

# ¿Un nuevo *boom* latinoamericano?: La explosión de las editoriales cartoneras <sup>[1]</sup>

Jesús Cano Reyes

Universidad Complutense de Madrid  
[jesuscanrey@yahoo.es](mailto:jesuscanrey@yahoo.es)

---

**Resumen:** Este artículo analiza el fenómeno de las editoriales cartoneras latinoamericanas, describiendo sus características y haciendo un breve repaso por la cronología de su surgimiento y multiplicación. Tras esto, se plantean algunos problemas o peculiaridades, como la revisión del propio concepto de editorial cartonera, que unifica proyectos variados, o la interrogación de hasta qué punto se lleva a la práctica su ideal democratizador del acceso a la lectura.

**Palabras clave:**

**Abstract:** This article analyzes the phenomenon of Latin-American *Cartoneras* Publishers, describing their characteristics and making a brief review of the chronology of their emergence and multiplication. After, it considers certain problems and peculiarities, like the revision of the concept in itself of *Cartoneras* publishers that join various projects or, the questioning of to what extent is the democratizing ideal carried out in practice.

**Key Words:** *Publisher, Cartonero, Book, Democratization, Cardboard.*

Una de las manifestaciones más llamativas que han tenido lugar en la industria literaria latinoamericana en estos albores del siglo XXI es el surgimiento de lo que se conoce con el nombre de las editoriales cartoneras, que han irrumpido desde los márgenes culturales hasta constituirse en un fenómeno imparable que ha sacudido el continente en toda su extensión. Si en el mapa de Latinoamérica se unieran con una línea los puntos de los lugares en los que ha aparecido una de estas editoriales independientes, como si se tratara del juego infantil de las revistas de pasatiempos, se configuraría una auténtica columna vertebral que abarca desde México hasta Argentina y que se va convirtiendo en una malla cada vez más espesa.

El objetivo de estas editoriales cartoneras, que carecen de cualquier propósito lucrativo, es la fabricación de libros artesanales a un coste muy bajo y la venta a un precio igualmente reducido. El proceso de elaboración pasa primero por la adquisición del cartón a los cartoneros (personas que malviven de la venta de este producto), el cual, tras ser cortado y pintado manualmente con colores llamativos, sirve de cubierta al texto, constituido por unas páginas impresas o fotocopiadas de un modo más o menos básico.

De esta manera, además de beneficiar al maltrecho gremio de los cartoneros (a quienes se paga el cartón a un precio muy superior al del mercado, como muestra de ayuda) se consigue una democratización del acceso a la literatura, ya que cualquier persona puede adquirir libros a un precio tan económico. Por otra parte, si algunos ponen en entredicho la calidad del resultado final, del mismo modo se puede entender (y así lo defienden ellos) que es precisamente la unicidad del libro artesanal (cada uno con su corte diferente, sus pinceladas irrepetibles) la que le otorga un valor añadido como objeto artístico.

Pero este modo de producción comporta consecuencias trascendentales que afectan también al contenido del propio libro. No será el *Ulises* de Joyce el que salga de las imprentas cartoneras, y

no sólo a causa de su extensión, sino por el elitismo con que escoge a su público receptor. Bien al contrario, y aunque no siempre sea así, los libros cartoneros darán cabida como norma general a unas voces que tendrán mayores puntos de contacto con el pueblo (el caso del poeta argentino Wáshington Cucurto es profundamente revelador a este respecto). En cualquier caso, y esto sí es un principio común en todos los proyectos, los textos pertenecen siempre a autores latinoamericanos (ya sean en español, en portugués o en guaraní), lo cual corresponde al deseo de reafirmación de la identidad cultural y literaria del continente. Aunque el catálogo se adorna con ciertos autores reconocidos que ceden sus derechos (los argentinos César Aira y Ricardo Piglia, el peruano Santiago Roncagliolo o el mexicano Mario Bellatín, entre otros), la intención fundamental es mostrar la cara oculta de la literatura latinoamericana, aquellos autores externos al cauce opresivo de la institución literaria de cuyo circuito son marginados.

Por tanto, se podría afirmar, en resumen, que se trata de un proyecto de dimensiones absolutamente populares que se articula en dos vertientes paralelas: por un lado, el compromiso social (permitir que el pueblo acceda a la literatura independientemente de su extracción social y destinar los escasos beneficios a las clases desfavorecidas), y, por otro lado, la renovación literaria (dar cabida a las voces populares y a los autores que permanecen en los márgenes del canon).

Tras describir este fenómeno, resulta inevitable establecer el paralelismo con los pliegos de cordel, manifestación popular que surge en España a finales del XV y tiene vigencia hasta entrado el siglo XX. En primer lugar, tanto en uno como en otro son las clases desfavorecidas quienes desempeñan una participación activa: si en los pliegos de cordel son los ciegos muchas veces los vendedores o, incluso, los creadores del texto, en las editoriales que nos ocupan son los cartoneros quienes aportan la materia prima y sobre los que revierten los beneficios. En segundo lugar, el producto resultante es similar: tanto en uno como en otro se trata de un cuadernillo o un pequeño libro fabricado de manera artesanal. En tercer lugar, en los dos casos el bajo precio hace que los textos sean accesibles a la gran masa del público lector. Y, por último, el contenido circula en ambos por el sendero de la literatura popular [2] (y acaso se podría suscitar también el mismo debate sobre la calidad estética).

En cuanto al número de editoriales cartoneras, resulta complicado aventurar una cifra exacta, teniendo en cuenta la velocidad a la que aumenta la resonancia de este modelo, que va dando a luz a pequeñas editoriales de manera constante (es probable que en estos momentos estén naciendo nuevos proyectos). Rastreado en Internet (el mundo de los *blogs* y de redes sociales como Facebook es el medio en el que se mueven, con enlaces y alusiones fraternales de unas a otras) se pueden encontrar referencias de hasta treinta repartidas en trece países diferentes [3]. Argentina, México o Paraguay son los países donde gozan de más presencia, con cuatro o cinco cartoneras en cada uno, pero también hay en Chile, Bolivia, Perú, Uruguay, Brasil, Colombia, Ecuador, El Salvador, Puerto Rico y República Dominicana. No obstante, hay un ejemplo más que supone una excepción llamativa: la editorial *Poesía con C*, surgida en Suecia a imagen y semejanza de las “cartoneras” latinoamericanas, lo que muestra una vez más que en ocasiones los modelos culturales del continente saltan a Europa transgrediendo el tradicional camino unidireccional que impone la influencia contraria (si bien el caso sueco posee características particulares, por haber sido el país europeo que abriera las puertas a la inmigración latinoamericana en las décadas de los golpes militares, recibiendo sobre todo un número muy considerable de exiliados chilenos).

Para entender las razones de este fenómeno, es necesario aportar algunos datos históricos que lo contextualicen. Hay que hablar en primer lugar de la *Eloísa Cartonera*, la pionera de todas ellas, que tiene su origen en Buenos Aires en el año 2003. Con la crisis económica y tras el célebre *corralito*, la situación en Argentina es desastrosa. La economía se hunde, se reducen los salarios, el desempleo llega al 18%. Esto obliga a decenas de miles de personas a buscarse la vida reciclando cartón, sin apenas respaldo estatal y con dificultades para sacar su vida adelante.

Según dice la sabiduría popular, en tiempos de crisis se agudiza el ingenio. El joven poeta Washington Cucurto y los artistas plásticos Javier Barilaro y Fernanda Laguna se dan cuenta de todo esto y crean en el barrio de La Boca la *Eloísa Cartonera*, que consta de un pequeño taller donde comienzan a fabricar estos libros de manera artesanal. Pagan a los cartoneros cinco veces el precio habitual e incluso los contratan para cortar y pintar el cartón, materializando así con esta colaboración la vertiente social de su proyecto.

La idea encuentra un año después su réplica en Perú, donde nace la *Sarita Cartonera* (si bien el camino no fue directo de Buenos Aires a Lima, pues fue en Chile donde una de las fundadoras descubrió los libros cartoneros). Si Eloísa era el nombre de una modelo boliviana real que había conquistado el corazón de uno de los pioneros de la primera cartonera, ahora Sarita hace referencia a una de las santas populares del Perú, Sarita Colonia, patrona de prostitutas y presos, protectora a un nivel más amplio de la clase baja (lo que pone otra vez más de manifiesto la ubicación marginal respecto a la institución a través de la cual pretenden ubicarse las cartoneras).

La *Animita Cartonera*, con sede en Santiago de Chile, surge el año 2005. Con el mismo apellido que sus dos antecesoras, el nombre, Animita, hace referencia a las pequeñas casitas que se sitúan en los caminos donde ha habido un accidente mortal, y es en ellas donde según la creencia popular se alojan los espíritus tras el fallecimiento del cuerpo. Otra vez se invierte la jerarquía y son las voces populares las que imponen su criterio, las que se colocan en primer lugar.

El eco se va amplificando y llega hasta Bolivia, donde surgen en un primer momento dos cartoneras: *Mandrágora Cartonera*, en Cochabamba el año 2005, y *Yerba Mala Cartonera*, en El Alto el año 2006. En este país, resulta un fenómeno más sorprendente cuando se piensa que el mercado editorial boliviano es uno de los más pobres de Latinoamérica (un libro puede llegar a costar una quinta parte del salario mensual).

Podríamos continuar nuestro itinerario hasta repetir los pasos del «fantasma cartonero» que recorre toda Latinoamérica [4]. El año 2007 aparece la primera cartonera lusoparlante, la *Dulcineia Catadora*, radicada en Brasil (el nombre es un homenaje a una cartonera real, al tiempo que al amor utópico de Don Quijote). Ese mismo año, Paraguay da a luz su primera cartonera, *Yiyi Jambo*, que tampoco es hispanohablante, sino que defiende el *portunhol selvagem*, un idioma artificial mezcla de portugués, español, guaraní y otras lenguas indígenas de la zona; su gran adalid es el poeta Douglas Diegues, que también dirige la cartonera. Se trata de una lengua lúdica y caótica, que funde elementos tanto de la cultura popular como de conceptos intelectuales.

De un modo similar, podríamos llegar a prácticamente todas las cartoneras que se conocen. Yo he localizado treinta de ellas (treinta y una con la réplica sueca), pero soy consciente de que ha de haber muchas más. Simplemente por citarlas, en Argentina encontramos, además de la *Eloísa Cartonera*, *Barcoborracho Ediciones* (también en Buenos Aires), *Cartonerita Solar* (Neuquén), *Ñasaindy Cartonera* (Formosa) y *Textos de Cartón* (Córdoba); en Chile existen, además de la *Animita Cartonera*, la *Cizarra Cartonera* (también en Santiago), y *Canita Cartonera* (Iquique); en Perú hay al menos dos: *Sarita Cartonera* (Lima) y *Otra Cosa Cartonera* (Huaraz); en Paraguay existen como mínimo cuatro: *Yiyi Jambo*, *Felicita Cartonera*, *Mamacha Cartonera* y *Mburukujarami Cartonera* (todas en Asunción); en Brasil hay dos localizadas: *Dulcineia Catadora* (Sao Paulo) y *Katarina Kartonera* (Florianópolis); en Bolivia hay tres: *Mandrágora Cartonera* (Cochabamba), *Yerba Mala Cartonera* (El Alto) y *Nicotina Cartonera* (Santa Cruz de la Sierra); en México hay hasta cinco: *La Cartonera* (Cuernavaca), *Regia Cartonera* (Monterrey), *La Rueda Cartonera* (Guadalajara) y *Santa Muerte Cartonera* y *La Ratona Cartonera* (las dos en el DF); en Ecuador existe *Matapalo Cartonera* (Riobamba); en El Salvador, *La Cabuda Cartonera* (San Salvador); en Colombia, *Patasola Cartonera*

(Bogotá); en Uruguay, *La Propia Cartonera* (Montevideo); y las más recientes, en República Dominicana, *LuzAzul* (Santo Domingo), y en Puerto Rico, *Atarraya Cartonera* (San Juan).

No obstante, frente a todo lo que hemos dicho hasta el momento, y a pesar de que todas estas cartoneras pueden transmitir la idea de un propósito común y claro, de constituirse en cierto modo como las distintas sedes latinoamericanas de un mismo proyecto, a la hora de realizar un análisis más profundo, encontramos diversos problemas de definición que hacen pensar que el concepto de editorial cartonera no es tan sólido como pudiera parecer y sirve de membrete a grupos que, si bien tienen algunos denominadores comunes (el uso del cartón para elaborar los libros), son y buscan cosas diferentes. Johana Kunin, una antropóloga argentina que ha hecho un amplio estudio de campo recorriendo las cartoneras de gran parte del continente, insiste en que no se puede pensar en una réplica que se va repitiendo tal cual, o con pequeñas variaciones, sino que cada una tiene su interpretación y lleva a cabo una materialización bien diferente en función de sus aspiraciones (Kunin 2009: 36-7).

Por poner un ejemplo, no todas trabajan con la figura del cartonero, característica en Argentina o Uruguay, pero no tanto en otros países. En México, son los propios editores los que recogen el cartón en las calles, y ellos mismos fabrican los libros. *Animita Cartonera* trabaja con jóvenes desfavorecidos (igual que *Dulcinea Catadora*) y con amas de casa. *Mandrágora Cartonera* incluye en su proyecto a los niños sordos; *Canita Cartonera*, a una veintena de presos.

En este sentido, la vertiente social, explícita en algunas cartoneras (como la pionera *Eloísa*), discurre en otras subterráneamente, o directamente no existe mayor afán que no sea el propiamente estético o literario. Si algunas están más próximas del concepto de las ONG, otras discurren esencialmente por un camino exclusivamente literario o estético. Del mismo modo, su autoconciencia como editorial también se pone en ocasiones en entredicho. Lúcia Rosa, coordinadora de *Dulcinea Catadora*, al ser preguntada por las razones y objetivos de esta, afirma:

No somos una editorial. Somos un colectivo de arte. Fundamos nuestras acciones en el pensamiento de filósofos como Jacques Rancière, críticos como Nicolas Bourriaud. Tenemos algunas palabras clave, como trueque, participación, ausencia de relaciones jerárquicas, partición de lo sensible, estética relacional. Los sentidos son construidos a partir de ese trabajo colectivo [Rosa 2009, trad. del portugués].

La magnitud y difusión de estas editoriales difiere enormemente de unas a otras. *Eloísa* ha publicado más de ciento veinte obras, organiza el concurso *Nuevo Sudaca Border*, lleva a cabo talleres, involucra a un gran número de personas. Por otro lado, la *Santa Muerte Cartonera* mexicana (sin hablar de otras más incipientes) está dirigida por tan sólo dos personas y ha publicado una docena de poemarios.

Otra idea que dificulta la concepción de las cartoneras como una red que aglutina proyectos similares con diferentes localizaciones, es la precaria comunicación entre ellas. Si bien cada vez se está estableciendo una conexión más fluida por medio del correo electrónico, todavía muchas de ellas permanecen aisladas sin ser conocidas por las otras. Se está comenzando a promover la edición de libros involucrando a diferentes editoriales, como hizo *La Cartonera* mexicana con la poesía inédita de Mario Santiago, *Respiración del laberinto* [Silva 2009].

A este respecto ha supuesto una gran ayuda el Congreso celebrado el pasado mes de octubre de 2009 en la Universidad de Wisconsin, donde muchas de ellas pudieron conocerse personalmente. Lo que sin duda es sumamente positivo porque demuestra el interés académico que está suscitando este fenómeno, resulta un tanto paradójico en cuanto que es Estados Unidos una vez más quien, sin quererlo o no, atrae hacia sí una pulsión que pretende ser liberadora de la

identidad e independencia latinoamericanas (prueba de ello, y es algo en lo que no hemos incidido, es que los precios de estos libros cartoneros, tan asequibles en Latinoamérica, resultan desorbitados si el comprador proviene de Europa o Estados Unidos).

Jaime Vargas Luna, integrante de *Sarita Cartonera*, concuerda claramente con esta idea de la ramificación y reinterpretación de la esencia originaria de la primera cartonera:

Como debe ser evidente a estas alturas, pienso que no hay -felizmente- ningún *movimiento cartonero*, y que el fenómeno cartonero como algo articulado, con principios comunes y una lógica plenamente (o incluso medianamente) compartida a lo largo de diversas ciudades latinoamericanas, es más una proyección o un deseo exterior que una realidad. Eloísa Cartonera plantea sus propias búsquedas, distintas a las que se plantea Sarita Cartonera, que a su vez son distintas a las de Yerba Mala, La Cartonera, Textos de Cartón, o las demás. Y así, felizmente, fue siempre [Vargas Luna 2009: 126].

Otro aspecto que no se debe soslayar es la constatación de hasta qué punto el objetivo (prácticamente común) de la democratización de la literatura se ha llevado a cabo. Johana Kunin señala que «los compradores son mayoritariamente estudiantes universitarios y profesores, escritores, periodistas y otros profesionales de clase media; esto es, gente que normalmente tendría acceso a los libros tradicionales» [Kunin 2009: 38, trad. del inglés]. Jaime Vargas Luna, opina en la misma línea que «el rol de transformador social de las editoriales cartoneras» sería «más simbólico que instrumental [...] Más que democratizar la lectura o integrar a sectores tradicionalmente excluidos a un trabajo más digno y solidario, las editoriales cartoneras parecen cumplir el rol de evidenciar la necesidad de alcanzar esos objetivos» [Vargas Luna 2009: 126]. Habría que preguntarse, plantea Kunin, hasta qué punto el éxito de las cartoneras tendría que ver con una moda, un deseo entre cierto sector de clase media de la sociedad de participar de un movimiento alternativo o *underground*, interesándose más por el fenómeno que por el texto en sí [Kunin 2009: 38].

En cualquier caso, podemos pensar en la alquimia como referencia a una transformación maravillosa e increíble que puede ser aplicada a las motivaciones y el modo de trabajar de estas editoriales, que, convirtiendo el cartón (la basura) en libros, llevan a cabo transformaciones que alcanzan (o cuando menos lo pretenden) terrenos más profundos: la literatura, la cultura, el pueblo. Como propone orgulloso Wáshington Cucurto, «¿Qué nos dieron? Miseria, pobreza. ¿Qué les devolvemos? Libros. Y esto ayuda a difundir a autores jóvenes, para que haya otro camino, otra puerta, otra calle que también se pueda transitar» [Bilbija 2009: 10]. Pueden servir también para poner fin las palabras del poeta chileno Raúl Zurita:

Las ediciones cartoneras son una creación genial, no sólo por lo que son, sino por lo que significan. Hay algo profundamente democrático en su manufactura, en todo lo que interviene: el papel, el cartón de la tapa, la portada única, que tiene algo de ghandiano, una refutación al histerismo de la tecnología y un regreso a la manualidad como si, más incluso que libros, Eloísa Cartonera fuera una propuesta de vida. Un libro adquiere acá otra dimensión, nunca te olvidas del todo del soporte y detrás del poema que lees sientes el latido de la vida concreta, ese telón de fondo de la existencia, que los cartoneros recolectan en la madrugada, de la calle [...] cuando las grandes imprentas sean unos dinosaurios obsoletos y hayan desaparecido Anagrama, Mondadori, Planeta, sólo existirán los libros electrónicos y los libros hechos a mano, sólo sobrevivirá el Kindle y las ediciones cartoneras” [Frieria 2008].

## Notas

- [1] Un primer borrador de este trabajo fue presentado en el Congreso Internacional “Literatura popular y de masas en el ámbito hispánico: De la oralidad al best-seller (siglos XX-XXI)”, celebrado en CSIC, Madrid, los días 23, 24 y 25 de febrero de 2010; su título entonces fue

“Libros que brotan de la basura: la alquimia del desecho en las editoriales cartoneras latinoamericanas”.

- [2] Las diversas ideas que existen en torno al concepto de literatura popular hacen necesaria una definición del mismo. En este caso, empleo el término refiriéndome a un tipo de obras cuyos referentes culturales y lingüísticos se aproximan en mayor medida a aquellos manejados por el pueblo. No obstante, soy consciente de que el término de “literatura popular” es ambiguo (o polisémico) y puede llevar a confusiones.
- [3] Si bien el catálogo no es exhaustivo, y es complicado saber hasta qué punto están trabajando de manera activa o se trata de proyectos de vida más bien breve o escasa.
- [4] Tomo prestado el concepto de “fantasma cartonero” de Ksenija Bilbija, que lo relaciona hábilmente con el fantasma que recorría Europa según Marx y Engels (Bilbija 2009: 5).

### **Bibliografía**

Bilbija, Ksenija. (2009). “¡Cartoneros de todos los países, uníos!: Un recorrido no tan fantasmal de las editoriales cartoneras latinoamericanas en el tercer milenio”. En Ksenija Bilbija y Paloma Celis Carvajal (eds). *Akademia Cartonera: Un ABC de las editoriales cartoneras en América Latina*. (2009). Universidad de Wisconsin. Disponible en: <http://www.meiotom.art.br/AkademiaCartoneraArticles.pdf>. [Consulta: 9/01/10]. Págs. 5-30.

Friera, Silvina. “Un fenómeno que se extiende por América Latina”. *Página 12* (Argentina), 3 de junio de 2008. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/2-10245-2008-06-03.html> [Consulta: 9/01/10].

Kunin, Johana. (2009). “Notes on the Expansion of Latin American Cardboard Publishers: Reporting Live from the Field”. En Ksenija Bilbija y Paloma Celis Carvajal (eds.). *Akademia Cartonera: Un ABC de las editoriales cartoneras en América Latina*. (2009). Universidad de Wisconsin. Págs. 31-52.

Rosa, Lúcia. Correo electrónico con el autor. 12 de noviembre de 2009.

Silva, Raúl. Correo electrónico con el autor. 12 de noviembre de 2009.

Sitio Web de *Eloísa Cartonera*: Disponible en: <http://www.eloisacartonera.com.ar> [Consulta: 9/01/10]

Vargas Luna, Jaime. (2009). “La rumba y el rumbo: Editoriales cartoneras y edición independiente en Latinoamérica”. En Ksenija Bilbija y Paloma Celis Carvajal (eds). *Akademia Cartonera: Un ABC de las editoriales cartoneras en América Latina*. (2009). Universidad de Wisconsin. Págs. 111-129.

© Jesús Cano Reyes 2011

*Espéculo. Revista de estudios literarios*. Universidad Complutense de Madrid

El URL de este documento es <http://www.ucm.es/info/especulo/numero47/boomlatin.html>