven aquí una oportunidad única de inserción en los márgenes fluctuantes de la sociedad, como asegura el propio autor. Así, a partir de la pregunta –¿Cómo es que estos vendedores de diversos materiales escritos y objetos usados del Village tienen la ingenuidad de vivir dentro de un orden moral frente a la exclusión y la estigmatización basadas en cuestiones de origen y clase?– el trabajo, publicado en 1999, profundiza entonces sobre aquellos patrones de cooperación y competencia que se da entre estos vendedores autónomos, como también el trato que se presenta hacia los clientes y vecinos del barrio y a la dinámica, a veces conflictiva, con las autoridades municipales (policías, asistentes sociales, librerías de la zona) para concluir, finalmente, que mediante la venta callejera de material impreso estos hombres sin techo no solo desempeñan una ocupación valiosa y compleja, sino que su actividad comercial en la calle les ha permitido tomar el control de su vida y ganarse el respeto dentro de un territorio delimitado.

Ahora bien, más allá de encontrar en este estudio cierto paralelismo o precedente para la línea de investigación que pretendemos seguir, las características que revisten a las *publicaciones*

⁸ Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE). La rama cartonera es la primera organizada con esta agrupación. Con un gran nivel de organización y conquistas ha sido fundada la Federación Argentina de Cartoneros, Carreros y Recicladores -CTEP para poder avanzar en todo el país. Hoy la FACCyR organiza a unos 200.000 cartoneros en más de 100 cooperativas, a lo largo y ancho del país. La lucha por parte del MTE y FACCyR se da por la implementación de sistemas de reciclado con inclusión social que permitan el reconocimiento de los recicladores y sus derechos laborales. <http://mteargentina.org.ar/quienes-somos-cartoneros/>

de calle aquí analizadas evidencian particularidades que se alejan, en cierto sentido, de aquella experiencia descrita por Duneier. No obstante, resulta interesante resaltar y mencionar un punto en común que subyace entre ambas experiencias, nos referimos a la noción de “Equidad de expresión” o *Fair speech*, concepto desarrollado por Betty McLellan en *Unspeakeable* (2010) y promovida por Susan Hawthorne en *Bibliodiversidad: un manifiesto* (2018).

A los conceptos de “Independencia editorial” y “Bibliodiversidad” propuestos y desarrollados por la Alianza de Editores Independiente⁹, podemos sumar esta tercera noción que termina por enriquecer y consolidar la tríada que sostiene este modelo editorial. La noción de *Fair speech* complementa la idea de libertad de expresión, incentivando la equidad de palabra para que todas las otras voces, a menudo marginadas y/o censuradas, sean escuchadas. Así, podríamos pensar en grupos históricamente marginados como las mujeres, los niños, las disidencias sexuales o –según en el caso que nos convoca–, personas en situación de calle o desocupados, lo cual permite una verdadera diversidad de voces; ya sea por medio de contenidos generados por estos sujetos, por medio de reportajes o entrevistas hechas hacia ellos o por el simple intercambio de palabras al momento de la comercialización.

En definitiva, rastrear el origen de las revistas de calle nos conduce hasta *Street News*, un periódico callejero publicado en Nueva York en 1989. Estados Unidos resulta ser el país que alberga la mayor cantidad de títulos de calle del mundo; así, encontramos experiencias como *Street Sheet*, San Francisco, California (1989); *Street Spirit*, Berkeley y Oakland, California (1995); *Street Vibes*, en Cincinnati, Ohio (1996); *Denver Voice*, en Denver, Colorado (1996); *Homeward Street Journal*, en Sacramento, California (1997); *Street Roots*, en Portland, Oregon (1998); *Street Zine*, en Dallas, Texas (2003); *Street Speech*, en Columbus, Ohio (2008); *Speak up*, en Charlotte, Carolina del Norte (2011); *The Bridge*, Memphis, Tennessee (2013); *Real Change*, Seattle, Washington (1994); entre otros tantos títulos.

En el caso de Europa es posible encontrar experiencias tales como *20er*, en Austria (1998); *Asfalt*, Noruega (2009); *Cais*, Portugal (1994); *Faktum*, Suecia (2001); *Kralji Ulice*, Eslovenia (2005); *The Way Home*, Ucrania (2003); *La Farola*, España (1994); o *Le Reverbere*, Francia (1993). Alemania resulta ser un escenario editorial muy fructífero, con alrededor de 330 periódicos, 17 semanarios y 1.600 revistas; por día de aparición son vendidos 13,5 millones de ejemplares de diarios y 3,4 millones de semanarios y periódicos¹⁰. Asimismo, frente a lo que respecta a la publicación de revistas de calle, es el país que produce la mayor cantidad de estas iniciativas –con treinta títulos aproximadamente–, entre los cuales podemos mencionar *Draussenseiter*, en Bremerhaven (1992) –primera experiencia desarrollada en el país–; *Hinz&Kunzt*, en Hamburgo (1993); *Abseits*, en Osnabrück (1995); *BISS*, en Munich (1993); *Bodo*, en Dortmund (1994); *Drobs*, en Dresde (1998);

⁹ Declaración Internacional de los Editores Independientes; 2014 – https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/declaration_internacional_de_los_editores_independientes_2014.pdf

¹⁰ <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/medios-y-comunicacion/diarios-y-revistas>

FiftyFifty, en Düsseldorf (1995); *Die Zeitschrift der Strasse*, en Bremerhaven (2010); *FREIeBÜRGER*, en Freiburg (1998); *Hempels*, en Kiel (1996); o *Tagessatz*, en Göttingen (1994); por nombrar solo algunos de estos títulos.

Aun así, es en Londres, Reino Unido, donde –inspirada por la primera de *Street News*– surge en septiembre de 1991 *The Big Issue*, una publicación impulsada por John Bird y Gordon Roddick que, con el paso del tiempo, resultaría ser la experiencia a nivel mundial más fortificada y organizada dentro de esta tipología editorial. En la actualidad tiene un costo para el vendedor de £ 1,50. Posteriormente estos vendedores comercializan la revista al público por £ 3, es decir que el 50% de la venta es para ellos. Según datos oficiales ofrecidos por esta publicación, a lo largo de casi 30 años de existencia, el número de revistas vendidas asciende a más de 200 millones de copias; 92.000 es el número de personas que se han adherido como vendedores de la publicación, llegando a ser leída por más de 400.000 personas, solo el Reino Unido. *The Big Issue* ha moldeado la dinámica de organización editorial y extraeditorial en este tipo de publicaciones, inspirado de este modo a más de 100 revistas similares en 35 países de todo el mundo. En la actualidad se publica con el mismo nombre y variando en cuanto a contenido en países como Australia, Irlanda, Corea del Sur, Sudáfrica, Japón, Namibia, Kenia, Malawi y Taiwán.

Latinoamérica, nuestro continente, ha acumulado un número un tanto más reducido de estas experiencias en comparación a otras latitudes. Entre los que podemos mencionar a *Mi Velador* (2015), en Ciudad de México; *La Calle* (2007), de Bogotá, Colombia; *Peatón* (2019), de Lima, Perú; *Boca de Rua*, en Porto Alegre (1999), *Ocas*, en San Pablo (2002) y *Aurora da Rau*, en Salvador de Bahía (2007) son las publicaciones que se editan desde el Brasil. En Montevideo, Uruguay, encontramos los títulos *Factor S* (2001-2018) y *La Callejera* (2010-2011). Los contenidos de estas revistas incluían temas diversos como música, literatura, derechos humanos, género o medio ambiente, abordados desde la óptica del compromiso social con respeto por la diversidad social y cultural.

En el caso de Argentina, el panorama de las revistas de calle puede comenzar a retratarse a partir de julio de 1995, año en que surge *La Luciérnaga* en Córdoba Capital. Un proyecto inspirado por la revista española *La Farola* (1994); surge con la intención de asistir, principalmente, a jóvenes en situación de calle y también a trabajadores informales, como cuidadores de auto, limpiavidrios, entre otros. La iniciativa fue impulsada en un comienzo por Oscar Arias, Gonzalo Vaca Narvaja, Eduardo Hermes Ruccio; en la actualidad es dirigida e impulsada desde la Fundación La Luciérnaga, fundación que además de editar la revista, funciona como un espacio de formación y contención para chicos y chicas; una instancia extraeditorial que se repite en la mayoría de los proyectos de calle.

En un comienzo *La Luciérnaga* circuló por la ciudad con tan solo 7 jóvenes vendedores que ofrecían la publicación a \$0,50. En la actualidad son cerca de 50 los vendedores que distribuyen los ejemplares, mensualmente, a un precio de \$150. El porcentaje propuesto desde la revista se ha mantenido a lo largo de estos años, otorgando a los vendedores el 50% del PVP (\$75 por revista vendida). En relación a la tirada, –y como veremos con el resto de las publicaciones aquí expuestas– esta variación esta sujeta a múltiples factores, internos y externos, que son analizados mes a mes. Aun así, encontramos números que circulan –en promedio– cerca de los 30.000 (2002), 12.000 (2016), 7.000 (2019).

El caso de la *La Luciérnaga* resulta ser muy peculiar ya que al tratarse de la primera *revista de calle* del país y tras varios números publicados, en el transcurso del año 2000 comienza un proceso de “regionalización”, momento en el cual comienza a editarse en ciudades como Río Tercero, Río Cuarto, Alta Gracías, San Francisco y San Luis; inspirando, a la vez, el surgimiento de nuevos títulos en distintas localidades del país.

Hacia finales del siglo xx, pero sobre todo durante el primer lustro del nuevo siglo es posible identificar el surgimiento de cerca de una docena de nuevos títulos de calle, principalmente desarrollados en grandes centros urbanos del país e impulsados, generalmente, por organizaciones civiles, comunitarias o eclesiósticas; aunque también –y en menor medida–, estas instancias de organización civiles o comunitarias se concretan luego de impulsar la revista. Entre estos nuevos títulos encontramos a *Diagonal* (1999-2008), impulsada por Drew Henry, un seminarista norteamericano radicado en la Argentina, en conjunto con el Servicio Interparroquial de Ayuda Mutua (SIPAM). Esta fue la primera revista de calle editada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Si bien esta publicación dejó de editarse en el año 2008, *Diagonal* –ahora Asociación Civil Diagonal–, sigue trabajando y desarrollando proyectos de inserción laboral enfocados, específicamente, en ofrecer a personas mayores de 45 años herramientas técnicas y emocionales para buscar trabajo en relación de dependencia o como emprendedores.

En Paraná, Entre Ríos, se gesta un proyecto que lleva por nombre *Barriletes* (2001), una alternativa comunicacional impulsada por un grupo de estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER) quienes, sumando a algunos cercanos, se plantean la necesidad de hacer algo frente al panorama de desempleo y pobreza que azota a la comunidad paranaense producto de la crisis social y económica vivida en país. Así, inspirados por *La Luciérnaga*, la revista sale a la calle el mes de agosto a un precio de \$1,00. De ese monto el 80% va destinado al vendedor (\$0,80), el 20% restante volvía a la organización para poder seguir produciendo los próximos números, además de financiar el sostenimiento del espacio físico que alberga a la asociación y sus diversas actividades. De periodicidad mensual y con una tirada de 1.000 ejemplares, por aquel momento, *Barriletes* comienza a ser vendida por un número considerable de personas –aproximadamente 100 vendedores–, entre adultos, jóvenes y niños.

La Asociación Civil Barriletes, espacio desde el cual se edita la revista en la actualidad, sumó con el paso del tiempo instancias educativas, talleres y acompañamiento para los vendedores y sus familiares y, a partir del año 2006 y de manera igualmente autogestionada, comienzan con un nuevo proyecto comunicacional, la radio comunitaria barriletes FM 89.3.

Una de las mayores diferencias con aquel momento fundacional tiene que ver, precisamente, con los vendedores; hoy por hoy son solo adultos los que venden la publicación. Frente a esto, Stefania De la Fuente Lucca¹¹, Presidenta de la asociación civil, nos señala lo siguiente:

Con el correr del tiempo, y cuando se vio que además de estos vendedores y vendedoras estaba todo el núcleo familiar que venían, armaban revistas, que también estaban todo el tiempo en esos espacios, se empezó a pensar ampliar el espacio de revista a espacio de talleres para que también pudieran cobijar a todas esas personas [...] ahí también se empezó a pensar la infancia de otro modo, por lo tanto la revista determino que la revista solo se vendería por adultos únicamente [...] porque había otras opciones en *Barriletes* para adolescentes y niños.

En la actualidad la revista tiene una tirada mensual de 700 ejemplares y cuentan, aproximadamente, con 10 vendedores que se encargan de la comercialización. El precio de venta al público es de \$150, de los cuales \$100 son para el vendedor o vendedora (67% del PVP).

En la ciudad de La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires, la revista de calle que se edita lleva por título *La Pulseada* (2002). Esta iniciativa es un emprendimiento vinculado a la obra del Padre Carlos Cajade, sacerdote tercermundista gestor de una inmensa obra solidaria¹².

La revista, un proyecto social y una iniciativa periodística alternativa surge, en principio, durante una movilización de la Organización Social Los Chico del Pueblo, que recorrió el país bajo la consigna “El hambre es un crimen”.

Entre los diversos participante de aquella marcha, en julio del 2001, fueron los periodistas Pablo Antonini, Verona Demaestri, el dirigente social Alberto Morlachetti¹³ y el Padre Cajade, entre otros, quienes comenzaron a trazar los lineamientos de lo que terminaría siendo esta revista; publicada por primera vez en abril del año 2002, con una tirada que rondó entre los 7.000 y los 9.000 ejemplares impresos a todo color, comercializada a un precio de \$2,00 por 30 vendedores, aproximadamente. De dicho monto \$1,00 iba destinado al vendedor (50% del pvp), \$0,25 iban

¹¹ Entrevista virtual realizada a Stefania De la Fuente Lucca, Presidenta de la Asociación Civil Barriletes; Paraná, Entre Ríos 10 de junio 2021.

¹² Entre la obra impulsada por el Padre Cajade encontramos: el Centro de Día Casa Joven, el Hogar de la Madre Tres veces Admirable, la Casa de los Niños Madre del Pueblo, la Casa de los Bebés, el Centro de Día Chispita, la Imprenta Grafitos, la Granja Don Juan, la Panadería El Viejo Pepe.

¹³ Alberto Morlachetti, Sociólogo; creador del hogar Pelota de Trapo, que desde 1982 recibió a miles de niños en situación de vulnerabilidad social, en Piñeyro, partido de Avellaneda. Creador en 1986 del Hogar Juan Salvador Gaviota, para chicos con causas penales y chicos abandonados. Impulsor de la Escuela Talleres Gráficos Manchita, una imprenta en la que, entre otras cosas, se editaba el boletín Pelota de Trapo, cuyo objetivo era cambiar el eje de la mirada sobre estos niños. A fines de los '80 creó el Movimiento Nacional Chicos del Pueblo junto a Cajade, reuniendo a más de 400 organizaciones sin fines de lucro adheridas a la Central de Trabajadores de la Argentina (CTA).

destinados a alguna de las instituciones vinculadas a la obra del Padre Cajade (25% pvp) –por lo general el vendedor participaba de dicha obra–, y los \$0,25 restantes iban destinados a la producción de nuevos números de la revista (25% pvp).

Esta revista de calle parece ser el ejemplo mas claro de organización social que, tras varios años de trabajo junto a individuos excluidos o carenciados, decide comenzar a estructurar un medio de comunicación que sirva como fuente de trabajo pero, también, como plataforma de discusión para visibilizar ciertas problemáticas sociales. Así mismo Daniel Badenes¹⁴, editor de la revista, nos comenta:

[...] En *La Pulseada* también había un proyecto social que preexistía [...] no es que nace una revista y tiene una pata social. Es una organización social que, con casi 20 años de existencia, genera un medio de comunicación para discutir las causas estructurales de aquello a lo que da lugar. Dicho en términos de Cajade, en alguna discusión de redacción o de la organización [...] “Nosotros todo el tiempo estamos tirando salvavidas y con la revista lo que queremos es parar la inundación”.

La edición N° 177 de *La Pulseada* se publica en marzo del año 2020 a un precio de \$100; ésta es la última versión en formato impreso que se comercializa; a partir de ese momento la revista ha seguido trabajando y editando contenidos periodísticos de gran nivel a través de su portal web. La difícil decisión de editarse solo en formato digital tiene que ver con diversos factores, principalmente, referidos a problemáticas coyunturales de orden sanitario pero, también, debido a complicaciones estructurales de carácter económico. Así, desde el sitio web señalaban lo siguiente: “[...] representando un costo altísimo en lo económico, la distribución de nuestros ejemplares se volvía un gran problema. Las restricciones a la circulación y los consecuentes cambios de hábitos nos hacían muy difícil encontrarnos y repartir los ejemplares. [...] como la mayoría de los medios gráficos, nuestro ingreso más importante es la venta de espacios de publicidad. El retraso en la asignación de la pauta y/o algunas deudas acumuladas a nivel municipal, provincial y nacional, aún no solucionado del todo y con diferentes matices en cada negociación, sigue afectando a la producción de la revista”¹⁵.

La Búsqueda (2004), es el nombre que titula a la revista de calle que se edita en Santa Fé, ciudad capital de la provincia homónima. Esta experiencia, pedagógica y comunicacional, de periodicidad mensual, surge como una herramienta de trabajo y una fuente de ingreso para aproximadamente 15 niños y jóvenes de entre 14 y 17 años provenientes, principalmente, del barrio San Lorenzo; pero, principalmente, surge como una forma de dar voz y espacio a las historias de vida de sus jóvenes vendedores. Es “*la revista de los pibes*”, como señala Cristina

¹⁴ Entrevista virtual realizada a Daniel Badenes, actual Editor de *La Pulsada*; La Plata, Provincia de Buenos Aires. 2 de julio 2021.

¹⁵ <https://www.lapulseada.com.ar/seguimos-en-la-web/>

Moreaux¹⁶, Directora y Editora de la revista y Coordinadora de Proyectos Socio-Educativos en la asociación civil que ampara a esta publicación:

[...] Mi primer objetivo fue organizar una biblioteca en un hogar de día céntrico a donde iban a comer niños, adolescentes y adultos. Enseguida me dirigí a los adolescentes que tenían entre 12 y 17 años, que eran “indomables” [...] así surgimos como revista, en el marco de una ONG a la que los chicos asistían a comer. Esta iniciativa fue propuesta luego de escuchar sus historias y encontrar una manera de que la sociedad que los condenaba por ser pobres pudiera conocer cómo vivían.

Como asociación civil, *La Búsqueda*, piensa su labor social sobre tres pilares fundamentales: la comunicación comunitaria, la participación y la economía social. Así, el trabajo impulsado desde y hacia jóvenes y adolescente carenciados, parece ser la característica diferenciadora respecto al resto las publicaciones aquí analizadas. Son estos mismos actores –los vendedores– quienes, por medio de lo impartido en talleres y capacitaciones, participan de la selección de la agenda a tratar, realizan notas periodísticas y, además, generan material fotográfico. A partir del año 2020 esta revista, al igual que varios de los títulos aquí expuestos, se publica y comercializa en formato digital a un precio de \$120. De dicho monto, \$60 (50% del pvp) va destinado a los jóvenes vendedores asociados.

Otra revistas de calle identificadas en el país lo largo del tiempo son: *El Angel de Lata* (2000-2012); Rosario; *Changuitos* (2000), en Santiago del Estero; *Hecho en Buenos Aires* (2000); *Al Margen* (2004), en Bariloche; *Donde Topa* (2006), Mendoza; *Darse Vuelta* (2005-2012), Puerto Madryn y *Nos Sobran Motivos* (207-2008), editada en Venado Tuerto, Santa Fé.

Así, Teniendo en cuenta el contexto de liberación de las barreras económicas para la inversión extranjera en Argentina señalado en el apartado anterior, la llegada del nuevo siglo refleja en el plano editorial un porcentaje sumamente considerable de su actividad concentrada, precisamente, en manos extranjeras (Botto, 2014; Szpilbarg, 2019; Vanoli, 2009). Este panorama de concentración se replica de igual manera en el campo de los medios de comunicación gráficos. Aquí, el proceso de concentración estuvo encabezada por capital nacional proveniente, principalmente, del sector gráfico perteneciente al Grupo Clarín, junto a grandes operadores internacionales como Citicorp Equity Investment (CEI)¹⁷, Telefónica, AT&T, Liberty Media, UGC,

¹⁶ Entrevista virtual realizada a Cristina Moreaux, actual Directora y Editora de *La Búsqueda*; Santa Fé, Santa Fé. 15 de junio 2021.

¹⁷ En 1991 se constituye Citicorp Equity Investments (CEI). En un principio surgió como una división dentro del Citibank, que fue denominada Capital Investors, y comenzó a buscar socios en Argentina. En los Estados Unidos, la Reserva Federal había autorizado su participación en empresas industriales, con el objetivo de que el banco pudiera capitalizar los títulos de la deuda externa Argentina que tenía en su poder. De este modo se constituye el CEI, en el que Citicorp retuvo el 40% de las acciones, mientras que el Grupo Republica se quedó con el 36% y el Grupo Wertheim con el 10%. Para autorizar su cotización en Wall Street, el gobierno estadounidense exigió que la participación accionaria de Citicorp de creciera gradualmente hasta el año 2002, en que debería retirarse de la sociedad. Este proceso se inició en 1998 con la venta de acciones de Citicorp al fondo estadounidense Hick, Muse, Tate & Furst. Finalmente, el CEI se consolidó como un importante grupo en el sector telecomunicaciones y medios de comunicación.

Recoletos, Prisa, Pearson's, entre otros. La constitución como grupo económico de las empresas controladas por Clarín deparó, a fines de la década de 1990, en un duopolio privado junto con el CEI, con gran capacidad de emisión de revistas y periódicos; amparados ambos en relaciones con el poder local y con la capacidad para acceder a importantes fuentes de financiamiento.

En definitiva, como bien afirma el sociólogo Robert Castel (2015), es en el corazón de la condición salarial donde aparecen las fisuras que son responsables de la exclusión; así, ignorando las complicaciones impuestas por la lógica del mercado, estos proyectos han logrado llevar adelante un trabajo que, por fuera de generar abruptos ingresos o legitimarse/posicionarse en el mercado editorial tradicional, ofrecen una posibilidad real de empleo alternativo y remunerado a sus vendedores, a la vez que ofrecen asistencia social a una parte considerable de dicho sector. Resulta interesante, además, observar que la proliferación de las revistas de calle en el país durante el periodo aquí analizado, no solo resultan ser una herramienta útil y valorable para la concepción y generación de fuentes de empleo y apoyo psicoemocional; sino que además, frente a la concentración comunicacional, las revistas de calle plantean la necesidad de una agenda comunicacional alternativa, construida como una trama de sentidos que involucra a todos sus actores en un proceso de elaboración colectivo, generando claves de lectura comunes con dirección a configurar modos de entender y ver la sociedad sobre temas a menudo invisibilizados por los medios de comunicación hegemónicos.

4.- Redes colaborativas de producción: De la experiencia internacional a la local

En la complejidad misma que se desprende del ecosistema editorial, la definición y conformación de *redes* dentro del mundo editorial ha favorecido, como bien señala Sebastian Rivera Mir (2021), a la constitución y consolidación de este campo a lo largo y ancho del mundo. Ya sean de actores, prácticas e instituciones, el desarrollo y articulación de redes trasfronterizas y locales funciona como un mecanismo clave para el desarrollo productivo. En el caso particular de las revistas culturales “se tiende cada vez más a establecer las identidades *revisteriles* en términos relacionales, como producto de un juego de poder, reconocimiento y prestigio al interior de un campo de revistas en un momento dado” (Tarcus, 2020, p. 78).

Así, la noción de “*redes revisteriles*” propuesta por el historiador Horacio Tarcus aporta a nuestro estudio una perspectiva que reconoce y legitima el impulso de éstas ha asociarse con otras publicaciones afines. Dicha asociatividad se entreteje con la finalidad de desarrollar políticas editoriales y extraeditoriales que puedan ser replicadas con éxito por quienes deseen promover un proyecto de este tipo. De esta manera, en un plano internacional, a sido posible identificar dos grandes instancias de agrupación entre revistas de calle a lo largo del tiempo.

Una de ellas es la *North American Street Newspaper Association* (NASNA). Surgida en el marco de una cumbre nacional de periódicos y revistas de calle de América del Norte, en Chicago, Estados Unidos; patrocinada por los periódicos *StreetWise* y *Real Change*, así como por la coalición nacional para personas sin hogar; es fundada en septiembre de 1997. Inicialmente con la asociación y participación de 37 títulos; hacia el año 2006 NASNA articulaba relaciones con cerca de 47 miembros. Pero hacia fines del año 2013, la asociación se disolvió al considerar que una estructura de voluntarios era preferible a la estructura corporativa y jerárquica en la que se había transformado NASNA con el paso de los años.

Actualmente gran parte de las revistas de calle que se distribuyen en el mundo se encuentra asociadas a la *International Network of Street Paper* (INSP); con representatividad en cinco continentes, es un organismo desarrollado en 1994 por los promotores de la publicación inglesa *The Big Issue* (1991). Desde su fundación han apoyado a revistas y periódicos de calle de todo el mundo, dicho apoyo –según lo que se desprende del sitio web de la organización–, incluye contenido editorial, apoyo al desarrollo empresarial, formación, oportunidades de creación de redes y el vínculo a una comunidad global de colaboración, innovación e intercambio. Desde su sede en Glasgow, Escocia, la INSP organiza encuentros y cumbres anuales en distintas ciudades del mundo¹⁸, así como también un reporte anual que pone de manifiesto, en términos cualitativos y cuantitativos, avances o proyecciones en este campo.

Actualmente la INSP brindan soporte a más de 100 títulos en 35 países del mundo, articulando a más de 20.500 proveedores cada año, con contenido que llega a más de 4.6 millones de lectores. El último encuentro celebrado fue en el año 2019 y se llevó a cabo en Hannover, Alemania; con la revista *Asphalt* como anfitriona. La duración del evento fue de 4 días, con 120 delegados de 50 revistas provenientes de 25 países.

En un plano local, la asociatividad entre revistas culturales ha encontrado en varios momentos de su historia reciente la oportunidad de generar espacios de encuentro para entretejer redes de diálogo, discusión, apoyo y resistencia ante problemáticas y necesidades propias del sector. Así, es posible establecer con el surgimiento de la Asociación de Revistas Culturales Argentinas (ARCA), un punto de partida para la asociación moderna entre este tipo de revistas en el país. Fue en 1979 que “*Poddema / Signo Ascendente, Ulises, Nova Arte, Ayesha y Cuadernos del Camino*, entre otras [...] se manifestaron contra la censura, socializaron saberes sobre la edición y coordinaron para abaratar costos de impresión” (Badenes, 2017, p. 77).

Esta experiencia organizativa, que llegaría a nuclear cerca de 85 títulos según lo expuesto por algunos autores, fue el punto de partida para futuras asociaciones, entre las que podemos mencionar –hacia 1981-1982–, a la Agrupación de Revistas Alternativas (ARA), compuesta por títulos como *Kosmos*, *Todos Juntos* y *Quijote*, entre otros.

¹⁸ En el año 2005 Buenos Aires fue sede del encuentro mundial de revistas de calle; con la revista *Hecho es Buenos Aires* como anfitriona del evento. <https://www.pagina12.com.ar/diario/cultura/7-50493-2005-05-03.html>

Hacia finales de la década de los 80, influenciados por una experiencia de asociatividad europea, la Asociación de Revistas Culturales Españolas, podemos pensar una nueva etapa de la experiencia conocida como ARCA, con nuevos planteamientos y propuestas organizativas para un sector en continuo crecimiento; lamentablemente, esta nueva etapa de la asociación no lograría consolidarse del todo, a pesar del constante acercamiento de sus representantes y asociados con miembros del escenario político del momento.

Hacia el año 2001, y sin una representatividad formal, es posible identificar –según Badenes (2017)–, un claro esfuerzo colectivo por parte del sector de las revistas culturales para poner en discusión una medida que desfavorecía enormemente al sector; la discusión que convocaba al grupo de editores y editoras tenía que ver con la medida estatal de imponer un nuevo régimen de impuestos al valor agregado. Este hecho marcaría un precedente para la futura organización de la Asociación de Revistas Culturales Independientes de la Argentina (ARECIA), en el año 2011.

En definitiva, queda de manifiesto el continuo intento por parte de las revistas culturales argentinas por formar grupos, colectivos o redes colaborativas que promuevan la producción local de este tipo de experiencias, específicamente a través de la acción conjunta para lograr políticas editoriales que favorezcan y dinamicen al sector. De forma similar, respecto a las revistas de calle, el intento por aunar a los diversos títulos que proliferan en distintos puntos del país hacia comienzos del XXI tuvo un primer paso en agosto del 2006, durante la celebración de los primeros 5 años de vida de la revista *Barriletes*. Dicha oportunidad congregó a la comunidad de barriletes y a un pequeño número de experiencias editoriales similares; antes que todo, este encuentro sirvió para conocerse, compartir ideas y desafíos; fraguando la red de emprendimientos sociales y editoriales de calle que, tres años más tarde, terminaría por nuclearse como la red de Revistas por la Inclusión Social (RISA). Uno de sus impulsores, Daniel Badenes –representante de la *La Pulseada*–, nos señala al respecto:

RISA Fue una forma de darle nombre a una relación de amistad y compañerismo que existía entre un grupo de revistas, particularmente de 4 revistas que en varias momentos intentaron cosas juntas, con distintas suertes y que siempre siguen en contacto, hasta el día de hoy [...] Encontrándose en esa afinidad de organización con un mismo problema, con las mismas búsquedas, ahí es cuando ocurre lo del 2006. [...] Y si a mí me preguntas hoy, yo sumaría a ese grupo a *Al Margen*, que es el proyecto más a fin a *La Pulseada*, en términos periodísticos y sociales; pero en ese momento se generó algo que incluso tenía un sentido regional, que es el Litoral y Buenos Aires.

Así, es en el año 2009, durante el quinto aniversario de la revista *La Búsqueda*, se organizó una jornada de celebración al aire libre que incluyó una radio abierta retransmitida por FM Chalet, una feria de publicaciones y organizaciones sociales y talleres de capacitación y reflexión en torno al rol de los vendedores y las revistas de calle. RISA es oficialmente presentada a la comunidad a través del lanzamiento de un Blog y de diversas notas y artículos. *La Búsqueda*, de Sante Fé; *Barriletes*, de Paraná; *La Pulseada*, de la Plata y *Panza Verde*¹⁹, de Concordia, son los títulos que en principio conforman RISA.

Por su parte Cristina Moreaux, de *La Búsqueda*, al ser consultada por la importancia e impacto en el tiempo de RISA comenta que:

RISA fue una experiencia llena de expectativas pero también vanas expectativas. En ese mismo año nosotros cumplimos 5 años y en ese momento nos reunimos todos en Santa Fe y planificamos algunos pasos como el blog... pero Dios está en todas partes pero atiende en Bs.As. Así que nada de lo planificado se realizó y la idea de RISA quedó caduca.

Como varias de las “redes revisteriles” mencionadas con anterioridad, el caso de RISA tampoco tuvo mayor perdurabilidad en el tiempo. Mas allá del Blog impulsado por los distintos miembros de la organización entre el 2009 y el 2011; el accionar de RISA tuvo, tal vez, su mayor impacto y participación pública de la voz de Verona Demaestri, un 18 de marzo del año 2009, en instancia de uno de los 24 foros de discusión federal sobre la Ley De Medios²⁰ celebrado en la Sala Astor Piazzolla del Teatro Nacional de La Plata.

Aun así, el fin de actividades de RISA durante el año 2011 coincide con la puesta en marcha de la actual Asociación de Revistas Culturales Independientes de la Argentina (ARECIA). Desde su origen impulsado por *Mu* (2001), entre otras tantas revistas, la asociación ha sumado a lo largo de estos años un numero cercano a los 547 títulos; si bien muchas de estas revistas han dejado de publicarse, en la actualidad son alrededor de 100 los títulos que componen esta asociación, incluidas diversas revistas de calle. Si bien es posible identificar una amplia oferta de contenido por parte de las publicaciones asociadas, la representatividad en la comisión directiva de la organización siempre estuvo vinculada a proyectos editoriales con un alto contenido social y político. Así, la vinculación de las revistas de calle a esta red no se restringe solo a su afiliación; sino que además ha sido posible advertir la presencia de algunos representantes dentro de la directiva. En la actualidad es la revista *Al Margen* quien preside dicha organización.

¹⁹ Panza Verde; revista humorística creada en enero de 1987 es dirigida por Néstor Rubén Juárez. La revista posee suplementos que forman parte de su propuesta muy variada, como El Llamador (relacionado a la temática de la biodiversidad ambiental), La Bisagra (abocado a temas políticos y económicos), No te calles..., Ya! Los gurises (pensado como un suplemento de calle se basa en problemática infantil) y Pan y Rosas (relacionado a problemáticas feministas)- y otras que tienen periodicidad mensual, como el “Entre acordes” (música) y “El pescador de letras” (literatura).

²⁰ <http://revistasporlainclusion.blogspot.com/2009/09/nuestra-red-en-el-debate-sobre-la-ley.html>

5.- Mecanismos de circulación; alternativas al canal de distribución oficial

De la experiencia de editar una revista de calle podemos pensar la posibilidad de identificar tres conceptos vinculados a la idea de circulación: en principio, podemos pensar en una *Circulación/Desterritorialización*. Dependiendo de la disciplina académica o el contexto político en el que se utilice, la idea de desterritorialización acepta variadas interpretaciones; particularmente, y desprendida del pensamiento filosófico de los autores Deleuze y Guattari (2002), esta noción tiene un especial sentido positivo, ya que se refiere a una apertura para lo nuevo, una "línea de fuga" como momento de salida de una antigua territorialidad y de construcción de un nuevo espacio. Ejemplo de esto son las innumerables experiencias descritas que se gestan a lo largo y ancho del planeta; muchas de las cuales deciden impulsarse luego de estar en contacto, completo o parcial, con alguna experiencia editorial –nacional o internacional– ya en juego dentro del campo; aquí, como bien hemos descrito, el rol de las "redes revisteriles" es de suma importancia.

En un segundo momento, y teniendo en cuenta las palabras de De Certeau en torno a *La Invención de lo cotidiano* (2010) "El territorio recorrido por el peatón es el nivel donde se fijan las condiciones de posibilidades que vializan la producción de determinados discursos identitarios". Así, teniendo en cuenta una de las mayores características que revisten a este tipo de publicaciones podemos pensar en una *Circulación/Transito*. Esto, frente a los vendedores que a diario, junto a innumerables ejemplares circulan y transitan por diversos barrios y calles en sus respectivas ciudades. Aquí las relaciones entre espacio y significación nos ayudan a entender al acto de caminar como un proceso de apropiación del sistema topográfico por parte del vendedor.

Finalmente, en un sentido estrictamente editorial, la idea de circulación de publicaciones periódicas es entendida como la articulación de determinadas políticas de estado promovidas para la difusión y comercialización de las mismas. En Argentina esta noción encuentra su origen a mediados del siglo XX cuando el por entonces Director del Departamento Nacional del Trabajo, J. D. Perón, inicio el proceso de institucionalización de la circulación de la prensa periódica (diarios, revistas y afines); decretándose en 1946 la Ley 12.921, también conocida como la "Ley del canillita"²¹. Esto significo una mejora considerable en las condiciones para la expansión y distribución inusitada de títulos, como bien afirma el antropólogo Mauro Dobruskin (2006). Lamentablemente, tras una serie de vaivenes y ajustes en este campo, impulsados por los diversos gobiernos de turno a lo largo de la historia nacional, es que en el año 2000, durante la presidencia de Fernando de la Rúa, comienza a acrecentarse y a consolidarse el actual panorama de concentración en los medios gráficos a partir de la publicación del decreto n° 1025/2000.

Las diversas revistas culturales de calle aquí expuestas han desarrollado con el tiempo diversos mecanismos de circulación para promover sus ventas y consolidar su comunidad de lectores; entre este tipo de iniciativas podemos mencionar, además de la venta directa callejera, la participación en diversas ferias editoriales, en espacios cedidos en quioscos o librerías amigas y eventos de universidades, así como también el desarrollo de suscripciones. En este sentido, desde *La Búsqueda*, nos comenta lo siguiente:

Para poder seguir hemos seguido todas las estrategias posibles. El gobierno del PRO vino a poner en evidencia lo que ya veníamos sufriendo como revista de calle. Santa Fe es una ciudad con las calles del centro privatizadas. En ellas no se puede transitar ni pararse en una esquina porque los vendedores son llevados presos, no se puede entrar a los negocios ni a ninguna entidad pública a vender. Frente a eso comenzamos los reclamos y paralelamente comenzamos las ventas directamente por pedido. Antes de imprimir, cuando lo hacíamos, ya sabemos a quien se la llevamos, y a cuántos se la llevamos.

Por su parte, Stefania De la Fuente Lucca, Presidenta de la Asociación Civil Barriletes, señala:

Barriletes arranca como un proyecto solidario, mucha gente que compraba en un principio la revista lo hacía como una opción solidaria. Es decir, nos empezamos a dar cuenta que hay mucha gente que compraba la revista pero no leía su contenido. Lo hacían para ayudar a vendedores y vendedoras. [...] Así nos planteamos que se abriera ese público –también nos pasaba con la cuestión etaria–, era gente grande que compraba *Barriletes* y nosotras estábamos buscando otro público, entonces ahí empezamos a pensar en que sean otras personas que la que compren y lean la revista, y nos empezamos a sumar a ferias, también cuando hacemos movidas en barriletes sumamos ferias de libros por que hay un montón de librerías que nos apoyan [...] Ferias o espacios de la facultad que nos invitan para comentar como es el proyecto y su historia y como estamos trabajando, ahí también se vende.

Tras la publicación de dicho decreto, como bien afirma Ivana Nitti (2017), se dio un giro en cuanto a la protección desregularizando el mercado y, por efecto, dejando a los editores independientes y a los vendedores o “canillitas” solos ante la multitud de títulos editados y distribuidos por un grupo reducido de grandes empresas. Frente a esta problemática particular es que surge una de las demandas más persistentes y consolidadas de ARECIA, desde donde se piensa en una democratización del sector de la comunicación a partir de una justa distribución y de la oferta plural de títulos.

6.- Consideraciones finales

Al desarrollar este trabajo nos hemos propuesto dar a conocer las condiciones críticas bajo las cuales algunos de estos proyectos editoriales han surgido, aun así, queda pendiente analizar y comprender el contexto y las características que subyacen a las demás experiencias. También, será necesario analizar el periodo posterior a su surgimiento, con especial foco al momento político que antecede al actual (2015-2019); desde el cual se impulsaron políticas neoliberales que siguieron expandiendo la brecha de la desigualdad y el desempleo generando, además, complicaciones productivas para la continua ejecución de estos proyectos.

El trabajo desarrollado por estas publicaciones ha sido afectado gravemente por dichas políticas de ajuste; el decreto 267, por ejemplo, fue publicado en enero del año 2016 y anunció la creación del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), encargado de regular la asignación de licencias a los medios de comunicación, beneficiando en gran medida a los grupos mediáticos con la extensión de licencias, facilitando transferencias y flexibilizando los límites en la concentración del mercado. También, el descenso en la producción de títulos y ejemplares en este campo se vio afectado debido a que el principal insumo –el papel–, es un producto dolarizado y monopolizado, manejado por un puñado de empresas que deciden el precio, más allá de los vaivenes del dólar.

En la actualidad, durante el peculiar contexto de emergencia sanitaria producto de la pandemia por COVID-19, solo el 16,3%²¹ de las revistas en papel vinculadas a ARECIA pudieron publicar en abril y mayo del 2020, momento del ASPO²²; así, el trabajo desarrollado por estos proyectos se vio interrumpido bruscamente debido a las restricciones de circulación en la vía pública; haciendo imposible el tránsito de aquellos actores que comercializan este tipo de publicaciones para poder vivir, sumando a lo anterior un panorama imposible de sobrellevar, según diversos testimonios recopilados.

En definitiva, el panorama aquí analizado se da en un marco político en el que el arrollador avance de la ofensiva neoliberal ha llevado al límite la ilegitimidad del sistema de representación político-social. Los vínculos de solidaridad se debilitan frente al individualismo y la competencia exacerbada entre un centenar de títulos editados por un reducido grupo de medios que concentran los procesos productivos, de distribución y de comercialización que, además, mantienen relaciones con poderes económicos y políticos, procuran reducir al mínimo el espacio de circulación de ideas alternativas. Por esto, los medios editoriales independientes que conforman y dan vida a las denominadas revistas de calle suponen una resistencia al peso bruto del mercado, comercializándose por canales alternativos y presentándose, además, como

²¹ Octavo informe sobre el sector de las revistas culturales independientes y autogestivas en Argentina – mayo 2020.

²² Aislamiento Social Preventivo Obligatorio por el Decreto 297/2020; con fecha 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS), declaró el brote del nuevo coronavirus como una pandemia, luego de que el número de personas infectadas por COVID-19 a nivel global llegara a 118.554, y el número de muertes a 4.281, afectando hasta ese momento a 110 países.

experiencias que continuamente resignifican sus sentidos y objetivos sociales como resultado de una multiplicación de factores producto de la desterritorialización brindan una ayuda a quien más la necesita desde la labor editorial.

Bibliografía

ADAMS, T. Y BARKER, N. (2006). "A New Model for the Study of the Book", en FINKELSTEIN, David y Alistair McCleery (eds.): *The Book History Reader*, Londres, Routledge.

ARAUJO, R. (2009). "La Luciérnaga, revista de los chicos de la calle. Del cambio social a la empresa social" [Tesis de grado, Universidad de Buenos Aires, Argentina]. Disponible en repositorio institucional de la Universidad de Buenos Aires, FCSO:
<http://comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/16/2013/02/2319.pdf>

ARTUNDO, P. (2010): Reflexiones en torno a un nuevo objeto de estudio: las revistas. Trabajo presentado en el IX Congreso Argentino de Hispanistas, 27 al 30 de abril de 2010, La Plata, Argentina. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1028/ev.1028.pdf

BADENES, D. (2017). *Editar sin patrón. La experiencia política-profesional de las revistas culturales independientes*, La Plata: Club Hem Editores.

BOURDIEU, P. (2010): "Una revolución conservadora en la edición", en *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires: Eudeba.

CALABRESE, E. (2006). "Las revistas de Abelardo Castillo. Un proyecto cultural alternativo", en: Elisa Calabrese y Aymar de Llano, *Animales fabulosos. Las revistas de Abelardo Castillo*, Mar del Plata, Editorial Martín y Universidad de Mar del Plata. Disponible en:
<http://www.ahira.com.ar/estudios.php>

CAMEZZANA, M., GALLO, M. Y LÓPEZ, M. (2009). *La empresa social HECHO EN BS. AS. Un discurso sale a la calle* [Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata]. Disponible en:
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/1865>.

CARMAN, M. Y OLEJARCZYK, R. (2021). *Resistir Buenos Aires*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.

CASTEL, R. (2015). *Las trampas de la exclusión. Trabajo y utilidad social*. Buenos Aires: Topia editorial.

DARNTON, R. (2008). Retorno a "¿Qué es la historia del libro?" *Prismas - Revista de Historia Intelectual*, vol. 12, núm. 2, diciembre, 2008, pp. 157-168. Universidad Nacional de Quilmes.

DELEUZE G. Y GUATTARI F. (2002). *Kafka, para una literatura menor*, Madrid: Editora Nacional Madrid.

DITTUS, R. (2012). "La revista cultural en el análisis semiótico. Aproximación desde la obra de Pierre Bourdieu", en *Comunicación y Medios* nº 26, Santiago de Chile, Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile, pp. 84-97.

DUNEIER, M. (1999). *Sidewalk*, Nueva York: Farrar, Straus and Giroux.

ECHEVERRÍA, B. (2010). *Definición de la cultura*, México D.F: Fondo de Cultura Económica - Editorial Itaca.

GRILLO, MARÍA DEL CARMEN (2008). *La revista La Campana de Palo. Arte, Literatura, Música y*

- Anarquismo en el campo de las revistas culturales del período de vanguardia argentino (1920-1930), Buenos Aires, Academia Argentina de Letras.
- GUNTER, E. (2016). La representación de la cultura en el discurso de los indigentes [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Rosario, Argentina]. Disponible en repositorio institucional de la Universidad Nacional de Rosario: <https://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/11395>.
- LOBATO, MIRTA Z. (2012): La prensa obrera, Buenos Aires: Edhasa.
- LUCITA, E. (2002): "Fábricas ocupadas y gestión obrera en Argentina. Ocupar, resistir, producir". Cuadernos del Sur, N° 34, Noviembre, Buenos Aires, Argentina.
- MARCUS, C. (2002): "Las revistas culturales subterráneas en la dictadura", ponencia ante las II Jornadas de Historia de las Izquierdas, Buenos Aires, CeDInCI.
- MARGIOLAKIS, E. (2011). "Revistas subterráneas en la última dictadura militar argentina: la cultura en los márgenes", Revista Eletrônica da ANPHLAC, núm.10,2011, pp. 64-82. Disponible en: <http://revista.anphlac.org.br/index.php/revista>
- MATTELART, A. (2010). Para un análisis de clase de la comunicación. Buenos Aires: Editorial Cooperativa El Río Suená.
- PALOMINO, H. (2003). Pobreza y desempleo en la Argentina. Problemática de una nueva configuración social. Centro de Estudios de la Situación y Perspectivas de la Argentina, CESPA. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas.
- RABASA, M. (2021). El libro en movimiento. Buenos Aires: Tren en Movimiento y Tinta limón
- RIVERA MIR, S. (2021). Edición Latinoamericana. Buenos Aires: CLACSO; Mexico D. F.: Casa abierta al tiempo.
- REY, ANA LÍA (2012): "Notas sobre tres revistas anarquistas de principios de siglo XX: públicos populares, jóvenes periodistas y crítica político-social", en Cuadernos de Historia, n°9.
- SVAMPA, M. (2005). La sociedad excluyente, la Argentina bajo el signo del neoliberalismo. Buenos Aires: Taurus.
- SAFERSTEIN, E. (2012). La Feria del Libro Independiente y Autónoma (FLIA) en Buenos Aires. Tres ejes para su abordaje. En Argumentos, revista de crítica social. En http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/iigg-uba/20130626121737/argu14_6.pdf
- SZPILBARG, D.; SAFERSTEIN, E. (2012) El espacio editorial "independiente" : heterogeneidad, posicionamientos y debates: Hacia una tipología de las editoriales en el período 1998-2010 [en línea]. Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012, La Plata, Argentina. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1955/ev.1955.pdf
- TARCUS, H. (2007). Catálogo de revistas culturales argentinas: 1890-2007, Buenos Aires, Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas en la Argentina.
- TARCUS, H. (2020): Las revistas culturales. Giro material, tramas intelectuales y redes revisteriles en América Latina, Buenos Aires: Tren en Movimiento.
- WARLEY, J. (1993): "Revistas culturales de dos décadas (1970-1990)", en La cultura argentina: de la dictadura a la democracia, Cuadernos Hispanoamericanos, n° 517-519.
- WILKINS, A. (2006). Un análisis del circuito de donación surgido a partir de las "publicaciones de la calle" en la ciudad de Buenos Aires. En: Avá: Revistas de Antropología, n° 9.