



UNR Universidad
Nacional de Rosario

Orsai, nadie en el medio (2011-2013):

entre el mercado, una comunidad de lectores y la literatura expandida

Maestranda: Cristina Patricia Sosa

Director: Dr. Cristian Molina

Índice

Introducción	3
1. Una revista cultural y una editorial independiente en la era digital	
I. Una revista transnacional en un contexto de posglobalización... 20	
II. La editorial Orsai en una industria polarizada..... 29	
III. Plagio y propiedad intelectual en la era digital..... 41	
2. Una comunidad y una ética editorial	
I. El proyecto Orsai y su ética editorial..... 56	
II. Los espacios de problematización del mercado..... 71	
III. Comunidades que confían: los amigos de <i>Orsai</i> 81	
3. Los alcances de lo literario en <i>Orsai</i>	
I. El director-personaje como figura clave de la publicación 104	
II. <i>Orsai</i> : una revista de historietas..... 126	
III. La crónica en <i>Orsai</i> 136	
Conclusión	149
Anexo. Entrevista a Hernán Casciari	156

Introducción

Estudiar una revista representa un desafío metodológico ya que, en el afán de tomarla como objeto en su conjunto, esto es, al intentar el trazado de líneas comunes para atender a la densidad de relaciones y a la materialidad singular que suponen, podemos llegar a sustraer en gran medida su complejidad. Es por eso por lo que uno de los primeros pasos a la hora de estudiarla es pensar cómo se puede decir algo de ella sin caer en la generalidad descriptiva. Esta investigación se inscribe en el campo de estudios sobre publicaciones periódicas y tiene en el centro de su análisis la primera época (2011 y 2013)¹ de la revista *Orsai. Nadie en el medio*² cuyos principales responsables son Hernán Casciari y Christian Basilis. En la primera etapa, *Orsai* dio a conocer su primer número en 2011 y continuó saliendo hasta el número 16 a finales de 2013. De frecuencia trimestral el primer año y bimensual el segundo y el último. Tomamos esa parte de la colección debido a que forma un conjunto cerrado, con un inicio y un cierre precisos.

Sostenemos que *Orsai* opera como una sugerente intervención dentro de los procesos económicos, políticos y culturales inscriptos en lo que se ha denominado posglobalización.

En esta publicación el mercado constituye un elemento central porque influye en el

¹ En junio de 2017 se puso a la venta el número 17 de la revista. En el primer editorial de esta segunda temporada Casciari afirma que: “Como ustedes pueden ver, en esta segunda etapa vamos a esquivar el camino difícil. Elegimos el atajo de los perezosos: vamos a hacer la mejor revista de cultura en castellano sin publicidad, sin subsidios, pagándoles bien y a tiempo a los mejores narradores y dibujantes, mientras al mismo tiempo llenamos un teatro y agotamos el tiraje completo en dos horas. Y todo eso en el contexto de un gobierno de derecha. De verdad: no hay nada más fácil. Inténtenlo” (p. 3). Con estas palabras se sostiene una actitud que comenzó a visualizarse en la primera época, la idea de que la revista tiene una serie de rasgos que la dotan de un valor del que carecen otras, asimismo se muestra una seguridad en el éxito del proyecto que en los primeros años no había. Cuando *Orsai* comenzó a editarse, Casciari y Basilis afirmaban que eran conscientes de que podían fracasar y perder mucho dinero, pero que no les importaba. La posición con respecto al resultado del emprendimiento parece haber cambiado.

² En adelante, *Orsai*.

posicionamiento, definición y en la forma de la revista, así como en su circulación, es decir, en los modos de distribución y en el acercamiento al público lector. Un director personaje actúa como elemento cohesionador de los múltiples componentes de la revista y desde ese lugar funciona, además, como un factor central del éxito o fracaso de las estrategias de fidelización que construyen una comunidad de lectores. Precisamente, la comunidad será una noción medular para comprender *Orsai* ya que su origen en un blog y su crecimiento gracias, entre otros motivos, a la adaptabilidad a diferentes medios y plataformas (como la televisión, la radio, el teatro, aplicaciones de *streaming*, etc.) que el director demuestra permiten caracterizar el desarrollo de un proyecto de edición independiente en la era digital. Finalmente, la centralidad de la figura de Casciari se advierte en cómo toma la palabra de manera sostenida en algunas secciones de la revista, pero sobre todo en la presencia de sus relatos autorreferenciales dentro de la publicación. Esto nos pone ante la pregunta por la concepción de literatura que propone *Orsai*. Parte de la respuesta se halla en el lugar que se les da tanto a la historieta como a la crónica latinoamericana.

En sus posicionamientos explícitos, *Orsai* se presenta como una especie de “utopía anticorporaciones” que en la práctica no trata tanto de efectuar una posición en contra del mercado en el sentido de marginalidad u operatividad por fuera de los circuitos del consumo capitalista, sino de constituir modos de consumo diferentes a los del mercado hegemónico, restituyendo la posibilidad de creación de otros mercados en el seno de las lógicas económicas de su funcionamiento. Esto, si por un lado se explica porque abre posibilidades de un punto de fuga de la revista del imperio económico, al permitir el acceso gratuito a todos sus contenidos en una publicación online, al mismo tiempo declara (acaso con una deliberada exageración) que las decisiones que se toman en relación con la forma

de la revista son consecuencia de los planteos, deseos y mandatos de sus lectores y, por ende, del mercado que la consume.

Orsai se convierte en objeto de atención crítica por sus apuestas y por proponer un modo singular de lectura, un modo de escritura y, sobre todo, un modo de distribución que se pretende novedoso y que tiene las marcas de la época en que existió. Los editores se expusieron a un riesgo comercial que ha tenido como respuesta la captación de un público lector que aceptó las reglas de circulación que se les proponían. En relación con esto, lo primero que hay que aclarar es que para adquirir la revista entre los años 2011 y 2013³, Casciari invitó desde su blog a algunos compradores a ser distribuidores en distintas partes del mundo. Entonces, si alguien estaba interesado en comprarla se tenía que poner en contacto con el distribuidor más cercano y acordar una forma de pago y de entrega. Por lo tanto, para tener sus ejemplares, los lectores debían comunicarse con un desconocido, depositar dinero en una cuenta bancaria y confiar en que no serían estafados.

Numerosos trabajos publicados en los últimos años han hecho foco en el análisis de publicaciones periódicas y junto con eventos académicos y tesis acerca de revistas revelan que estas ocupan un lugar relevante puesto que se han convertido en un objeto de estudio diferenciado. Aunque los estudios de revistas no son algo nuevo, ya que es posible hallar algunos ligados a la bibliofilia (a través de la elaboración de índices y resúmenes de contenido) desde mediados del siglo XIX, es notable la atención que se le ha dado recientemente y cómo esto contribuyó al nuevo estatus del que hablamos. Al indagar en el

³ Como ya dijimos, en junio de 2017 salió a la venta un nuevo número de *Orsai*. Para el número 1 de esta segunda etapa, Casciari estableció un único día de entrega de la revista en diferentes puntos de Argentina. Los lectores debían pagar antes la revista en un sitio web para luego pasar a retirar su ejemplar en un bar. Los ejemplares de la segunda etapa, que ya lleva 7 números, pueden recibirse por correo postal o retirarse de algunas librerías en CABA.

proceso de afirmación del objeto revista en Argentina, surge la pregunta por su especificidad, si es que se le reconoce alguna, y la búsqueda de nociones y conceptos que sean metodológicamente pertinentes para su abordaje (Artundo, 2010).

Hasta hace varias décadas atrás se solía considerar a las revistas como un aspecto casi secundario en el corpus mayor de la literatura latinoamericana. Desde esa perspectiva, las publicaciones periódicas fueron confinadas, según algunos autores, “al rol de tribuna representativa de un movimiento o generación, plataforma de lanzamiento de ciertos autores, o difusora de una determinada estética” (Schwartz y Patiño, 2004, p. 647), pero una tendencia crítica reciente las ha transformado en un objeto de estudio singular, dándole así un nuevo estatus. Aunque esto trajo aparejadas dos consecuencias discordantes: por un lado, el beneficio de la especificidad que permitió el desarrollo de estudios más precisos que iluminaran este objeto, pero por el otro, el riesgo en estos estudios de la falta de integración con la complejidad discursiva de una época literaria y cultural. Por ese motivo, nos proponemos pensar las revistas como espacios dinámicos donde se cruzan materiales estéticos e ideológicos que provienen de zonas de problemas cuya clave literaria es solo una de las lecturas. Las publicaciones, en tanto componentes centrales en estudios de la situación de la literatura en un momento dado, permiten captar un estado de los discursos y de la cultura, es decir, cuáles son las discusiones de cada momento no solo sobre la dimensión estética, sino política, económica y hasta de gusto social. Por lo tanto, estudiar revistas supone considerarlas como un material heterogéneo, a veces contradictorio, e implica pensar la relación que las publicaciones establecen desde su enunciación política, ética, estética, literaria, con el campo cultural. Se destaca, de esta manera, su carácter

necesariamente histórico (Delgado, 2014). Por lo señalado, es posible concluir que las revistas culturales constituyen a veces un instrumento privilegiado que:

permite seguir las peripecias de la vida intelectual y artística de cualquier país, traman e intervienen en los debates culturales de mayor relieve en su momento, habilitan la reconstrucción de líneas históricas y sociales y expresan la militancia estética o política usualmente en un manifiesto colectivo, en red con los programas de otras revistas locales o extranjeras, y ofrecen un diseño de la cultura en una determinada etapa (Marsimian y Grosso, 2009, p. 5).

Concebidos como bancos de prueba, la voluntad de intervenir en su presente las vuelve un testimonio perfecto para la periodización ya que informan de las problemáticas que definen su tiempo (Sarlo, 1992). En su tejido discursivo se experimentan propuestas estéticas y posiciones ideológicas, allí se halla también su política textual y gráfica. Como su tiempo es el presente, se planean “para la escucha contemporánea” (Sarlo, 1992, p. 9), aunque los textos incluidos en ellas puedan trascenderlas y así alcanzar el futuro. Ninguna historia cultural o literaria podría prescindir del recorrido: “por ese entrelugar, esa multiplicidad de fragmentos que es más que la suma de todos ellos y cuya riqueza habilita una lectura compleja de una sensibilidad social y cultural de una época” (Patiño, 2008). En síntesis, las revistas conforman el lugar donde se discuten y redefinen las características, las funciones y la legitimidad de sus propias prácticas. En este estado de la cuestión, como ya dijimos, podemos reconocer un creciente (aunque no nuevo) interés por el estudio de las publicaciones periódicas, así como una coincidencia en señalar su importancia para la caracterización de un estado de la cultura ya que en ellas confluyen diferentes voces,

posicionamientos y discusiones, constituyen espacios recorridos y tensionados por fuerzas múltiples: culturales, estéticas, económicas y políticas.

Aunque hasta la fecha no existen estudios específicos sobre la revista *Orsai*, podemos encontrar, en cambio, trabajos sobre otras revistas, como el que realiza Patiño (2008) sobre *Punto de Vista*, *Sitio*, *Babel* y el suplemento de *Tiempo Argentino*, *Tiempo Cultura*. También estudios sobre *La Biblioteca*, *El Mercurio de América*, *La Montaña*, *Ideas* y *Nosotros* de Delgado (2006); acerca de *Caras y caretas*, *La ilustración argentina* y de una serie de intelectuales que dirigieron o participaron en publicaciones periódicas en el siglo XIX y su vínculo con la industria cultural de Eduardo Romano (2012); sobre *Primera plana* de María Eugenia Mudrovcic (2010); los trabajos sobre *Sur* de Patricia Willson (2004), Judith Podlubne (2012) y de María Teresa Gramuglio (2013); sobre *Babel* de Catalin (2013); sobre *Contorno* de Croce (1996); sobre la revista *Barcelona* (López Winne, 2010), lo que Luz Rodríguez Carranza (2019) ha escrito acerca de las revistas del Boom, sobre *Primera Plana*, *Los libros* y *Babel*⁴ y el trabajo de Claudio Maíz acerca de las revistas culturales latinoamericanas de los siglos XX y XXI (2021).

Por otra parte, hemos atendido a la publicación desde el año 2008 de ediciones facsimilares de las revistas *Contorno*, *La Rosa Blindada*, *Papeles de Buenos Aires*, *Arturo*, *Letra* y *Línea*, *Pasado y Presente*, *Literal*, a cargo de la Biblioteca Nacional. Todas están

⁴ En la primera parte de su trabajo, en el capítulo que lleva como título “Archivos”, Rodríguez Carranza (2019) se propone “releer materiales percederos” (p. 18). En primer lugar, analiza la manera en que se leyeron en las publicaciones periódicas contemporáneas los relatos del Boom y del post Boom. Luego, indaga las relaciones entre *Primera plana* y *Los libros* y finaliza con una lectura dialógica de *Babel* y la primera etapa de *Los libros*. En todos los casos que explora, la noción central que orienta su aproximación es la interpelación, concebida desde la perspectiva propuesta por Althusser y el concepto de inmunidad de Roberto Esposito.

disponibles en su página web y se pueden leer en línea⁵. Asimismo, en el Archivo Histórico de Revistas Argentinas⁶ se encuentran disponibles *Nervio*, *Multicolor de los sábados*, *Las ciento y una*, *Mar dulce*, *El grillo de papel*, *El escarabajo de oro*, *Nuevos Aires*, *Crisis* y *El ornitorrinco*. Además de las ediciones facsimilares mencionadas, podemos encontrar antologías de revistas como *Sur* (2005) y *Literal* (2011). De lo señalado se desprende que hay un marcado interés en poner a disposición de la mayor cantidad de lectores materiales a los que de otra manera resultaría imposible acceder.

Para situar la revista en su primera etapa, debemos tener en cuenta que fue hecha entre Argentina y España y que en ella participaron colaboradores de diferentes países como Horacio Altuna, Carolina Aguirre, Josefina Licitra, Gustavo Sala, Claudia Piñeiro, Selva Almada, Alejandro Seselovsky, Andreu Buenafuente, Enrique Symns, Gabriela Wiener, Gonzalo Garcés, Leonardo Oyola, Mario Bellatin, Nacho Vigalondo, Alejandra Lunik, Juan Matías Loiseau (Tute) y Pedro Mairal. De manera que una frontera reconocible en *Orsai* es la lengua porque, incluso aunque se encuentren producciones de autores estadounidenses, ingleses, brasileños o japoneses, sin excepción esos textos se presentan traducidos al español. Esto indica que el público al que se apunta es el hispanohablante y define la localización de la revista en dicho espacio.

En su primera etapa, la revista no tuvo secciones fijas, pero en el blog⁷, donde se replicaban los contenidos de la publicación, se ordenaron en las siguientes categorías: “Fragmentos y

⁵ Disponibles en <https://catalogo.bn.gov.ar/F/?func=find-m>. [Última revisión 15 de diciembre de 2022].

⁶ Disponibles en <http://www.ahira.com.ar>. [Última revisión 15 de diciembre de 2022].

⁷ El blog en el que Casciari publicaba entradas con una frecuencia irregular, pero constante trasladó sus contenidos a un sitio que tiene el nombre del autor: <https://hernancasciari.com/blog/>. [Última revisión 15 de diciembre de 2022]. Allí no se encuentra todo lo que ha escrito, lo cual da cuenta de lo efímero de los contenidos virtuales, pero hay acceso a algunos materiales. El espacio funciona para la compra de revistas, libros, entradas a los espectáculos y a un archivo de audios y videos con lecturas de Casciari.

adelantos” donde se anticipaban los contenidos de libros a publicarse, “Artes populares” (donde se realizaba el análisis de series de televisión y películas), “Perfiles” (de Charly García, José Mujica, Henry Darger, Curtis Garland, entre otros), “Entrevistas” (a Evan Henshaw –uno de los fundadores de Twitter-, María Kodama, el Indio Solari, Alejandro Dolina, Diego Capusotto y Pedro Saborido, Mario Pergolini y Stephen Hawking), “Crónicas periodísticas, narrativas e introspectivas” e “Historietas y viñetas humorísticas” (de Bernardo Erlich, Alfredo Casero, Miguel Rep, Alberto Montt y Eduardo Salles). Es notable la predominancia de los géneros entrevista, ficción, crónica (en sus diferentes variables, aunque la más recurrente fue la policial) e historieta, en ellos nos detendremos en el último capítulo de este trabajo.

En *Orsai* se establece un repertorio cultural compartido entre los responsables de la revista y sus lectores. Se hace referencia a determinados autores (Abelardo Castillo, Juan Filloy, Enrique Symns, entre otros), géneros literarios (crónica policial, folletín, cuentos), series de televisión (en los primeros tres números, por ejemplo, se incorporaron artículos sobre *Mad Men*, *Seinfeld* y *Breacking Bad*), películas (*Jaws*, *La ventana indiscreta*, *Thelma y Louise*, solo por nombrar algunas), músicos (como Luis Alberto Spinetta, el Indio Solari y Nirvana) y artículos que permiten trazar un mapa de los intereses del consumo cultural de quienes componen el proyecto. Esto contribuye a crear una sensación de agrupamiento, ya que se postula que quienes leen la revista y quienes la hacen comparten un universo cultural. Pero, si bien están en un espacio en común y participan en alguna medida de una misma línea editorial, eso no implica que sus perspectivas sean plenamente comunes.

Asimismo, en las “Sobremesas” (una sección que apareció en la mayoría de los números de *Orsai*, salvo en las ediciones 3 y 5, donde Casciari y Basilis, con los nombres Jorge y Chiri,

conversaban acerca de temas variados y que funcionaba como un texto de enlace de los contenidos de la publicación) es sugestiva la voluntad por explicitar la dimensión económica del quehacer editorial. Allí se intenta profanar la práctica editorial a través del comentario del proceso de realización de esta revista, de los chistes acerca de las dificultades con las que se encuentran durante el desarrollo del proyecto Orsai, de la elección del lenguaje utilizado y, sobre todo, del relato de anécdotas autorreferenciales en las que los dos responsables principales quedan definidos como “perdedores”. Pero también es el espacio en el que *Orsai* traza su propia genealogía. Con frecuentes referencias a autores como Abelardo Castillo, fundador de tres revistas legendarias, *El grillo de papel*, *El escarabajo de oro* (junto con Liliana Heker) y *El ornitorrinco* o con la mención de Mempo Giardinelli que fundó en los ochenta *Puro cuento*, la revista se ubica en una serie de publicaciones que la inspiraron y que definieron en alguna medida su existencia. En una de las “Sobremesas”, Casciari le cuenta a Chiri que recibió un correo electrónico de Giardinelli en el que no solo le contaba acerca del final de su revista por razones económicas, sino que también le plantea que le hubiera gustado tener la fuerza de *Orsai* y agrega que: “Nosotros aprendimos a leer con esa revista, con las recomendaciones de Mempo y su consejo editorial. Cuando leí ese mail se me puso la piel de gallina” (Nº2, p. 193).

Por otra parte, al repasar el conjunto de revistas culturales contemporáneas a esta publicación nos encontramos con propuestas que se acercan en algunos aspectos a ella, sin dejar, al mismo tiempo, de marcar sus diferencias. Revistas como *Boca de sapo* (1999 y continúa), *Ramona- Revista de artes visuales* (2000-2010), *Otra parte* (2003-2014), *Crisis* (la segunda etapa comenzó en 2010 y continúa), *Todavía* (2002-2014), *Bazar americano*

(2004 y continúa), *No retornable* (2005 y continúa), *La balandra (otra narrativa)* (2011-2019) y *Anfibia* (2012 y continúa) se publicaron al mismo tiempo que *Orsai*. Algunas lo hicieron solo en soporte papel, otras solo aparecieron en la web, pero la mayoría presentaron a sus lectores las dos alternativas. Por otro lado, todas ofrecen la posibilidad de acceder de manera total o parcial a sus contenidos de manera gratuita. Aunque los repertorios e intereses culturales entre estas revistas son diferentes, no podemos perder de vista, por ejemplo, que los lugares de procedencia de sus autores están en un caso más ligados a la academia (es el caso, por ejemplo, de *Bazar americano*, dirigida por Ana Porrúa y que cuenta con las colaboraciones de prestigiosos investigadores que pertenecen a diversas universidades del país como Sandra Contreras, Miguel Dalmaroni, Nora Avaro, Julio Schwartzman, por mencionar algunos) y en el otro, a circuitos menos institucionalizados (como *La Balandra*, cuyos responsables conformaron una fundación que tiene como objetivo promover el oficio de la narrativa). Esto implica comprender que, si el presente constela este núcleo de publicaciones, sobre todo en la alternancia de formatos y respecto de los modos de circulación en la web, cada una mantiene su propia singularidad que la aleja o la acerca, según los casos, de la publicación que abordamos.

En esta dirección, puede resultar ilustrativo abordar el devenir de algunos de estos proyectos para sustentar la singularidad de nuestro objeto de estudio. La revista *Crisis*⁸ tuvo una primera etapa de 40 números que se publicó entre los años 1973 y 1976. La segunda se inició el 7 de septiembre de 2010 y cuenta con 52 números. La versión actual es dirigida por un “Colectivo editorial” integrado por Mario Santucho, Hernán Vanoli, Ximena Tordini, Martín Vega, Jazmín Tesone, Ezequiel García, entre otros. Se sostiene con el

⁸ Disponible en <http://www.revistacrisis.com.ar/>. [Última revisión 15 de diciembre de 2022].

financiamiento de movimientos sociales y culturales, con el apoyo de instituciones estatales y de empresas privadas, en cuanto a su distribución, para tenerla el lector debe suscribirse. Se publica en soporte papel y solo unos pocos artículos pueden leerse en la página web. Muchas son las diferencias editoriales con *Orsai*, para empezar el acceso limitado a los contenidos, en segundo lugar, que el sistema de suscripción y los aportes económicos de distintos organismos son la fuente principal de financiamiento. Casciari, en cambio, monta un conjunto de actividades de diversa índole que le permite mantener el proyecto. Además, busca convocar a los lectores cuando los hace partícipes de algunas de dichas acciones, tanto en sus redes sociales como por medio del correo electrónico se acerca para ofrecerles invertir en la producción de una película o para avisar que sus libros están de oferta porque se está jugando un partido de fútbol y apuesta que ganará determinado equipo, por ejemplo.

De la dirección de *Boca de sapo, revista de arte, literatura y pensamiento*⁹ es responsable Jimena Néspolo. Tiene 34 números (desde noviembre de 1999 hasta septiembre de 2022) que pueden descargarse como PDF y que están orientados por un tema anunciado en la portada (Tiempos, Activismos, Animalidad, Atlas y territorialidades, Fragilidad, Energía, entre otros). Los colaboradores aceptan que sus aportes aparezcan tanto en la versión impresa como en la digital y, a diferencia de *Orsai*, no retribuye pecuniariamente las colaboraciones. En relación con esto, es pertinente advertir que en la revista de Casciari son frecuentes los comentarios acerca del pago a los escritores, ilustradores y fotógrafos que participan de cada número¹⁰. Nos detendremos más adelante en este punto cuando

⁹ Disponible en <http://www.bocadesapo.com.ar/>. [Última revisión 15 de diciembre de 2022].

¹⁰ Según Casciari se les paga a los colaboradores entre 1000 y 1600 dólares por cada contenido que se publica. Con Basilis y el resto del equipo de responsables de *Orsai* se han propuesto mantener el monto de lo que se paga actualmente en España.

analicemos cómo opera la tensión entre el valor literario y el valor económico en esta publicación porque consideramos que es un rasgo singular de nuestro objeto de estudio.

*Bazar americano*¹¹ se publica desde el año 2004, su editora es Ana Porrúa y el consejo editor está integrado por Osvaldo Aguirre, Irina Garbatzky, Matías Moscardi, Carlos Ríos y Alfonso Mallo. Tiene 85 números y funciona también como acceso a otra publicación: *Punto de Vista*. En relación con el público al que va dirigido, *Orsai* se diferencia de esta publicación porque se dirige a un lector no especializado. Por ese motivo, no encontraremos en ella trabajos críticos ni una participación mayoritaria de nombres vinculados a la academia. Si bien algunos colaboradores se destacan en el mundo académico y del arte, al mismo tiempo participan de periódicos, programas de televisión y radio y otros espacios que apuntan a un público general desde un lugar de trascendencia mediática.

En síntesis, si atendemos a estos tres derroteros periódicos como representativos del conjunto, observamos que en ningún caso encontramos como en *Orsai* la combinación de los siguientes factores: que el sistema de suscripción no sea obligatorio para poder consumir la totalidad de los contenidos de la revista, que apunte a un público amplio (eso se puede comprobar cuando reparamos en la incorporación de un glosario al final de cada artículo en las seis revistas que componen el tercer año) y no especializado, que los distribuidores sean los propios lectores y que no se les pague por el servicio, que no contengan publicidades, que exista la posibilidad de tener la revista en soporte digital y papel, que presente artículos emparentados con la cultura, la actualidad y el mercado, que

¹¹ Disponible en <https://www.bazaramericano.com/>. [Última revisión 15 de diciembre de 2022].

su director opere como articulador de los contenidos de manera explícita y que la revista esté ligada a un proyecto cultural aún más amplio.

Como la gratuidad parece ser un rasgo en común de estos proyectos, es pertinente preguntarse a qué responde esta particularidad de la revista que estudiaremos. En el primer editorial de *Orsai*, en la oración inaugural, Casciari plantea que ya nadie necesita una revista de papel porque existen medios para conseguir lo que una revista literaria ofrece a sus lectores (es posible ver entrevistas de autores en YouTube o se pueden rastrear en Internet textos inéditos o consagrados). Pero, además, enfatiza que tampoco es necesario comprar ni siquiera esta publicación porque es posible adquirirla en formato PDF¹². Por lo tanto, el que paga por un ejemplar de *Orsai* lo hace para colaborar con el proyecto y para que se mantenga o por el gusto de tener el objeto revista en sus manos. En relación con lo antedicho podemos señalar que, tal como advierte el director, *Orsai* se desarrolla en tiempos en los que es posible conseguir bienes culturales online (gratis o pagando). Este escenario activa en el proyecto una serie de problemas: cómo convencer del valor de la revista en papel, qué estrategias desplegar para convertirla en un objeto de interés que además esté legitimado. En cierta medida, esto último otorga sentido a la insistencia en hablar de lo que vuelve única a su revista.

En editoriales y “Sobremesas” repiten que *Orsai* es especial porque está hecha por amigos, porque cuenta con la participación de los escritores que admiran y porque el proyecto se sostiene sin traicionar los lineamientos éticos que lo definieron desde el primer momento, esto es, la negativa a ceder espacio a la pauta publicitaria y el acceso gratuito a los

¹² Disponible en la sección *Revistas en papel* en <https://revistaorsai.com/>. [Última revisión 15 de diciembre de 2022].

contenidos online. Aunque otras publicaciones periódicas han compartido estas características y eso ha sido reconocido por los responsables de esta revista, cuando aparecen en *Orsai*, son definidas como novedosas y especiales. Esta deliberada exageración del valor de la revista deviene en una especie de chiste interno que los lectores comprenden.

En cada uno de los capítulos de este trabajo nos proponemos abordar algunos puntos nodales de nuestro objeto de estudio. En el primer capítulo indagaremos las condiciones económicas de posglobalización en las que se desarrolló el proyecto *Orsai*, al tiempo que analizaremos los problemas que se desprenden de la publicación de una revista cultural de una editorial independiente en la era digital. En el segundo capítulo abordaremos la revista en tanto “utopía anticorporaciones”, explicaremos en qué consiste el proyecto y la ética editorial en la que se asienta para luego atender a los espacios en los que se problematiza el mercado y revisar el papel de los lectores como miembros de una comunidad y como facilitadores de una revista que se pretende sin intermediarios. En el tercer y último capítulo prestaremos atención al director como un personaje de relatos autorreferenciales que articula los contenidos de la publicación y que deviene fundamental para la preservación de una comunidad de lectores, así como para la práctica de cierta concepción expandida de la literatura en su relación con la historieta y la crónica en *Orsai*. Finalmente, incorporamos en un anexo una entrevista realizada a Hernán Casciari que resultará iluminadora para comprender las múltiples facetas de nuestro objeto de estudio.

Referencias bibliográficas

- Artundo, Patricia M (2010). “Reflexiones en torno a un nuevo objeto de estudio: las revistas”. En *Actas del IX Congreso Argentino de Hispanistas: el hispanismo ante el Bicentenario*, Asociación Argentina de Hispanistas, Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP/CONICET), Universidad Nacional de La Plata, La Plata, <http://ixcah.fahce.unlp.edu.ar/actas/artundo-patricia-m>
- Catalin, Mariana. (2013). *Babel. Revista de libros: formular el propio presente entre los finales y el fin*. Disponible en <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/15340>.
- Croce, Marcela. (1996). *Contorno: izquierda y proyecto cultural*. CABA: Colihue.
- Delgado, Verónica. (2006). *El nacimiento de la literatura argentina en las revistas literarias: 1896-1913*. Tesis de Doctorado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.
- (2014). “Algunas cuestiones críticas y metodológicas en relación con el estudio de revistas”. En Delgado, Verónica; Mailhe, Alejandra; Rogers, Geraldine. (coord.). *Tramas impresas: Publicaciones periódicas argentinas [XIX-XX]*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.
- Gramuglio, María Teresa. (2013). *Nacionalismo y cosmopolitismo en la literatura argentina*. Rosario: Editorial Municipal de Rosario.
- López Winne, Hernán. (2010). *Lo cómico, la risa, la crítica: la parodia como ejercicio crítico en la revista Barcelona*. CABA: Ediciones Godot Argentina.

- Maíz, Claudio; Claudia Lorena Fonseca y Regina Crespo (eds.) (2021). *América Latina y la cultura impresa: revistas culturales de los siglos XX y XXI*. Mendoza: EDIFYL.
- Marsimian, Silvina y Marcela Grosso. (2009). *Panorama de la literatura argentina contemporánea*. CABA: Santiago Arcos Editor.
- Mudrovcic, Ma. Eugenia. (2010). *Nombres en litigio. Las guerras culturales en América Latina: del happening desarrollista a la posguerra fría*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.
- Patiño, Roxana. “Revistas literarias y culturales argentinas de los 80: usinas para pensar una época”. En *Ínsula: revista de letras y ciencias humanas*, N° 715-716, 2008. pp. 2-5.
- Podlubne, Judith. (2012). *Escritores de Sur. Los inicios literarios de José Bianco y Silvina Ocampo*. Rosario: Beatriz Viterbo.
- Rodríguez Carranza, Luz. (2019). *Interpelaciones: indicios y fracturas en textos latinoamericanos*. Villa María: Eduvim.
- Romano, Eduardo. (2012). *Intelectuales, escritores e industria cultural*. CABA: La Crujía.
- Sarlo, Beatriz. (1992). “Intelectuales y revistas: razones de una práctica”. En *Le discours culturel dans les revues latino-américaines (1940-1970)*. América-Cahiers du CRICCAL n° 9/10, pp. 9-16.
- Schwartz, Jorge y Roxana Patiño. (2004). “Introducción”. En *Revista Iberoamericana*, Vol. LXX, Núms. 208-209, Julio-diciembre 2004, 647-650.

Willson, Patricia. (2004). *La constelación del Sur. Traductores y traducciones en la literatura argentina del siglo XX*. CABA: Siglo XXI.

Capítulo 1. Una revista cultural y una editorial independiente en la era digital

Una revista transnacional en un contexto de posglobalización

Para comprender el surgimiento y desarrollo del proyecto Orsai conviene primero atender a la situación del mercado editorial en los años noventa y en la década posterior¹³ debido a que es el periodo en el que se dieron las condiciones para que apareciera la revista, así como indagar acerca del trabajo editorial en un contexto de posglobalización y de libre acceso de contenidos en la web. Aunque cabe antes aclarar que nuestro trabajo parte del reconocimiento de que el lugar que ocupa *Orsai* tanto como revista como editorial independiente, no es un caso aislado ni instituye una concepción completamente novedosa del mercado editorial, sino que se trata de la muestra de una peculiar circulación de algunos bienes culturales que pone en evidencia uno de los modos en que se efectúa la actual inflexión de la constitución y funcionamiento del mercado cultural latinoamericano. Para abordar la colección de revistas *Orsai* es necesario conceptualizar en torno de la posglobalización ya que es en el contexto de transformación de un conjunto de procesos¹⁴ que se origina y desarrolla este proyecto editorial¹⁵.

¹³ En *Políticas editoriales e impacto cultural en la Argentina (1880-2000)* Amelia Aguado (2006) presenta una síntesis de estudio de la evolución de la industria editorial en nuestro país y su impacto en la literatura argentina que derivó en la publicación de *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*. Identifica siete períodos: 1880-1899, el surgimiento de un mundo editorial; 1900-1919, organización del mercado editorial, 1920-1937, la emergencia del editor moderno; 1938-1955, la “época de oro” de la industria editorial; 1956-1975, la consolidación del mercado interno; 1976-1989, dictadura y democracia: la crisis de la industria editorial y 1990-2000, la concentración y la polarización de la industria editorial. En esta última etapa ubicamos la revista de Casciari. En *Relatos de mercado. Literatura y mercado editorial en el Cono Sur (1990-2008)*, Cristian Molina (2013) analiza los mercados simbólico-editoriales de Argentina, Chile y Brasil hasta 2008.

¹⁴ Sanahuja (2017) diferencia dos ciclos históricos de globalización: la primera fue impulsada por la revolución industrial, el imperialismo y la Pax Britannica. Se extendió a lo largo del siglo XIX y finalizó con

José Antonio Sanahuja (2017) observa que, desde la crisis económica global iniciada en 2008, el sistema internacional se halla sumido en una etapa de cambio estructural. Advierte el agotamiento de la globalización como ciclo económico y agrega que este nuevo escenario de “posglobalización” se caracteriza por tendencias de fragmentación y reorganización de los mercados y las cadenas productivas, así como por ser una etapa de mayor integración de la economía digital. Se complejizó¹⁶ el escenario geopolítico y se volvió más competitivo, con “mecanismos de gobernanza regional y global más fragmentados y con menor capacidad de articular la acción colectiva para dar respuesta a los retos globales” (p. 46).

Como consecuencia, en esta nueva fase se observa un viraje a políticas nacionales o regionales más proteccionistas, hay una tendencia a la re-localización en un intento de

la Primera Guerra Mundial que abrió una etapa de cierre del sistema internacional. La segunda globalización empezó en los años 80, fue impulsada por cambios tecnológicos y del modelo productivo, se caracterizó por una amplia desregulación y liberalización, y en el plano ideológico, estuvo marcada por la visión neoliberal. Esta fase concluyó con la crisis financiera global del 2008 y dio paso a una recesión económica que aún sigue abierta. Bhattacharya (2016 citado en Sanahuja) señala como elementos comunes en esos dos momentos: a. una nueva tecnología que permite un gran aumento de la producción y de la productividad, aparecida en un país líder, pero que se difunde con rapidez, b. uno o varios países que actúan como polo económico, y c. un sistema de gobernanza mundial respaldado por el poder hegemónico del momento, basado en el internacionalismo liberal, capaz de proporcionar bienes públicos internacionales.

¹⁵En rigor de verdad, el inicio de este proceso puede ubicarse en la década del 90 con lo que se denominó Boom de la vivienda en EE. UU. Se comenzaron a entregar créditos hipotecarios a personas sin evaluar su capacidad de pago, su historial crediticio y sin solicitar certificados de ingresos. Con el aumento de las tasas de interés de 2004, muchas personas dejaron de pagar sus créditos y esto derivó en la explosión, en 2006, de una burbuja económica inflada a base de hipotecas, la llamada Crisis de las Hipotecas Subprime (Se denominó créditos Subprime a los que tenían altas posibilidades de no ser pagados.). Sin embargo, recién con la declaración de bancarrota de Lehman Brothers, el cuarto banco de inversión más grande de EE. UU, el 15 de septiembre de 2008, el sistema financiero estadounidense primero y el internacional después, entró en una gran recesión.

¹⁶ Lo complicado del momento se registra en la diversidad de imágenes con la que es interpretada por los analistas. José Natanson (citado en Benzi y Narea, 2018), por ejemplo, utiliza la figura del Elefante Blanco (que hace referencia a edificios gigantescos abandonados sin terminar y con gente viviendo adentro que se ubican en grandes capitales de Latinoamérica) ya que da cuenta de una persistente parálisis causada tanto por las primarizaciones nacionales como por un severo problema de liderazgo e inspiración política. Andrés Malamud (citado en Benzi y Narea, 2018), en cambio, se sirve de la idea de mausoleo de modernidades y plantea que América Latina en realidad no existe debido a que: “no existe ninguna organización regional que abarque exclusivamente a todos los países latinoamericanos” (ídem, p. 109). Con una perspectiva menos pesimista, Pía Reggirozzi y Diana Tussie (citadas en Benzi y Narea, 2018) consideran que estamos en un tiempo poshegemónico caracterizado por un espacio regional cuya estructura de oportunidad fortalece los nuevos consensos políticos, en particular, en el ámbito de los derechos sociales.

situar la producción más cerca de los consumidores y una concentración en la economía digital. Este ciclo se caracteriza por apuntar a una innovación tecnológica basada en la reorganización de la producción a partir de las plataformas digitales y la automatización masiva (se habla de una cuarta revolución industrial). Por otra parte, algunos especialistas consideran de suma importancia atender al declive de los gobiernos progresistas para comprender esta fase y sostienen que vivimos el final de un ciclo regional caracterizado por un boom de las materias primas, la coexistencia de movimientos sociales rebeldes con gobiernos heterodoxos y un alejamiento de Estados Unidos (Benzi y Narea, 2018). En este escenario de intento de fin del ciclo de dominio norteamericano, no solo gana protagonismo la República Popular China, sino que, como respuesta a este proceso de hiperglobalización: “han recrudecido los movimientos anti-globalización, anti-comercio y de cierre de fronteras a la inmigración y/o refugiados” (Ochoa, 2018, p. 110). Precisamente, el factor social se vuelve problemático en un esquema que instala un modelo de relación ente personas y países definido por las condiciones de desigualdad. En este sentido, Goñi Zabala (2018) afirma que: “La igualdad, que la globalización impulsa, es la de competir en precio en condiciones sociales muy desiguales entre países de vieja economía y los emergentes” (p. 18).

Cabe interrogarse por el modo en que *Orsai* se inserta en esa nueva trama y de qué manera sorteas los obstáculos de este panorama económico y político. Es pertinente señalar que el corrimiento de la perspectiva editorial de *Orsai* resulta de sucesivos traslados que comenzaron en el año 2000 cuando Casciari se radicó en España. Más tarde también Basilis se iría a vivir allí por la crisis económica que experimentó el país en el 2001, aunque ambos volverían a Argentina unos años después. Este fenómeno de desplazamiento humano incide

dentro de la publicación cuando toman la palabra los editores, en las líneas temáticas de los artículos y en los comentarios de los lectores.

Si hacemos un rápido repaso, podemos observar que en casi la mitad de los números de *Orsai* es posible encontrar contenidos que hacen referencia a sujetos dislocados, personas que por diversos motivos se encuentran en un país en el que no nacieron o donde no se criaron y desde allí cuentan su experiencia. Mencionamos algunos ejemplos: en el número 1 encontramos “La crónica del deportado” de Seselovsky y Ares, “San Martín de Brooklyn busca el repechaje” de Hernán Iglesias Illá y Matías Tolsá; en el número 4: “Diario de Alcalá” de Leila Guerriero y Estela Cuadro, “Exilio en segunda” de Rafael Gumucio y Diego López García; en el número 5: “Buscando porro en Río” de Franco Pastura; en el número 6: “Una vespa en Nueva York” de Hernán Iglesias Illa y Sonia Pulido; en el número 10: “Regreso a casa con tortuga” de Junot Díaz y Hernán Cañellas; en el número 12: “Black Jack en Atlantic City” de Marcos Pereyra y Lorenzo Amengual y en el número 13: “Apartamenteros Internacionales, INC.” de Nahuel Gallotta y Eva Vázquez. Por fuera de la revista, pero aún dentro del proyecto editorial, cabe mencionar que en uno de los libros publicado por la editorial Orsai, *España, decí alpiste* (2008), Casciari reúne un conjunto de relatos que eligen como tema recurrente la experiencia de vivir en la península como inmigrante. Por esta razón es que podríamos hablar del carácter transnacional¹⁷ de *Orsai*, que se sostiene, además, en las distintas nacionalidades de los escritores, dibujantes y fotógrafos que participan en ella. El director plantea que dicho carácter respondió a las condiciones en que se hizo la revista en la primera etapa. Su condición de inmigrantes en España los llevó a él y a Basilis a establecer contacto con colaboradores de otros países,

¹⁷ Esa situación cambió en la segunda etapa ya que, según lo que Casciari ha declarado en entrevistas, casi el 90% de los participantes de la revista son argentinos.

sobre todo de su país de origen. De modo que, en sus primeros tres años, en *Orsai* se observa una articulación entre España y Argentina que funciona como una re-territorialización en una escala que no es la del Cono Sur o la del Mercosur¹⁸, sino hispanoamericana, pero con un fuerte acento argentino.

Orsai es una revista realizada por dos argentinos que, primero desde España y luego desde Argentina, pretende tener un alcance hispanoamericano como se puede observar cada vez que hacen referencia a los problemas de distribución de la primera etapa¹⁹. Pero su extensión geográfica también podría medirse a partir de lo lingüístico. En algunos números, la publicación incluyó un glosario de términos y de personas cuya revisión permite determinar que el dialecto y las referencias de las colaboraciones provienen mayormente de Argentina, de México y de España. Hay en este detalle una clave para comprender que Casciari y Basilis se ubican discursivamente en una zona del mundo²⁰ mayor a la que en efecto se hallan, pero aún en ese desajuste tienen presente y vuelven tema de *Orsai* las complejidades de una posglobalización a las que ya hicimos referencia: crisis económicas y políticas de los estados nacionales, desplazamientos poblacionales debido a dichas crisis, pérdidas de trabajos por las transformaciones tecnológicas, movimientos de empresas entre

¹⁸ Para una caracterización del funcionamiento del mercado editorial en la región en la primera década del siglo XXI resulta iluminador el trabajo de Eugenia Mudrovic (2010) en el que analiza el Mercosur, el modelo que impuso el proceso de integración que combinó la globalización con la regionalización.

¹⁹ En la segunda etapa, a la versión impresa se sumó la digital en la que se encuentran, además de los contenidos de la revista de papel, grabaciones de las lecturas que los colaboradores realizan de sus escritos, algunas noticias y la posibilidad de comprar las publicaciones de la editorial Orsai. En la primera, cada número era digitalizado y subido a la página del blog, pero no había una modificación de los contenidos, solo se trataba de una versión en PDF. Disponible en <https://revistaorsai.com/>. [Última revisión el 15 de diciembre de 2022].

²⁰ Mariano Siskind (2016) trabaja con la figura del intelectual marginal cosmopolita “que se define tanto por una falta constitutiva -traducida como un significante de la exclusión del orden de la modernidad global- como por un deseo de pertenencia y reconocimiento universales que media sus prácticas discursivas y regula la inversión libidinal que produce su yo-cuerpo cosmopolita imaginario” (p. 23). Casciari no respondería a esta figura ya que sus intereses y objetivos se ubican un lugar prácticamente opuesto.

países, los constantes y cambiantes reordenamientos regionales, la tensión entre Estados Unidos y parte de Europa con las potencias orientales, etc.²¹

El carácter transnacional de *Orsai* es un problema que articula los contenidos que componen la revista y su realización. En ese sentido, es posible afirmar que en esta publicación confluyen ciertas búsquedas inmanentes y contextos culturales marcados. Prueba de ello es el texto inicial de la revista, nos referimos a la “Crónica de un deportado”, escrito por Alejandro Seselovsky e ilustrado por Ares (seudónimo del artista cubano Arístides Hernández). En dicho artículo, el periodista argentino tomó un vuelo de Air Europa, llegó a Madrid y se propuso ser devuelto al país de origen. El objetivo era poder contar desde adentro de la oficina de migraciones la experiencia, dado que en 2010 los casos de argentinos deportados en el aeropuerto de Madrid ocuparon la atención de la prensa. En una “Sobremesa”, Casciari explica que su condición de inmigrante lo ha hecho sentir en muchas ocasiones en “orsai”, es decir, fuera de juego, luego agrega que: “Así está un hombre cuando se siente lejos del lugar que ha nacido y que ama” (Nº1, p. 17). Consideramos que es significativo que se haya elegido este artículo para inaugurar la revista ya que nos brinda una de las claves de lectura de la colección. Ese “estar en orsai” remite a un concepto tomado del fútbol que conlleva significaciones desterritorializadoras respecto de las localizaciones. Estar fuera de juego remite a lo territorial, a un encontrarse también fuera de Argentina.

Para comprender la primera etapa de la revista, conviene atender a los conceptos que Deleuze (2005) introduce en *Derrames*. El filósofo francés se pregunta por lo que pasa

²¹ Podemos mencionar algunos artículos solo del primer año en los que hay un tratamiento del escenario cargado de complejidad al que hicimos referencia: en el número 2 encontramos “Wikileaks, la guerra y la verdad” de Ignacio Escolar y Crist, en el número 3 se halla “Pienso, luego estorbo” de Ricardo Galli y Eduard Bayer y en el último número del 2011, “Belindia” de Diego Fonseca y Ángel Boligán.

sobre el cuerpo de las sociedades. Plantea que en la mayoría lo esencial es impedir que sobre ellas corran flujos que no se puedan codificar y a los cuales no se pueda asignar una territorialidad. Así es como advierte lo que considera la paradoja fundamental del capitalismo que consiste en que como formación social se ha constituido históricamente sobre la existencia y realidad de flujos descodificados: “Eso quiere decir que el capitalismo no ha podido constituirse más que por una conjunción, un encuentro entre flujos descodificados de todo tipo” (p. 22). En este sentido, Deleuze sostiene que en todo flujo desterritorializador, se produce una reterritorialización al mismo tiempo; y ese es el juego rizomático del poder capitalista donde se asienta el problema de la relación entre el capitalismo y la esquizofrenia. En *Orsai*, hay un doble juego: por un lado, la desterritorialización en esa cualidad migrante y posnacional entre España y América Latina, pero, por el otro, la reterritorialización en una escala hispanoamericana. Esto podría implicar una posición geopolítica en torno de esa escala a partir de una alianza con la península ibérica y su consecuente lastre colonial. Pero, en realidad, si revisamos lo que sucede con los glosarios e incluso en la sección “Cartas al director”, por ejemplo, podemos advertir que se apunta a que los contenidos sean comprendidos no solo por los lectores españoles, sino por los latinoamericanos, porque desde diferentes puntos de este continente se le cuestiona a Casciari el marcado tono argentino.

Por otro lado, la revista no registra de manera explícita la tensión entre esas dos geografías y, en su lugar, habla del constante movimiento de personas por el mundo motivado por diversas razones: económicas, laborales, académicas, sentimentales, familiares, etc. De hecho, el propio Casciari ha planteado muchas veces que vivió cerca de Barcelona porque se enamoró de una española y decidió tener una familia allí y, cuando esa relación se

terminó, volvió a su país. Aunque, en realidad, podríamos atribuir su instalación en otro país y la de su mejor amigo un poco después a un contexto económico neoliberal, posglobal, de incertidumbre y precariedad laboral que llevó a muchas personas a dejar sus lugares de origen para buscar una alternativa de vida. En este sentido, Siskind (2019) comenta en un ensayo que escribió desde Estados Unidos, entre 2017 y 2018 (el dato no es menor ya que lo compuso durante el gobierno de Donald Trump y sus políticas de persecución y expulsión de la población migrante), que estamos viviendo una especie de fin del mundo y que la literatura se encuentra en una zona de duelo y de elaboración de la experiencia del fracaso de un discurso cosmopolita sobre la emancipación, la justicia y la igualdad universal.

Para Siskind (2019) la estructura simbólica que sostenía la experiencia cosmopolita del siglo XX ha quedado obsoleta y problematiza la noción de literatura latinoamericana cuando afirma con pulso polémico respecto del cuento “El ojo Silva” de Roberto Bolaño que, aunque escribe sobre la base de tradiciones culturales y experiencias históricas latinoamericanas, no está tan seguro de que la literatura que él produce sea “literatura latinoamericana”. Se trata más bien de una ficción que sacude una noción de ciudadanía global ya perimida y que da cuenta de un trauma ético, político y poético que podemos situar en América Latina en el presente, aunque Bolaño, en el cuento que aborda Siskind, prefiere colocarlo en un lugar impreciso de India. “El ojo Silva” condensa la obra de Bolaño en la medida en que presenta uno de sus temas recurrentes: la pérdida asociada al destierro. En este cuento hay un desplazamiento por el mundo de un sujeto que no logra inscribirse en ningún lado, un ser universal en un sentido negativo: dislocado, roto, desplazado y errante. Es así como la obra de Bolaño es productiva para pensar la

experiencia de la migración y de los refugiados porque no hay sueño de regreso ni idealización de lo perdido, sino un imaginario de la reinante inhospitalidad²²contemporánea. En un trabajo anterior en el que analiza las figuras de Darío y Gómez Carrillo como cosmopolitas marginales, Siskind (2016) explica que el “mundo” no preexiste a actos concretos, sino que se trata de un espacio discursivo “definido en función de su radical exterioridad respecto de la particularidad cultural latinoamericana” (p. 19). De manera que, para el autor, el cosmopolitismo podría ser visto como un discurso imaginario que fracasa en la realización de sus objetivos universales, maximalistas e inalcanzables, pero, a pesar de eso, logra abrir nuevos horizontes de agencia cultural y política que “produce configuraciones y prácticas estéticas inéditas” (p. 42). En relación con lo señalado, tanto la manera en la que se gesta *Orsai* (en dos puntos separados por el Atlántico) como sus contenidos y su alcance territorial (es decir, la voluntad de llegar a la mayor cantidad de países, aunque eso implique que no haya en absoluto ganancia económica, según ha comentado Casciari en algunas entrevistas) dan cuenta de este panorama que comentamos.

En síntesis, la revista de Casciari emerge en el contexto de una crisis económica (algo de lo que el autor habla en clave autorreferencial en el relato “Papelitos”²³ donde explica la crisis de 2012 a su hija Nina) que transformó el funcionamiento del escenario global. El espacio discursivo que se construye como mundo en *Orsai* lleva la marca de las experiencias migratorias de sus responsables. Lo cual da al proyecto un carácter transnacional que se ubica sobre todo (aunque no únicamente) entre Argentina y España.

²² Silva que está doblemente dislocado porque es de izquierda y homosexual, es un huérfano cosmopolita y no solo un exiliado porque, a diferencia de lo que sucede con el exilio, la orfandad es irreversible.

²³ El texto fue publicado en marzo de 2013. Disponible en: https://hernancasciari.com/blog/n12_papelitos. [Última revisión 10 de diciembre de 2022].

La editorial Orsai en una industria polarizada

Orsai es parte de un entramado que encuentra una lógica de funcionamiento muy particular entre las publicaciones periódicas. Si bien, como ya hemos señalado, es una revista hecha entre España y Argentina, resulta iluminador para comprender los principios éticos que la orientan, revisar lo que sucedió en la industria editorial de nuestro país debido a que es a la que hacen referencia Casciari y Basilis dentro de la publicación. En la sección “Sobremesas” y en algunos editoriales, como veremos más adelante, los responsables de la revista discuten sobre los obstáculos que encuentran para hacer *Orsai*, pero no solo atienden a su presente ya que también rememoran las épocas de esplendor del mercado editorial de Argentina y analizan las transformaciones y las causas económicas, políticas y culturales que volvieron casi una proeza sostener un proyecto en el país.

Durante la década del noventa, el mercado editorial argentino experimentó un “crecimiento” que no se correspondió con una efectiva recuperación en la edición y circulación del libro de autor argentino. Esta aparente paradoja se explica, entre otros motivos, porque capitales extranjeros adquirieron editoriales nacionales. Como respuesta y resistencia a dichos conglomerados transnacionales, surgieron emprendimientos de menor escala, cuyas políticas culturales exhibían notorias diferencias respecto de las de los grandes grupos, las tradicionalmente denominadas “editoriales independientes”. Podemos observar, por lo tanto, una creciente polarización de la industria editorial que se sostendría en los años siguientes (De Diego, 2015; Guerrero, 2018).

La década del noventa también significó la instauración de políticas neoliberales y globales que reformaron estructuralmente al Estado. Es preciso destacar que durante estos años

tuvieron gran repercusión las políticas económicas que de modo indirecto afectaron a la industria editorial. En rigor de verdad hubo pocas medidas directas aplicadas a este sector, pero una de las más importantes fueron los continuos aumentos en las cargas impositivas con la modificación de la “tasa de estadística”²⁴ que gravaba en un 3% el volumen de las exportaciones de las empresas editoriales. En 1992 la tasa subió a un 10% y, para mediados del mismo año, el reintegro a las exportaciones que recibían las casas editoras quedó definitivamente suspendido. Tal como sostiene Cecilia Páez (2015), esos cambios repercutieron negativamente en el sector al aumentar los costos de producción de forma directa. A finales de 1993 el arancel sobre el papel y demás insumos era del 15%, un 10% correspondiente a la tasa de estadística y un 22,5% de IVA (Naciff, 2006 citado en Páez, 2015). Pero, sin lugar a duda la decisión política más significativa de este período tuvo que ver con la ocupación del sector privado del control del mercado editorial que antes tenía el Estado. Sobre esto De Mateo y Bergés (2011) afirman que los gobiernos promovieron medidas tendientes a facilitar la entrada de capitales privados en los medios de comunicación y entretenimiento y en las telecomunicaciones. Como consecuencia, el Estado dejó de intervenir en esas industrias “y se ha convertido casi exclusivamente en regulador, para permitir los procesos de cambio que les permita actuar en un mercado competitivo” (p. 112). Páez (2015) sintetiza la situación a principios del nuevo siglo de la siguiente manera:

Para fines del 2001 la mayor parte del mercado se repartía entre el grupo español Planeta (Seix-Barral, Ariel, Espasa-Calpe y Editorial Emecé a partir del año 2000); Editorial Sudamericana, que en 1998 pasó a formar parte del grupo Bertelsmann-

²⁴ Con estas ordenanzas se establecen los montos máximos a percibir por operaciones de importación, es decir se ordena cuánto se tributará como máximo en concepto de Tasa de Estadística.

Random House Mondadori (Plaza y Janés, Lumen y Grijalbo); y, con menor preponderancia, el grupo español Prisa-Santillana (Alfaguara, Aguilar y Taurus) y el colombiano Norma (editorial Tesis y Kapelusz), que había ingresado al país en 1991 (p. 6).

Por ende, ya en el siglo XXI, se presentaron políticas tendientes a favorecer la actividad librera y de fomento a la bibliodiversidad²⁵. Asimismo, las campañas de promoción de la lectura, el fomento a la distribución y comercialización fueron políticas públicas que priorizaron el acceso de la ciudadanía al libro. Aunque cabe destacar que en los últimos años se registró una gran crisis en el sector editorial. La caída del consumo de libros ha afectado tanto a los impresos como a los digitales. Las principales problemáticas que afrontan editores y libreros son el aumento de costos (en especial, el del papel), el aumento de tarifas y la caída del consumo. No obstante, hay coincidencia en considerar a la concentración del mercado del libro como la consecuencia más perniciosa para el sector desde los años 90. De Diego (2015) se pregunta por sus efectos y observa que, aunque los grandes grupos extranjeros que compran pequeñas editoriales locales suelen declarar que respetarán el proyecto cultural de la editorial, reemplazan rápidamente a los editores originarios por técnicos financieros, contadores o expertos en marketing. Luego agrega que: “los pequeños sellos independientes que buscan trabajosamente su materia prima a menudo la encuentran para que rápidamente se la lleven los grupos concentrados” (p. 66). En relación con lo advertido por De Diego, en el cuarto número de *Orsai* encontramos una

²⁵ Nos referimos a la Ley de Fomento del Libro y la Lectura N°25446 sancionada en julio de 2001, también la Ley de Defensa de la Actividad Librera N°25542, sancionada en noviembre de 2001. Esta última pretende garantizar el precio único de venta de libros al público y ayudar a proteger a las pequeñas librerías frente a las grandes cadenas librerías (Páez, 2015).

“Sobremesa” que trata el papel de las pequeñas editoriales como espacios de prueba y riesgo de los nuevos talentos. Allí Chiri apunta que:

-[Con Sonia Budassi²⁶] Hablamos de su oficio de editora, del trabajo que implica llevar adelante una editorial independiente y cosas por el estilo. [La editorial] Tamarisco hace un gran trabajo. Uno de ellos es descubrir buenos autores. Publicó 76, de Félix Bruzzone. Un gran libro de un autor joven, de los mejores que hay ahora en Argentina. Pero el siguiente libro de Bruzzone, *Los topos* salió por Mondadori.

- ¿Por qué?

-Es imposible competir con los grandes sellos, que muchas veces se sirven de las editoriales pequeñas para descubrir autores que funcionan.

-Mirá vos-le digo-. O sea que las editoriales chiquitas, las que editan a pulmón, hacen el trabajo de riesgo, hacen la búsqueda de nuevos talentos, mientras los tiburones miran y solo publican lo que es seguro.

-Y cuando una editorial chiquita da en la tecla y descubre un autor nuevo, y hace que una obra inédita se venda más o menos bien, ahí vienen los tiburones a robarse el premio (N°4, p. 113).

Luego agregan que Tamarisco realiza ediciones cuidadas y originales, que publica cuando tienen ganas, “que es la mejor manera de publicar” (N°4, p. 113). De la anécdota de esa charla con Budassi se desprende que los responsables de *Orsai* están atentos al

²⁶ Editora de la revista digital *Anfibia*.

funcionamiento de la industria del libro y que de allí encuentran también sentido para sostener el emprendimiento de la editorial Orsai²⁷. Es notable el lugar que le dan al disfrute en la tarea de dirigir una revista y una editorial, como si fueran valores comunes. Tal es así que la segunda etapa de la revista se abre con un editorial en el que Casciari explica con énfasis que publicará cada nuevo número cuando quiera porque no piensa permitir que *Orsai* se convierta en un trabajo. De este modo, *Orsai* se presenta como una práctica de disfrute que le posibilita trabajar con sus amigos y publicar a los autores que admira.

Al ser consultado por el mercado editorial de las revistas, Casciari responde de manera escueta que: “El mercado de las revistas son los quioscos. No hay otro y nunca hubo otro”²⁸, y, así, se define como un gran lector de publicaciones como *Puro cuento*, *Co & Co*, *Cerdos y Peces* y *El péndulo*. Sin embargo, el dispositivo que inventa *Orsai* no apunta a la circulación de su versión en papel mediante kioscos, ni siquiera por librerías, y allí se redefine y se juega, entendemos, uno de los estados actuales de la circulación de las publicaciones periódicas emergente del que *Orsai* forma parte. En efecto, Casciari, insiste en afirmar que no tiene relación con otros directores de revistas ni pretende establecer alguna colaboración con ellos. De modo que la publicación de la que es responsable se vincula, ya sea desde el dispositivo de circulación alterno que genera, así como desde los intereses por los problemas del mercado editorial de libros del que se ocupa la revista,

²⁷ Otros directores de revistas también devinieron en editores. Tales son los casos de Roberto Giusti y Alfredo Bianchi, directores de la revista *Nosotros*; Manuel Gálvez, quien desde 1917 encabezó la Cooperativa Editorial Limitada Buenos Aires, los martinfierristas Evar Méndez, Oliverio Gironde y Ricardo Güiraldes que fundaron *Proa* en 1924 y Victoria Ocampo, quien lanzó en 1933 la editorial *Sur*. Véase Delgado, Verónica y Fabio Espósito, “La emergencia del editor moderno”, en De Diego, José Luis (director). (2014). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*. CABA: Fondo de Cultura Económica. pp. 87-93. También en *Babel. Revista de libros* (1989-1991) había un espacio insistente en cada edición dedicado a reflexionar sobre la precarización del mercado editorial argentino.

²⁸ En el anexo de este trabajo se encuentra una entrevista inédita al director de *Orsai*.

mucho más con el mercado y circuito autogestivo e independiente de los libros en Argentina.

Es interesante, por esto mismo, considerar algunas cuestiones del mercado editorial de las revistas para dar mayor sustento a esta lógica actual de las revistas culturales independientes. De todos modos, debemos señalar que lo primero que salta a la vista y resulta llamativo es la escasez de bibliografía sobre el tema. La Cámara Argentina de Publicaciones, por ejemplo, que proclama defender “la edición y la libre circulación de libros, revistas y publicaciones, fomentando la cultura nacional”²⁹ y que reúne a editores, exportadores, importadores y distribuidores que representan aproximadamente el 70% por ciento del mercado editorial, en su *Libro Blanco de la Industria Editorial Argentina*, que presenta las principales estadísticas del sector, dedica en la última página solo un pequeño apartado a la descripción y análisis al comercio exterior de diarios y revistas, a los que define como “productos editoriales afines a la industria del libro”. No sucede lo mismo en la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina³⁰(AReCiA).

Si bien *Orsai* no está registrada en AReCiA, consideramos que es posible construir un panorama del ámbito de las revistas culturales a partir de la atención a los censos de las 131 revistas asociadas y a los informes realizados desde 2012. De sus informes sobre el sector de las revistas independientes y autogestionadas de Argentina se desprende que hay al

²⁹ Disponible en <http://www.publicaciones.org.ar/>. [Última revisión 15 de diciembre de 2022].

³⁰ En la página web de AReCiA se señala que los medios culturales independientes gráficos y virtuales representan la diversidad que garantiza el libre flujo informativo. Destacan la posibilidad de sostenimiento gracias al apoyo de los lectores y reclaman una democratización del mercado con una ley. Se rechaza el proyecto presentado por el diputado nacional Diego Bossio para modificar la ley 26736 (del año 2011) que declaraba de interés público la fabricación, la comercialización y la distribución del papel y permitía el acceso igualitario a todos los medios gráficos que requerían el insumo. Disponible en: <https://revistasculturales.org/noveno-informe-sobre-el-sector-de-revistas-culturales-independientes-y-autogestionadas-en-argentina/> [Última revisión 15 de diciembre de 2022].

menos tres grandes reclamos concretos por parte del sector: el reconocimiento del Estado de la inversión autogestiva con una exención impositiva, la creación de un fondo destinado al sector equivalente al 20% de la pauta oficial y la inclusión de la experiencia de la edición cultural independiente y autogestiva en los planes de estudios primarios, medios y superiores.

En su segundo informe³¹, que corresponde a octubre de 2013, momento en que *Orsai* estaba próxima a cerrar su primera etapa, AReCiA señala un notable predominio de las revistas gráficas con un 93% sobre un 7% de revistas digitales, no hay mención sobre las revistas de soporte mixto, esto es, que son impresas, pero también tienen versión digital, como *Orsai*. Las frecuencias más habituales fueron bimestrales o mensuales mientras que la revista de Casciari se publicó de manera trimestral el primer año y bimensual el segundo y el último. El tipo de comercialización fue 41% gratuita y 59% paga, con un costo promedio de \$22, mientras que *Orsai* se ha caracterizado por ser una revista costosa como con frecuencia (y

³¹ Comentamos este informe no solo porque es el único que corresponde a la primera etapa de la revista de Casciari, sino, además, porque es el primero disponible en la página web de la asociación. Cabe destacar que, en el último, se han tenido en cuenta otros criterios de análisis del estado de la industria editorial. Se señala, por ejemplo, que los principales temas sobre los que tratan las publicaciones periódicas son la política, el género, la literatura, ciencias sociales (humanidades y filosofía), música, artes visuales, fotografía, artes escénicas y temas educativos. Se destaca el crecimiento de los temas de género, abordados por más de un tercio de las revistas. De 1005 trabajadores registrados se observa que hay 459 varones, 474 mujeres, 36 lesbianas, 15 travestis/trans y 21 no binarios. Algunas actividades que acompañan a las revistas son el dictado de talleres u otras actividades de formación, organización de eventos y realización de producciones audiovisuales (cada vez son menos los editores que solo realizan una revista, un 23%). Las fuentes de financiamiento se caracterizan por la hibridación de recursos de los cuales la venta de publicidad (privada y luego pública) es la principal fuente de ingreso, aunque en 2019 hubo un aumento del acceso a la pauta del Estado Nacional. Otras fuentes son aportes personales de sus miembros, venta de ejemplares (precio de tapa), suscripciones, fiestas u otros eventos organizados por los editores, dictado de cursos y talleres, donaciones privadas, concursos o subsidios públicos y patrocinios de una institución. En el caso de *Orsai*, revista que se define como dedicada a la literatura, la historieta y la crónica, encontramos una serie de emprendimientos satélite que acompañaron el proyecto y que operaron como lugares de encuentro con los lectores, así como fuentes de financiamiento complementarias al sistema de suscripción. Después del 2013, Casciari ha llevado adelante otros proyectos que no están directamente ligados a la revista, pero que lo tienen como protagonista: la obra de teatro *Una obra en construcción*, *Comedias* con Fabiana Cantilo y *Tragedias* con Zambayonny, *Cuentos dibujados* con Horacio Altuna, *Casciari leyendo en bares* (ciclo de lectura de cuentos en voz alta para personas en situación de ebriedad), *Casciari a la carta*, así como lecturas en ferias de libros y eventos afines. En esas presentaciones, Casciari lee sus relatos al tiempo que se promocionan la revista y los libros publicados por la editorial Orsai.

con orgullo) reconoce el director. En la presentación TEDx del 2011, Casciari afirmó que tendría el costo de 15 periódicos del sábado de la región (16 euros en Europa y 12 dólares en Latinoamérica). Con el paso de los años y con la caída del valor del peso argentino, el costo aumentó y actualmente cuesta \$900 cada ejemplar de la primera temporada y \$1100 los de la segunda. En la información recabada por el censo la cantidad de páginas promedio era de 43 páginas. En comparación con otras publicaciones, la revista de Casciari fue más voluminosa por lo que la cantidad de páginas fue un aspecto tratado, sobre todo en el segundo año, cuando los números publicados por año aumentaron y la cantidad de páginas disminuyó. En el segundo año, la cantidad de páginas pasó de más de 200 a 130, pero el director se apresuró en aclarar que el total de los 6 números del segundo año daba aproximadamente la cantidad de páginas de los primeros 4 números. En tanto la tirada promedio, según AReCiA, era de 2847 revistas, el primer editorial de *Orsai* se titula “10080”, en alusión a la cantidad de ejemplares dispuestos a la venta en todo el mundo. Es importante señalar que, si bien este número fue superior a la tirada promedio de las revistas censadas en AReCiA, *Orsai* siguió ubicada en la zona de lo independiente y que una búsqueda de acceso a un mercado más extenso es algo declarado en la publicación, pero no se concretó de manera cabal.

Aunque *Orsai* es una publicación periódica y en su abordaje sea ineludible hacer referencia al estado del mercado de las revistas, al mismo tiempo forma parte de un proyecto más amplio que involucra incluso una editorial que se define como independiente. Por ese motivo, pero más que nada porque Casciari la emparenta por su extensión, por sus contenidos y por su calidad con la tradición libresca, conviene no perder de vista asimismo los debates en torno al mercado editorial de los libros.

Botto (2014) plantea que las llamadas editoriales independientes ponen el foco en la dimensión cultural por sobre la económica. Se conciben a sí mismas como actores culturales, más que como empresas con fines de lucro, como un medio para difundir ideas, arte y/o conocimientos. Por otra parte, encuentra que muchas editoriales pequeñas difunden sus productos a través de su página web y señala que, mientras que en los años noventa Internet no fue la herramienta más utilizada, resultará indispensable para el surgimiento y la permanencia de los pequeños sellos que surgen después de 2002. Agrega que las redes sociales (especialmente Facebook) resultaron el principal medio de difusión de las editoriales pequeñas y explica que, si bien en los noventa era frecuente la venta de espacio publicitario en algunas publicaciones, “en los últimos diez años son las posibilidades ofrecidas por Internet y las redes sociales las que resultan predominantes” (p. 240). El período que se abre en 2002 implicó, para las editoriales “independientes”³² tradicionales, avanzar en formas de asociación que apuntaran a una más eficaz distribución de sus productos, a través de un circuito alternativo que saliera de las librerías y de las formas de comercialización establecidas, para privilegiar nuevos espacios de socialización donde el objeto libro se pudiera vincular con otros productos y manifestaciones culturales. Se trataba de fenómenos emergentes que caracterizaron a esta última década, y que excedieron lo específicamente editorial.

³² López Winne y Malumián (2016) piensan lo independiente como una zona dentro del campo de edición: “Una zona en constante tensión donde hay varios actores en pugna por apropiarse de esta y hablar en su nombre. Es una zona política, inestable y en constante cambio. Pensar lo independiente como una zona en lugar de una categoría, el pertenecer o no pertenecer, para así proponer graduaciones de esta zona, la cual nos permite pensar en movimientos, pensar desde una lógica relacional. Hay editoriales que en un momento dado de su evolución pueden estar dentro de esta zona del campo y en su devenir alejarse”. (p. 2). Además, advierten marcados intentos por reemplazar la fórmula “independiente” con denominaciones como editoriales a pulmón, de pocos recursos, pequeñas, autogestivas, alternativas, unipersonales y microeditoriales.

Orsai es un proyecto que se define independiente, pero, si el primer asunto que acude a la mente cuando se habla de independencia es la relación con el mercado hegemónico, cabe señalar que en realidad nadie es independiente de él porque cada emprendimiento editorial marca un nicho o un público objetivo que tiene en mente. Por lo tanto, no podemos dejar de considerar a la revista como un producto cultural particular, que entra en una cadena de intercambios y que, para que subsistir, debe venderse. Por ende, apuntamos a entender el fenómeno editorial también como un negocio, como una empresa que, a diferencia de otras, es una “de cultura” (López Winne y Malumián, 2016, p. 17). Es preciso reconocer entonces que una revista cultural no deja de funcionar al mismo tiempo como un bien rentable y opera, además, como un objeto singular de consumo (Bourdieu, 1995). Aunque reconocer el valor económico no significa perder de vista que muchas veces el valor cultural resulta determinante. En *Orsai*, la revista es presentada como un proyecto de amigos que se propone cumplir un sueño y su principal responsable insiste en su condición de director y editor no profesional, que incurre en errores debido a su falta de experiencia. Ciertas secciones operan como espacios de construcción de una figura de director y editor aprendiz que pretende establecer un lazo afectivo con los lectores de la revista –volveremos sobre esto en los capítulos siguientes. Por ejemplo, en las últimas páginas del N°1 cuenta quiénes participaron de ese número e indica cuál fue su rol específico:

En este número 1 de *Orsai*, además de los autores e ilustradores invitados, participaron algunos integrantes del staff permanente (con dibujos o textos). No los ponemos con fotos ni con biografías porque son elementos de la casa y quedaría pedante. Pero los nombramos de todas formas para que no se sientan desclasados. (...) Chiri Basilis grabó con casetes TDK muchas sobremesas y después las pasó en

limpio y, Hernán Casciari, como al pasar, se encargó del editorial de la página 3 y de las entradas de cada crónica. (N°1, p. 201).

Hasta hace muy pocos años, la palabra “editor” en castellano solo designaba a aquel que encabezaba una editorial y decidía sobre la publicación de una obra. Fue a principios de la década de 1990 que en la Argentina se empezó a introducir el sentido anglosajón del término. “El editor era lo que los anglosajones llaman Publisher y el *editor* no existía” (Pérez Alonso, 2002, p. 69) en nuestro país, si entendemos por editor a aquel responsable de contratar un libro, de los resultados comerciales y editoriales y a quien, además, trabaja con el autor en las distintas etapas de su concepción y realización. En este sentido, Casciari afirma estar involucrado de modo absoluto en todas las fases del proceso editorial, incluso en la formulación del contrato que firman los autores ya que prescinde de abogados y escribanos³³.

Hasta el año 2011, Casciari escribió y publicó en editoriales como Plaza & Janés y Sudamericana. La revista *Orsai* es un caso de proyecto autogestionado que surge del malestar de su principal responsable con las grandes editoriales de libros. En una presentación TEDx, cuenta que se hartó de sentirse estafado por dichas casas y decidió emprender un proyecto que derivaría primero en la revista y luego en la editorial Orsai³⁴. Casciari creó la editorial, derivada de la revista, con el afán de conseguir la liberación de tuteladas editoriales. Dicha empresa cuenta en su haber la publicación de libros de Hernán

³³ Las firmas de los contratos de la editorial Orsai se realizan a veces de manera pública como cuando firmó la actriz Lizy Taglani durante la transmisión de un programa de radio o cuando Horacio Altuna graba con Casciari un video de la concreción del convenio. Disponible en: https://vimeo.com/24579099?embedded=true&source=vimeo_logo&owner=5545900 [Última revisión 18 de diciembre de 2022]

³⁴ Generó un notable revuelo la renuncia pública del autor. Disponible en: <https://hernancasciari.com/blog/renuncio> [Última revisión 18 de diciembre de 2022]

Casciari: *España decí alpiste* (2008), *Más respeto que soy tu madre* (2013), *El pibe que arruinaba las fotos* (2013), *Charlas con mi hemisferio derecho* (2014) y varios más. Otros libros publicados por la editorial fueron *Cuadernos secretos* (2011) de Horacio Altuna, la novela gráfica de Pedro Mairal y Jorge González *El gran surubí* (2013), de Tute *El amor es un perro verde* (2013), *Libreta de viaje* (2013) de Alberto Montt³⁵. Por lo tanto, no solo escribe en la revista y la dirige, sino que además es el editor de un emprendimiento mayor. Podemos hablar de una especie de autoedición ingrata, esto es, la de un escritor que decide dar la espalda a sus editores para obtener mejores condiciones, o de una autoedición especializada, la que produce una relación estrecha entre los autores y sus lectores, en medio de comunidades de lectores que comparten intereses comunes y que son, a su vez, nichos de mercado (Benhamou, 2015).

Aunque las condiciones para emprender un proyecto de grandes dimensiones eran adversas por los motivos antes comentados, el director/editor contaba con los fondos recaudados por la adaptación teatral de su blog devenido novela *Más respeto que soy tu madre*. Un éxito que le dio la posibilidad de invertir más de un millón de pesos en una revista imposible, como le gusta llamar a *Orsai* en entrevistas. Casciari se propone hacerse un lugar dentro del mercado editorial, pero no para competir con otras publicaciones (es sugestivo con qué frecuencia recomienda la lectura y el apoyo a otras revistas), sino para mostrarse como una resistencia a las corporaciones que intentan definir e imponer las reglas del mercado editorial hegemónico de los libros.

³⁵ Otros proyectos más recientes son *Papelitos* (2018) de Gustavo Sala, *Un año con Amanda* (2019) de Julieta Ortega y Fernanda Cohen. En 2019 se publicó *Derretimiento* de Daniel Mella, esta obra es parte de la colección Vecinos, en la cual se seleccionarán las que se consideren las mejores novelas de autores de Chile, Bolivia, Brasil, Paraguay y Uruguay.

Plagio y propiedad intelectual en la era digital

En numerosas ocasiones, Casciari plantea a sus lectores que este proyecto solo ha sido posible gracias a Internet debido a que ese recurso le permitió establecer un contacto directo con sus lectores, un principio que se halla en la segunda parte del nombre de la revista *Nadie en el medio*. Sin duda, la novedad que suponen las transformaciones tecnológicas que estamos viviendo desde hace unas décadas como medio de producción, difusión y consumo repercuten también en la noción de autoría³⁶ y en los hábitos de lectura y escritura en los siglos XX y XXI.

En tiempos de Internet, de redes sociales, de blogs y con las casi infinitas posibilidades de acceso de contenidos culturales que brinda la web, tiene sentido preguntarse por los efectos en el proceso de creación, en el sostenimiento y en los canales de distribución de una revista cultural. En otras palabras, de qué forma los nuevos soportes tecnológicos y la nueva gestión de espacios transforman los discursos culturales³⁷. Casacuberta (2003)

³⁶ Daniel Link (2015) se sirve de la figura de la sutura o de la cicatriz para describir este momento en el que dos culturas se tocan. Por eso, en sus trabajos analiza fenómenos como la popularización de la plataforma YouTube, a la que considera el más monstruoso archivo de imágenes jamás soñado. Dichas transformaciones tienen tan profundo alcance que alteran la cualidad de lo viviente. Por ese motivo, Link afirma que: “YouTube equivaldría al Neolítico, en el sentido de que cambia las condiciones de vida del ser humano” (p. 187). Eso le permite reconocer el alcance antropológico de ese archivo visual y sonoro al tiempo que advierte que su crecimiento significa el fin de la industria del entretenimiento, incluso el fin de la publicidad y de la sociabilidad tal como la hemos conocido, pero también pone en crisis las nociones de obra y autor porque: “de tan multicéfalo, ese autor ha devenido acéfalo y opera como una inmanencia absoluta (es decir: vacío de todos los trascendentales del arte, entre otros)” (p. 191).

³⁷ Algunos editores consideran que las nuevas tecnologías ponen en riesgo la edición de libros y revistas. Desde una posición desconfiada han manifestado cierta inseguridad con respecto a los riesgos que podría conllevar la preferencia de los lectores por los dispositivos electrónicos para leer. Cabe revisar cómo sostienen este desconcierto. Damián Tabarovsky (2013), por ejemplo, propone pensar esta coyuntura de la edición dejando de lado el concepto de lo nuevo, ya que esta es una noción de mercado y desvía del eje del problema. Considera que las nuevas tecnologías, a las que piensa parte del discurso del marketing importan realmente poco, pero entiende que lo central es determinar si lo digital implica un cambio cultural y en qué sentido opera ese cambio. Advierte que, ante este panorama, hay dos posturas contrapuestas: el optimismo tecnológico y la tecnofobia. Eduardo Rabara (2013), por su parte, observa que el libro tiene dos amenazas: por un lado, la proliferación y el enorme dominio de los grandes grupos editoriales y, por el otro, el advenimiento del libro digital y de los dispositivos de lectura electrónicos. Concluye que dichos factores apuntan hacia la concentración de un grupo reducido de “autores-celebridades” cuyas obras se venden “en un

considera que la creatividad (García Canclini y Villoro, 2013), en tanto valor social y establecida en el libre acceso a la información, produce una transparente generación de conocimiento basado en el esfuerzo y los recursos obtenidos de forma colectiva. Sin embargo, advierte que Internet, como espacio público, está determinada por relaciones sociales y de poder que apuntan al control del conocimiento y de la información.

Una de las complicaciones que trae aparejada la libre circulación tiene que ver con la “propiedad intelectual”, noción problemática que aúna dos conceptos opuestos. La idea de propiedad indica una exclusión del otro en el uso y goce de algo que le pertenece a alguien, mientras que lo intelectual refiere a algo intangible y que moralmente debe ser compartido ya que es una contribución al mundo y al conjunto de la humanidad. Es sabido que las valoraciones de una práctica social no son absolutas, sino culturales, históricas y contextuales, por lo que el primer cuerpo de leyes que se ocupó de la copia como problema fue el Estatuto de la Reina Ana Estuardo de 1710, donde se establecieron las bases de lo que conocemos como copyright. Hasta entonces, la copia no había sido entendida como una transgresión moral ni legal. Ante una creciente limitación y una mayor restricción en el acceso a los contenidos, como respuesta, en el año 2001 se estableció la licencia Creative Commons, un sistema que permitía ceder algunos derechos bajo unas determinadas condiciones: “el autor cede su obra si hay reconocimiento de ella, si no hay beneficio de un

formato electrónico que despoje al libro de sus particularidades como objeto, asimilándolo más a otro artículo producido en serie de manera masiva” (pp. 119-120). Por lo que sugiere que es imperativo para las editoriales independientes, esto es, las que no forman parte de un conglomerado de sellos y que incluyen criterios culturales (por sobre los económicos) en la configuración de su catálogo, inventarse espacios de confluencia y encuentro con sus lectores. En *Orsai*, en cambio, podemos observar que hay una concepción positiva tanto de las innovaciones tecnológicas que devienen en la adaptación a las nuevas formas de lectura y la búsqueda de un mayor aprovechamiento y explotación como de la figura del autor influencer que encarna Casciari. Centralidad reafirmada en que es el portavoz de la revista y su cara visible en los múltiples medios por los que circula la publicación.

uso comercial o si se comparte la nueva obra con los mismos permisos que la obra ya existente” (Ferrando Mateu, 2017, p. 144).

En cuanto a la circulación de bienes culturales en la era digital, es innegable que en los últimos años Internet se volvió un lugar central para la producción y la distribución de la escritura, de las prácticas artísticas y de los archivos culturales (Groys, 2016). En este contexto emerge una tendencia a la desficcionalización que se orienta en oposición a la manera en la que opera la ficción, cuyo funcionamiento es posible gracias al “ocultamiento del marco material, tecnológico e institucional” (ídem, p. 196). Como Internet funciona bajo la presuposición de su carácter no ficcional, atendemos a la revelación del *Working process* como una característica de las producciones artísticas de los últimos años. En esa dirección, todos los editoriales y en la mayoría de las “Sobremesas” de *Orsai* encontramos el relato de las peripecias de la realización de cada número. Pero, además, también conviene examinar cómo se transforma el estatuto del arte en un contexto de nuevas tecnologías de reproducción digital. Porque lo que entendemos por arte no se modifica solo como consecuencia de una mutación de la cultura, esto es, de la transformación de las condiciones tecnológicas de producción y circulación, sino también por la mediación de un aparato de derecho que pretende controlar las libertades del público, el “control sobre los usos del arte”, en otras palabras, el impacto de la cultura digital en el marco jurídico (Link, 2003).

A la oportunidad de libre circulación de la cultura que brinda internet se suman algunos problemas que son comentados en esta revista. En el segundo número, por ejemplo, se

incluyó una crónica del abogado español David Bravo³⁸, titulada “El botón que copia los tomates”, donde se trata el rechazo del Congreso de España de la Ley Sinde o Ley Antidescargas y las repercusiones que tuvo en figuras del mundo del espectáculo como el actor Javier Bardem. En la “Sobremesa” siguiente, de lo planteado por Bravo se recupera y subraya una frase: “la posibilidad que nos dan las nuevas tecnologías de compartir e intercambiar cultura es un invento digno de fiesta” (Nº2, p. 54). Para Casciari y Basilis leyes como la mencionada no solo posibilitarían el libre acceso a contenidos, sino que también le darían un lugar más importante a quienes los consumen. Reniegan de lo que denominan los “hombres corbata”, esto es, quienes pretenden ponerle un precio y control a la distribución de los bienes culturales. Comentan la experiencia de la banda inglesa Radiohead que puso a la venta su disco *The King of Limbs* en su página web para que los fans pudieran tener ese disco sin ir a una tienda, lo que sirvió como estrategia para prescindir en algún grado de los intermediarios. Años atrás, la banda subió el disco *In rainbows* para que los fans lo descargaran al precio que quisieran o gratis. En esa misma dirección, Casciari cierra con tono de humor el primer número al advertir a sus lectores que:

Queda terminantemente prohibido memorizar los textos que se publican en esta revista. Los mismos pueden ser archivados, copiados, fotocopiados, manipulados y distribuidos por cualquiera, sin citar la fuente, con la única excepción de la memoria (Nº1, p. 205).

³⁸ Autor de *Copia este libro*, bajo licencia Creative Commons impreso el 7 de junio de 2005 por la editorial Dmem.

Memorizar no, pero tomar sin pagar, sí. De este modo, muestra que considera absurdo negar el acceso a los materiales que contiene la revista ya que eventualmente estarán disponibles en la web porque alguien puede escanearla y ponerla a disposición de cualquier lector. Pero, además, con ese mensaje de algún modo atenta contra la propiedad intelectual porque pide no citar la fuente en una especie de acción anti-propiedad. En tanto categoría interpretativa compleja y ambigua, el plagio puede ser considerado un procedimiento de la actividad de bricolaje que consiste en el reciclaje de materiales de segunda mano (Mata, 2018). Dicha operación, que aparece en la revista con el uso de ideas ajenas y su reformulación en un texto o historieta, da cuenta de la puesta en cuestión no solo del valor, sino de la posibilidad de la originalidad.

En la “Sobremesa” titulada “Las ideas no son de nadie”, Casciari le comenta a Chiri cómo surgió lo que define como un “cuento infantil bursátil”. Dice que es suyo a medias porque para escribirlo se inspiró en una entrada del blog económico de Alfredo Molares publicada en 2010³⁹. Cuando su amigo le consulta si le pagó, Casciari responde que no y Chiri concluye: “Entonces lo cagaste –me dice Chiri-. Lo plagiaste y además lo cagaste”. (Nº12, p. 90). En otra “Sobremesa”, “Plagia que algo queda”, comentan que Casciari ha plagiado en el blog y en la revista la historieta “Lucas & Alex”, del guionista argentino Abel Santa Cruz. Como consecuencia, ha recibido una “Solicitada” del sobrino nieto de Santa Cruz en la que le ordena que le pague sesenta mil australes: “Dice que no le interesa la moneda actual, que prefiere la plata de antes. No sé de dónde voy a sacar toda esa guita en australes” (Nº14, p. 114). Cristina Rivera Garza (2013) indaga la escritura en la era digital

³⁹ *Credit Default Swap y otras mierdas financieras explicadas para lerdos.* Disponible <http://musicayvino.com/credit-default-swap-y-otras-mierdas-financieras-explicadas-para-lerdos>. [Última revisión 15 de diciembre de 2022].

y sostiene que el plagio es una especie de fantasma usado para sostener un sistema literario jerarquizador en el que se veneran de modo acrítico los conceptos de originalidad y de autoría. La apropiación de textos a través del reciclaje, la copia o la recontextualización constituye una de las estrategias de escritura más política y recurrente en estos tiempos. No obstante, a la posición “apropiacionista”, esto es, la que permite volver propio lo ajeno y dejar así intacto el sistema autoral, opone y propone la acción de desapropiar. Esta implica desposeerse, es decir, renunciar a lo que se posee, el dominio sobre lo propio. Por otra parte, para Rivera Garza: “No hay acto de escritura que no sea reescritura” (p. 93). Desde esta perspectiva, la lectura se concibe como una práctica productiva y relacional, de compartición mutua y propia de una comunalidad (noción que hace hincapié en las relaciones de trabajo colectivo, gratuito y de servicio). Rivera Garza afirma que:

Señalar y problematizar puntualmente procesos coautorales, vengan estos acompañados de los grandes nombres canónicos o de las autorías no prestigiosas para el sistema literario, y propiciar formas de circulación que evadan o de plano subviertan los circuitos del capital fincados en la autoría individual son solo dos formas de poner en práctica una poética de la desapropiación. La otra forma, la forma básica, es desentrañar críticamente las prácticas de comunalidad que significan y le dan sentido a todo texto (p. 270).

Los ejemplos aludidos de *Orsai* evidencian el desparpajo con el que se toma a la propiedad intelectual. De qué manera se considera un despropósito intentar prohibir no solo el acceso, sino también la apropiación de contenidos en la era digital. Cuando el propio responsable de la publicación “roba”, usa el trabajo de otros y se ríe de eso, se comprende que se está de acuerdo con esas prácticas. Sin embargo, más allá de que claramente se posiciona a favor

de la accesibilidad de los contenidos en internet, problematiza el carácter gratuito de la publicación en la “Sobremesa” “La ley del mínimo esfuerzo”. Allí comentan la crónica de Martín Graciano, “La canción sin nombre”, y señalan que hay una cancionística nueva cuyos músicos invitan a sus oyentes a hacer un esfuerzo para encontrar esa música. Celebran esta iniciativa ya que consideran que vivimos una época en la que el acceso a la cultura es tan sencillo que se corre el riesgo de volverse sedentarios. Consideran, además, que también en *Orsai* se hace algo parecido y concluyen que: “Sería más fácil llenar la revista de publicidad y hacerla gratuita para el público. Pero lo gratuito, lo que no cuesta nada conseguir, va a la basura más rápido”. (Nº7, p. 82). Por lo tanto, aunque la revista se puede leer online, Casciari y Basilis no creen que sea gratuita porque necesitan vender los ejemplares en papel para poder sostener otro elemento clave del proyecto: el pago justo a los colaboradores. Ya que una de las motivaciones del emprendimiento fue terminar con el abuso de las editoriales y lograr que se valore en términos económicos el trabajo de los escritores, fotógrafos y dibujantes que participan de *Orsai*.

En relación con lo anterior, Mercedes Bunz (2007)⁴⁰ identifica 1989 como el año del fin de las utopías y advierte que las ideas utópicas (en el sentido de la tradición comunista) reaparecen ahora en el discurso en torno a lo digital, con mayor precisión en el potencial político de internet y en un tema central que es el acceso. En *Orsai* se observa en la política editorial una tensión que se explica por el reconocimiento de los derechos de autor y de la

⁴⁰ La autora, además, analiza cómo para la utopía de lo digital la posibilidad de eliminar las diferencias se encuentra directamente en la tecnología. Señala que la oposición entre original y copia se reemplaza con la duplicación y que la autenticidad no está ya reñida con la reproductibilidad técnica. En la era digital, el ajuste a un origen, a un centro, es reemplazado por una propiedad sin centro. De modo que la lógica de la representación es disuelta por la lógica de la repetición. En el caso de Casciari, podemos observar la práctica recurrente de la reversión, esto es, la modificación de sus historias o de los escritos de otros autores para adaptarlos a diferentes formatos. De modo que podemos hallar del mismo texto versiones más cortas o extendidas, para un público adulto o infantil, para un podcast o un programa televisivo.

propiedad intelectual, pero no en cuanto al uso y apropiación de los contenidos por los lectores, sino en relación con la actividad intelectual como trabajo. Entonces, ¿cómo pretenden convencer a los lectores de que compren la revista cuando su precio es elevado y los canales de distribución han sido complicados deliberadamente por los responsables de la publicación sobre todo en la primera época? Para estimular la compra se apeló a la dimensión afectiva por medio de una inducción publicitaria con el objetivo de crear un sentido de pertenencia.

Franco Ingrassia (2013) sostiene que en el siglo XXI la operatoria mercantil le disputa al Estado la hegemonía en la producción de sentido y en la configuración de los colectivos humanos. A una lógica estatal, caracterizada por la primacía de la estructura, se impone una lógica mercantil definida por la contingencia y la variabilidad en la que las redes reemplazan a las estructuras, al tiempo que hay un desplazamiento de las operaciones de ruptura a los procesos de autoorganización. Ingrassia define las prácticas estéticas como la producción de regímenes de sensibilidad, “Matrices o gramáticas de organización de sentido a partir de los estímulos perceptivos” (p. 9), en otras palabras, operaciones que organizan dispositivos prácticos ligados a un saber percibir. La revista *Orsai* junto con el proyecto del que forma parte pueden analizarse como prácticas cohesivas que resisten a la disolución y actúan como productoras de acciones que tienden al encuentro. Con la publicación periódica, con la edición de libros, con la filmación de series y películas, con las presentaciones teatrales, radiales y televisivas, etc. se generan espacios de concurrencia.

Sobre todo en su primera etapa, *Orsai* se presenta no solo como una revista, sino como voluntad y acción de encuentro. Desde la publicación, se incentivaba la reunión de los lectores con el director en espacios como pizzerías, bares y teatros, al tiempo que se

alentaba el encuentro de los lectores de distintas partes del mundo y del país. En el blog, en las redes sociales y en la revista se compartían las fotografías de veladas de lectores de *Orsai* y se contaban anécdotas de parejas y amistades que se formaron en torno a la revista. Estos proyectos se sostuvieron en gran medida gracias a la personalidad carismática de su principal responsable, Casciari. Fue él quien realizó un sostenido esfuerzo por congregar personas bajo la idea de que compartían intereses y de que eran componentes medulares de la publicación. En el editorial del N°4 de la segunda etapa, Casciari afirma que:

El proceso de construcción de la nueva Orsai web fue intenso y lo urdimos en silencio. Muchos de ustedes participaron de la fase beta, hicieron sugerencias y propusieron ideas. Probamos tipografías y chequeamos enlaces rotos. Creamos la web entre todos. Nosotros desde la edición y el desarrollo, y ustedes como accionistas, administradores y conejillos de indias. (...) En lo personal, para mí es un lujo trabajar con lectores tan generosos desde hace ya más de ocho años. Les agradezco mucho que nos acompañen en esta nueva etapa de *la hermana histérica*, y que sigan siendo nuestros amigos alrededor del fuego (p. 3).

Es preciso resaltar la frase “Creamos la web entre todos” porque nos lleva nuevamente a una de las marcas de la publicación: la reafirmación de la existencia de una comunidad Orsai que es posible gracias a Internet. La incidencia de los lectores puede valorarse como un poco exagerada ya que, si bien en algunas oportunidades sus sugerencias fueron tenidas en cuenta, no han implicado una reestructuración significativa ni un cambio de rumbo en el proyecto editorial de la revista. No obstante, han sido piezas fundamentales ya que, sin su compromiso y acto, no sería posible la promoción y distribución gratuita de la publicación. Casciari los premia con promociones, sorteos y descuentos que publicita en sus redes

sociales personales para crear un sentido de pertenencia, casi idéntico al que opera muchas veces en las audiencias mediáticas. Pero lejos del anonimato que impera en estos espacios, el director ha establecido para tal fin algo que llamó un “sistema de benefactores” que consiste en el “privilegio” de que figure en la revista el nombre de quienes la compraron durante la preventa.

En síntesis, en el programa de la revista se anudan la resistencia a funcionar bajo las reglas de las grandes corporaciones editoriales en un escenario económico y político neoliberal y de posglobalización (aunque hay una apropiación y profanación de algunos de sus procedimientos) con el aprovechamiento de la productividad de la era digital para gestionar la libre circulación de contenidos culturales. En tanto responsable de una editorial independiente, Casciari promueve otras instancias de aproximación para un grupo de lectores que lo acompañan no solo con la compra de la revista, sino con la inversión económica y afectiva en los proyectos satélite de *Orsai*.

Por último, si es posible acceder a los contenidos en la web, cabe preguntarse por qué motivo alguien compraría la publicación cuando el precio es elevado y no es tan sencillo adquirirla. No es extraño encontrar en la página de Orsai, en el blog e incluso en las cartas al director reclamos de los lectores porque les cuesta conseguir la revista o porque demora en llegar. Algunos piden que se venda en librerías o kioscos, pero en esos casos Casciari les explica que sería atentar con el espíritu original del proyecto. Han sido muchos los que no se conformaron con leerla online, sino que desearon tenerla. Según el director: “Ahora el objeto es tuyo. Lo compraste sin necesidad, porque sabías que hay un PDF gratis dando vueltas por la Red”. En las palabras de Casciari, parece definirse un rol imaginario de los lectores y, al mismo tiempo, se esgrime una de las acciones esperables que sostiene esa

comunidad creada que confía: quien pagó por un ejemplar de Orsai parece decir el director, lo hizo para colaborar con el proyecto, para sentirse parte de este, para que se mantuviera o por el gusto de tener el objeto revista en sus manos. Aunque podríamos decir que sí existe una necesidad y que su origen se encuentra en el halo del que previamente fue dotado este objeto-revista. Se trata de una operación que es posible gracias a procesos clasificatorios que definen y determinan el valor cultural de un objeto (Bauman, 2011; Sassatelli, 2012). Para los lectores de Orsai es necesario tener la revista, así como participar de la sección de comentarios o asistir a los seminarios que se dictaron en la Universidad porque de ese modo pueden empaparse en la mística con la que Casciari ha envuelto a la revista. Bauman (2011) señala que, en esta sociedad de consumo, en la que el mercado es mediador de los vínculos humanos, no se alcanza el sentimiento de pertenencia: “siguiendo los procedimientos administrados y supervisados por el “pelotón de la moda” que el aspirante espera integrar, sino por la identificación metonímica del propio aspirante con ese “pelotón” (p. 115). El sociólogo analiza en este capítulo el funcionamiento de los procesos que buscan poner a la delantera bienes y estilos de vida. En el caso de *Orsai*, lo que sucede es que un grupo de lectores afirma un sentido de pertenencia y de exclusividad a una especie de comunidad con la que comparte gustos, experiencias y la revista.

Referencias bibliográficas

- Aguado, Amelia. (2006). "Políticas editoriales e impacto cultural en la Argentina (1880-2000)". En *Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas*, núm. 15, diciembre, 2006, pp. 95-105. Universidad de Buenos Aires.
- Benhamou, Françoise. (2015). *El libro en la era digital. Papel, pantallas y otras derivas*. CABA: Editorial Paidós.
- Benzi, Daniele y Marco Narea. "El regionalismo latinoamericano, más allá de los pos. El fin de ciclo y los fantasmas globales". En revista *Nueva Sociedad* N°275, mayo-junio de 2018.
- Botto, Malena. "1990-2010. Concentración, polarización y después". En De Diego, José Luis. (2014). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*. CABA: Fondo de Cultura Económica. pp.219-269.
- Bourdieu, Pierre. (1995). *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama.
- Bunz, Mercedes. (2007). *La utopía de la copia: el pop como irritación*. CABA: Interzona.
- Casacuberta, David. (2003). *Creación colectiva. En Internet el creador es el público*. Barcelona: Gedisa.
- De Diego, José Luis. (2014). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*. CABA: FCE.

- De Diego, José Luis. (2015). *La otra cara de Jano: una mirada crítica sobre el libro y la edición*. CABA: Ampersand.
- De Mateo, Rosario y Bergés Saura, Laura. (2011). “Reflexiones sobre el proceso de cambios en la estructura de la industria de la comunicación y en la gestión empresarial”. En Campos Freire, Francisco. (ed.). *El nuevo escenario mediático* (pp. 109-136). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Deleuze, Gilles. (2005). *Derrames entre el capitalismo y la esquizofrenia*. CABA: Cactus.
- Delgado, Verónica y Fabio Espósito. “La emergencia del editor moderno”. En De Diego, José Luis (director). (2014). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*. CABA: Fondo de Cultura Económica. pp. 87-93.
- Ferrando Mateu, Rosa-Anna. “Cultura Libre o Derechos de autor ¿una disyuntiva innecesaria en el siglo XXI?”. En *Diablotexto Digital 2* (2017), pp. 135-151.
- García Canclini, Néstor y Villoro. (2013). *La creatividad redistribuida*. CDMX: Siglo XXI Editores.
- Goñi Zabala, Juan José. (2018). *100 propuestas para la posglobalización. Exonomía: nuevos tiempos, nuevos conceptos*. Madrid: Ediciones Díaz Santos.
- Groys, Boris. (2016). *Arte en flujo: ensayos sobre la evanescencia del presente*. CABA: Caja Negra.
- Guerrero, Gustavo. (2018). *Paisajes en movimiento. Literatura y cambio cultural entre dos siglos*. CABA: Eterna Cadencia Editora.

Ingrassia, Franco. (comp.) (2013). *Estéticas de la dispersión*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.

Link, Daniel. (2003). *Cómo se lee y otras intervenciones críticas*. CABA: Norma.

López Winne, Hernán y Víctor Malumián. (2016). *Independientes, ¿de qué? Hablan los editores de América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.

Mata, Valeria. (2018). *Plagie, copie, manipule, robe, reescriba este libro*. Disponible en: https://www.academia.edu/43163100/plagie_copie_manipule_robe_reescriba_este_libro_No_solamente_Valeria_Mata

Molina, Cristian. (2013). *Relatos de mercado. Literatura y mercado editorial en el Cono Sur (1990-2008)*. Rosario: Fiesta Ediciones.

Mudrovcic, Ma. Eugenia. (2010). *Nombres en litigio. Las guerras culturales en América Latina: del happening desarrollista a la posguerra fría*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.

Ochoa, Raúl. “¿Cambio de ciclo o post-globalización? El impacto en América latina”. En Serbin, Andrés. (ed.). (2018). *América Latina y el Caribe frente a un Nuevo Orden Mundial: Poder, globalización y respuestas regionales*. CABA: Icaria Editorial / Ediciones CRIES.

Páez, Cecilia. “Industria editorial argentina: las políticas que acompañaron la concentración”. En *Actas de las XI Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, CABA, 2015. Disponible en <http://cdsa.academica.org/000-061/159.pdf>.

- Pérez Alonso, Paula. “El otro editor”. En Sagastizábal, Leandro y Fernando Esteves Fros (comp.). (2002). *El mundo de la edición de libros*. CABA: Paidós. pp. 67-76.
- Rabara, Eduardo. “La editorial independiente frente a lo masivo y lo digital”. En García Canclini, Néstor y Juan Villoro. (2013). *La creatividad redistribuida*. CDMX: Siglo XXI Editores. pp.113-126.
- Rivera Garza, Cristina. (2013). *Los muertos indóciles. Necroescrituras y desapropiación*. CDMX: Tusquets Editores.
- Sanahuja, José Antonio. “Posglobalización y ascenso de la extrema derecha: crisis de hegemonía y riesgos sistémicos”. En Mesa, M. (coord.) (2017). *Seguridad internacional y democracia: guerras, militarización y fronteras*. Madrid: CEIPAZ. pp. 41-77.
- Tabarovsky, Damián. “Edición y sedición”. En García Canclini, Néstor y Juan Villoro. (2013). *La creatividad redistribuida*. CDMX: Siglo XXI Editores. pp.105-112.

Capítulo 2. Una comunidad y una ética editorial

El proyecto Orsai y su ética editorial

En editoriales y “Sobremesas”, Casciari y Basilis comentan en qué tradición de revistas culturales se inscribe *Orsai*. Abelardo Castillo⁴¹, de quien publican en el N°2 su cuento “Las larvas”, fundador de tres revistas legendarias, *El grillo de papel*, *El escarabajo de oro* (junto con Liliana Heker) y *El ornitorrinco* es una figura destacada con frecuencia. En el mismo número hacen referencia a otro cuento suyo, “La mamá de Ernesto” y se señala que apareció en la revista fundada por Mempo Giardinelli en los ochenta, *Puro cuento*. En esa “Sobremesa”, Casciari le cuenta a Chiri que recibió un mail en el que Giardinelli le comentaba que el final de su revista fue muy triste porque entre Cavallo y Erman González destruyeron empresas pequeñas como la suya. También le cuenta que a él le costó su casa y perder todo con tal de pagarles a los colaboradores para evitar que lo llevaran a juicio.

Pero acaso es en el editorial del número 10, “Gracias a ellos”, donde Casciari explicita con mayor detalle los antecedentes de *Orsai*. Sobre la revista *El Péndulo* recuerda que dejó de editarse por falta de publicidad y relata que su director, el coruñés Marcial Souto, unos meses atrás lo llamó por teléfono para decirle que: “en los últimos años había perdido la fe en los medios culturales, y que cuando descubrió *Orsai* supo que no estaba todo perdido” (N°10, p. 3). Otra revista que menciona es *Co & Co*, sobre ella afirma que: “aunque estaba hecha en Barcelona, se notaba mucho la mano argentina de su editor, Héctor Chimirri, y de

⁴¹ En el primer número de la segunda etapa, se realiza un homenaje a Abelardo Castillo. Junto con las “Sobremesas”, se colocan frases del autor (una serie de consejos para los escritores) acompañadas de dibujos de Matías Tolsà.

su director gráfico, Horacio Altuna” (N°10, p. 3). Agrega que la revista dejó de editarse por problemas económicos y que Altuna le dijo que siente a *Orsai* como una segunda oportunidad. Sobre la revista *Puro Cuento* comenta que unos meses antes, Mempo Giardinelli le contó en detalle las razones de la quiebra: “Nadie nos ponía un anuncio, nos costaba mucho todo lo que hacíamos, a mí me costó mi casa” (ídem), y repite la anécdota de Giardinelli a la que se refirió en el segundo número. Asimismo, refiere a *Cerdos & Peces*, revista sobre la que afirma que también dejó de editarse por falta de publicidad y cuenta que recibió un mail de Symns: “en respuesta a una conversación que Chiri y yo tuvimos en una sobremesa publicada en la N6; Enrique se ponía a nuestra disposición para escribir en *Orsai*” (ídem). Vale detenerse en lo que Casciari escribe en el párrafo con el que termina ese editorial:

No sé exactamente por qué estoy enumerando estas conexiones. Quizás porque es la manera más natural de compartir con ustedes que acabamos de cumplir dos años, que llegamos a la edición número diez sin problemas económicos ni sufrir caídas en la pauta publicitaria, y con ganas de seguir otro año más si ustedes quieren. Nuestro objetivo es el mismo del primer día: *divertirnos hasta que ustedes digan basta, o hasta que nosotros nos aburramos*⁴². Lo que pase primero. Pero sobre todo nos gustaría que, dentro de algún tiempo, pueda decirse que *Orsai* nació como desprendimiento de un blog, en enero de 2011. Que se dedicó a la crónica narrativa, la literatura y la historieta. Que la editaban dos amigos mercedinos influenciados por el trabajo de Marcial Souto, Mempo Giardinelli, Horacio Altuna, Enrique Symns y muchos otros maestros que les enseñaron a leer revistas, y a hacer revistas,

⁴² Resaltado nuestro.

con inmenso placer. Y que al final diga: *Orsai* no dejó de editarse por falta de publicidad, sino porque ya era hora (N°10, p. 3).

De este modo, Casciari reafirma la definición y el perfil de la revista, la inscribe en una tradición y en ese acto intenta darle legitimidad. Señala como objetivo encontrar diversión en el quehacer editorial, al tiempo que puntualiza que la revista contiene literatura, crónicas e historietas como contenidos principales. Sobre estos dos aspectos volveremos más adelante, pero algo que también es destacado por el director es la voluntad de generar en sus lectores el entusiasmo que él sintió cada vez que consiguió un número de esas revistas que inspiraron *Orsai*. Asimismo, es habitual encontrar en los editoriales y en las “Sobremesas” la manifestación de un sentimiento de satisfacción por haber logrado sostener el proyecto sin resignar los principios orientadores.

Dichos preceptos centrales, que desde el inicio marcaron el perfil y la proyección de la revista fueron dos. El primero consistía en la voluntad de sostenerse sin la financiación de publicidades, ya que lo contrario implicaba ensuciar el proyecto con un vulgar interés económico que le restaría trascendencia cultural. El director (Casciari) y el jefe de redacción (Basilis) consideraban que la venta de espacio para publicitar significaba entregarse a una lógica de mercado contraria a una ética editorial que priorizaba atender el contenido antes que generar ganancia económica. Se jactaban, de este modo, de incumplir con las reglas tradicionales del mercado hegemónico. No obstante, para mantenerse debían contar con la colaboración de un grupo de lectores que no solo compraran la publicación, sino que además participaran de un proyecto que fue adquiriendo dimensiones cada vez más amplias. Como ya comentamos, hubo bares, pizzerías, una editorial y hasta una universidad *Orsai*, todos emprendimientos comerciales que actuaron como una estrategia

cautelosa para asegurar la convocatoria sin afectar el principio anticorporaciones de no apelar a la publicidad declarado en la revista.

En la página web de la publicación, Casciari explicaba que no le gusta la publicidad porque es mentirosa, aclaraba que *Orsai* escapaba de los subsidios porque consideraba que utilizan la cultura para dar limosna. Además, agregaba que no necesitaba la ayuda del codicioso debido a que los lectores y autores apasionados sostenían la revista para que pague solo el que puede y el que no, recibe los mismos contenidos en PDF. De esta forma, el proyecto declaraba una gratuidad cuyo propósito era dejar liberados los contenidos de la revista y se apoyaba para lograrlo en la confianza de que quienes pudieran pagar para sostener la publicación lo harían. Al no tener publicidades se aseguraban la posibilidad de tener libertad al momento de elegir los contenidos que se pretendían leer, escribir, publicar y compartir entre los miembros de una especie de comunidad cultural asentada en la virtualidad y la confianza. En la virtualidad porque tanto los colaboradores como los lectores de *Orsai* vivían en diferentes países⁴³. En reiteradas ocasiones, en la sección “Sobremesas”, se explicaba que la mayoría de los colaboradores eran contactados vía Skype y por correo electrónico, por lo tanto, no se conocían personalmente con los responsables de la publicación. Confianza porque los lectores debían pagarle a un distribuidor no profesional el monto total de un año de revistas que llegaban a sus manos a medida que la editorial *Orsai* las publicaba, es decir, pagar antes de recibirlas.

⁴³ De acuerdo con lo que afirma Casciari en el número 11, la revista en el año 2013 se llegó a distribuir en más de treinta países. En una entrevista reciente precisa que *Orsai* llegó a 32 países.

El segundo punto consistía en la eliminación de ciertos intermediarios⁴⁴ que obstaculizaban el encuentro entre quienes producen bienes culturales y quienes los consumen. *Orsai* pretendió establecer un canal directo de comunicación y encuentro entre la revista y sus lectores por lo que debió buscar medios para poder contactarse con ellos. A través de un blog, de plataformas sociales como Facebook, Twitter, Instagram, TikTok y gracias a una presentación TEDx de noviembre de 2011 (donde explica los diez principios de la publicación y comenta que el origen del proyecto se debía a dos motivos: por un lado, la crisis económica de 2001 que lo llevó a vivir en España y, por el otro, no poder celebrar con su padre la victoria de Racing en el Torneo Apertura de ese mismo año; sucesos que lo hicieron sentir fuera de juego, no habilitado para jugar, en *off side*, en “orsai”) aún disponible en YouTube que lleva cerca de 800 mil reproducciones, Casciari presentó su proyecto e invitó a participar a quienes se sintiesen interpelados con sus palabras. El título era *Cómo matar al intermediario, limpiar la escena del crimen y encontrar una coartada creíble*. “Matar al intermediario” significa eliminar a quienes están entre el autor y los lectores: representantes, editoriales, administradores, editores de contenidos, gestores, etc. Primero porque se considera una estafa pagarle al autor solo entre un 8% y un 10%, para que los distribuidores se queden con el 50% de lo recaudado de la venta de libros o revistas. Otra de las razones que formula Casciari es que no hacen llegar a todos los lectores su obra,

⁴⁴ En una carta del número 5, titulada “Viva el intermediario”, el lector Diego Haimovich cuestionaba la originalidad del proyecto ya que planteaba que desde que el mercado cultural funcionaba profesionalmente, los intermediarios eran los verdaderos creativos porque decidían qué tenía valor y qué no. Advertía que cuando Casciari afirmaba que quería que los propios lectores decidieran qué se publicaba, estaba pretendiendo inventar otra vez la rueda debido a que desde hace mucho tiempo son quienes: “van a las librerías, compran libros y esto valida que los libros valen lo que se pide por ellos” (Nº5, p. 127). El director le respondió que sospechaba que quien escribía debía ser un editor porque utilizaba la palabra “censura” cuando lo acusaba de antemano de negarse a publicar la carta, le aclaraba que no iba a debatir el contenido de la misma y le daba la razón en todo lo que decía en ella dando por terminada así la discusión.

sino que únicamente se aseguraban de que estuvieran disponibles en los lugares donde podrían dar un mayor rédito económico: Argentina, México y España.

Es significativa la ilustración de la portada del primer número, cuya imagen central es obra del dibujante Jorge González. Se trata de una caricatura del cuento “El intermediario”, escrito por Casciari en 2006 (Fig. 1). Entre esta figura y el subtítulo de la publicación, *Nadie en el medio*, hay una estrecha relación que se articula con el relato de las malas experiencias que nos cuenta ha tenido el director. Acerca del intermediario, Casciari explica en una “Sobremesa” que:

La figura del intermediario existe en el mundo desde que se acabó la inocencia. Desde que perdimos la fe en los demás. Primer intermediario: el banco. En los tiempos del Renacimiento la gente pudiente ya no podía transportar dinero porque había ladrones hambrientos en los caminos, entonces los ricos que debían viajar se contactaban con un integrante de la familia Medici, que recibía el dinero en Ginebra, por ejemplo, y otro integrante de la misma familia se lo devolvía en Florencia, quedándose con un poquito. El intermediario nace y florece cuando nace y florece el ladrón. Y el intermediario sospecha, muy pronto, que necesita al ladrón para que su negocio prospere. Y más pronto todavía saca cuentas y descubre, el intermediario, que lo más conveniente es ser el ladrón (Nº1, p. 151).

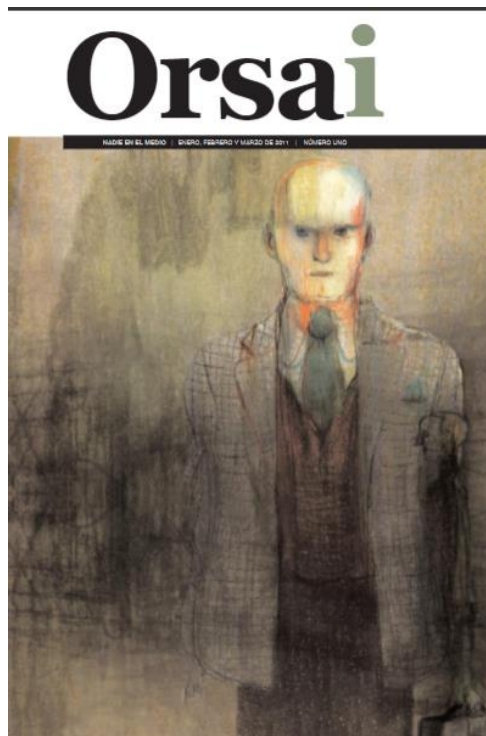


Fig. 1. La primera portada de Orsai. Nadie en el medio

A continuación, se presenta en forma de historieta el relato al que hicimos alusión. En él un narrador en primera persona cuenta que una mañana muy temprano estaba durmiendo cuando un misterioso hombre tocó su timbre para ofrecerle convertirlo a alguna religión. Cuando el protagonista de la historia le responde que es cristiano desde los 8 años y que está conforme con su religión, el hombre le señala que eso era mentira porque no había tragado la hostia cuando hizo la comunión, le explica que pertenece a una empresa llamada *Associated Gods* y que se dedica a: “adquirir, a bajo coste, *stock options* de las más castigadas: cristianismo, budismo, islamismo, judaísmo, etcétera, y las revitaliza allí donde son más débiles (...) *El marketing*⁴⁵” (Nº1, p. 157). Después de firmar unas planillas que

⁴⁵ Resaltado nuestro.

no leyó porque estaban en inglés, el protagonista se volvió a acostar. Entonces su esposa, Cristina, le preguntó si le dolía la espalda porque sus manos olían a azufre. De esa manera, a la asociación de la figura del intermediario con el ladrón que hace Casciari en la “Sobremesa” se suma la vinculación con el demonio que realiza en clave ficcional. Así es cómo desde el primer número queda clara qué concepción se tiene de las corporaciones, como agentes interesados solo en lucrar, al tiempo que se define el perfil que quiere tener este emprendimiento: una revista hecha por amigos sin los condicionamientos de las grandes empresas.

Los dos aspectos centrales antes mencionados son parte de un decálogo que Casciari y Basilis pensaron para ordenar los principios de la publicación: la revista no tendría publicidad ni subsidios; se caracterizaría por su calidad gráfica; no tendría intermediarios; tendría una versión papel, una dinámica para dispositivos electrónicos y se podría descargar en formato de PDF gratuito; participarían artistas admirados por ellos dos; sería trimestral y tendría 200 páginas por edición; tendría el costo de 15 periódicos del sábado de la región (16 euros en Europa y 12 dólares en Latinoamérica); la financiación sería propia y se haría aunque no se vendiera; si se salvaba la inversión serían felices y, si no se salvaba, no importaba.

Consideramos que dos de los elementos antes comentados, la negativa de ceder espacio para publicidades y la eliminación de los intermediarios, dan cuenta de una tensión que recorre toda la revista. Sobre esto, debemos agregar que, si bien *Orsai* es presentada como una novedad porque rehúye de modos establecidos de entender la edición tanto de las revistas como de los libros, eso no es estrictamente preciso ya que existen (y existieron antes de *Orsai*) otras experiencias que implementaron los procedimientos que vemos en el

caso que abordamos. Es pertinente preguntarse de qué tipo de revistas se quería distanciar cuando se presentaba como una publicación sin auspiciantes porque encontramos muchos ejemplos de revistas que se sostienen con un sistema de suscripción que les permite no ceder espacio a anuncios (*Lamás Médula, No retornable, Revista Paco, Sudestada, Walden*, solo por mencionar algunas).

Aunque Casciari y Basilis definen su revista como una especie de resistencia a los mandatos del mercado editorial, a veces reconocen que no son los únicos. En el segundo año de *Orsai* se destacan seis revistas como proyectos que comparten en alguna medida el espíritu de esta publicación: *La Balandra, Buen Salvaje, Jot Down, Vlov, Líbero y Números Rojos*. Acerca de ellas afirman que, además de haber nacido en 2012, todas tienen gran calidad e “intentan mantenerse alejadas de la fábrica de hacer chorizos de la industria (...) y, sobre todo, no tratan al lector como moneda de cambio para conseguir publicidad, sino como un socio con el que compartir un sueño editorial” (Nº9, p. 130). Destacan que la forma en que se pueden conseguir e invitan a suscribirse a ellas para que puedan ser rentables. Según las palabras del director, tanto su revista como las que menciona, consideraban a los lectores parte del proyecto y no renegaban completamente de la publicidad, solo se negaban a prestar espacio a anuncios que no tuvieran que ver con el espíritu de la revista. En efecto, la expresión “No contiene publicidad” es una exageración explicada en ocasiones por los responsables de *Orsai*. Esta publicación constituyó una propuesta que pretendía poner en tensión de manera explícita y recurrente las vinculaciones entre la cultura y el mercado.

Pero, además, y sobre todo porque tal como algunos lectores señalaban en sus cartas, es abundante la publicidad no tradicional (PNT) que aparece en *Orsai*. Los propios

responsables lo reconocen en el N°8, pero lo justifican al afirmar que el problema no es la publicidad, sino la desvergüenza con la que algunos editores subestiman al lector y difunden empresas basura, a cambio de plata para sobrevivir. También los lectores se referían a esto, como podemos observar en una carta enviada por Emiliano Griego que se titulaba “Publicidad encubierta”. Allí el lector cuestionaba que se colocara como una declaración de principios en la portada la leyenda “No contiene publicidad” porque encontraba numerosos casos de PNT. En las “Sobremesas”, en las ilustraciones y en los artículos de la revista abundan las menciones de marcas. Los ejemplos que nombraba este lector eran productos de Apple, Toro Viejo, Baccardi, Heineken, Absolute, Tag Heuer, Vespa y Woolite.

Podemos hallar otro ejemplo en las páginas 89, 90 y 91 del N°13. Allí se mencionan tres publicaciones de la Editorial Orsai: *El gran surubí* de Pedro Mairal con ilustraciones de Jorge González, *Libreta de viaje* de Alberto Montt y *El amor es un perro verde* de Tute. En la “Sobremesa” que los precede, titulada “El tuerto y los ciegos”, Chiri le pregunta a Casciari si no es publicidad lo que figura en las páginas siguientes, a lo que el director responde que no porque esos libros son una parte de la revista que comenzará a crecer en otro lugar. Cuando Chiri le pregunta qué es si no es publicidad, entonces, el director le responde que es como una especie de trasplante de riñón. Chiri remata la discusión afirmando: “Mirá qué gordito marketinero” (N°13, p. 88). Es que, en sus intervenciones, el director utiliza prácticas elementales de mercadotecnia para vender no solo la revista o los libros de la editorial, sino también sus presentaciones. Esto nos pone frente a lo que se podría pensar como un uso profanatorio del formato publicitario, en el sentido de Agamben

(2013)⁴⁶. Tanto en la revista como en las redes sociales de Casciari hay una recurrente apelación a recursos del mundo publicitario con sorteos y promociones variopintas que de manera inesperada se proponen a los lectores. Por ejemplo, en ocasión del día de la madre, un par de días antes, el 16 de octubre de 2020, lanzó como promoción un descuento en la venta de las entradas de su show virtual y de *Más respeto que soy tu madre*: “¿Es Ud. un hijo olvidadizo? ¿Es Ud. una hija desmemoriada? ¿Fuma demasiado porro como para pensar en mami? ¡No se preocupe! Acá llega Casciari con un 50% en libros y *streaming*”.

Aunque no todo el marketing y no toda la publicidad es solemne y formal; juego, desparpajo y humor confluyen para conseguir que una revista cultural profane la religión del capitalismo cuando restituye para sí misma algo de lo que estaría separada, el marketing publicitario de las grandes marcas. *Orsai*, por un lado, se publicita a sí misma, pero, por el otro, las marcas que aparecen en la revista lo hacen como parte del universo ficcional donde, por lo general, generan un efecto paródico. Es ahí donde se produce “la profanación de lo improfanable” (a la que Agamben (2013) define como una acción política futura ante la religión del capitalismo). En este sentido, hay que tener en cuenta que el pasaje de lo sagrado a lo profano se da con el uso (o, más bien, un reuso) completamente incongruente de lo sagrado. Se trata del *juego*⁴⁷” (Agamben, 2013, p. 99). Para Agamben (2013) a la religión se opone la negligencia, una actitud libre y distraída frente a las cosas y su uso, es lo que abre la posibilidad de hacer una utilización particular, en este caso, de la esfera de la economía. Casciari publicita con descaro sus productos, lo reconoce abiertamente, y allí se ubica la operación política de la profanación de *Orsai*.

⁴⁶ Agamben (2013) considera preciso distinguir entre secularización y profanación: “la primera tiene que ver con el ejercicio del poder, garantizándolo mediante la referencia a un modelo sagrado; la segunda, desactiva los dispositivos del poder y restituye al uso común los espacios que el poder había confiscado” (p. 102).

⁴⁷ Resultado nuestro.

Por otra parte, en relación con la proclamada “muerte del intermediario”, no solo podemos encontrar otros emprendimientos editoriales y culturales que intentan establecer un vínculo más directo con sus lectores, sino que *Orsai* no los elimina del todo ya que Casciari asigna esa tarea también a quien lee la revista o la compra; de manera que intermediarios aún hay, la diferencia con otras publicaciones es que quien cumple esa función es el lector. Entonces, la intermediación se encuentra en los circuitos de acceso a la revista de papel: librerías, bares, el correo postal y cualquier otro espacio o medio que permite hacer llegar la revista a sus lectores.

Una paradoja de *Orsai* es que la utopía anticorporaciones no anula la explotación comercial. Por ende, es conveniente leer cómo interviene el mercado en tanto objeto de discusión, de qué modo cruza la publicación y en qué medida la problematización del mercado editorial opera como manifestación del contexto de la revista y de las condiciones del espacio. Se puede recurrir, en este caso, a algunas discusiones sobre la teoría del campo literario desarrollada por Pierre Bourdieu⁴⁸ respecto de la noción de “denegación” para

⁴⁸ Cuando Bourdieu trabajaba sobre el campo literario, hacía alusión al estudio de un proceso social particular: el de la sociedad francesa de mediados del siglo XIX, en la que se estaba produciendo la autonomización de un campo literario y a partir de donde se estaba constituyendo la figura del intelectual al estilo de Zolá. Ese proceso del campo literario no podría ser entendido separadamente de un proceso más amplio de diferenciación de espacios sociales y tipos de agentes que complejizaban el espacio social global, transformando a su vez las relaciones de poder entre los productores culturales y los otros tipos de agentes sociales. Para la autonomización del campo literario, según Bourdieu (1995), fue necesaria la desaparición del mecenazgo en el siglo XVIII y su reemplazo por los libreros y por el medio de venta por suscripción. En consecuencia, podríamos afirmar que este proceso histórico (de emergencia o consolidación) fue posible gracias al mercado. El primer Bourdieu usó algunas tesis postuladas por Levin Schücking (1960), quien sostenía que el mercado posibilitaba la autonomía del arte. Cabe destacar que, si bien campo y autonomía son dos conceptos que van juntos porque no hay campo sin autonomía, esta autonomía de la que habla Bourdieu es relativa. A lo largo de su obra, Bourdieu busca desenmascarar la mistificación causada por el trabajo ideológico en la esfera de producción de los bienes simbólicos. Cuando mencionamos los bienes simbólicos lo hacemos pensando en esta “autonomía relativa” de la que hablamos porque lo que estructura el mercado del arte es la tensión entre el valor económico y el valor simbólico, así como las resoluciones múltiples de esas tensiones. En virtud de estas relaciones se generan, para Bourdieu, reglas de funcionamiento como la denegación que opera en el comercio del arte rechazando el interés propiamente económico y presupone la instauración de una ilusión de la negación de la injerencia de lo económico en el campo artístico-cultural. Bourdieu (2012) explica que la denegación no es ni una negación real del interés económico ni una

situar la singularidad de la relación con el mercado de la colección de revistas *Orsai*. Como sabemos, los planteos de Pierre Bourdieu echan luz sobre el mercado simbólico entendido como un espacio de tensión donde se cruzan el valor económico y simbólico de los bienes culturales y, por lo tanto, según venimos analizando en este proyecto, las relaciones difusas entre el valor económico y el valor cultural son un punto de partida para poder definir el funcionamiento de un proyecto cultural contemporáneo en su singularidad.⁴⁹

En trabajos recientes se ha sostenido que la denegación en las artes y prácticas literarias de las últimas tres décadas se redefinió y ya no es una regla general de las artes. En este sentido, para leer *Orsai* se hace necesario Bourdieu, pero no para aplicar la teoría moderna de la autonomía estética, sino para atender a la mutación de las reglas del arte en la contemporaneidad. Para algunos, lo planteado por Bourdieu ha dejado de ser convincente y resulta totalmente inapropiado para explicar la dinámica contemporánea del campo cultural⁵⁰. Su teoría de la polaridad (el polo comercial y el polo artístico) es inexacta porque “la inversión del funcionamiento de los bienes simbólicos en el mercado, su –digamos– resistencia a la mercantilización en nombre del arte puro, ha dejado de ser tal” (Laera,

disimulación absoluta de los aspectos mercantiles de la práctica artística. Explica que las empresas de los “banqueros culturales” (en quienes el arte y los negocios se asocian en la práctica) “solo tiene éxito económico si está orientada por un dominio de las leyes de funcionamiento de producción y circulación de los bienes culturales” (1980, p. 20).

⁴⁹ Marta Lamas (2002) revisa cómo Bourdieu, cuando la Iglesia católica, se topa con el problema de “buscar la explicitación de la verdad en instituciones cuya verdad consiste en rechazar la explicitación de su verdad”. Bourdieu lleva a cabo una transgresión escandalosa de la frontera entre lo sagrado y lo profano. Habla de lo innombrable: lo económico. Aunque la Iglesia cultiva una imagen de desinterés y de humildad, Bourdieu es muy explícito en afirmar que en su discurso religioso hay una denegación de lo económico. Disponible en: <http://www.mxfractal.org/F26lamas.html> [Última revisión 16 de diciembre de 2022].

⁵⁰ García Canclini sostiene que: “En las primeras etapas de la modernidad tenían sentido la independencia de los campos culturales y las nociones de patrimonios nacionales y de la humanidad. Su eficacia decae a medida que avanza la interdependencia global y la circulación internacional de la cultura” (2010, p. 184). De modo que en el escenario posglobal en el que se inserta el proyecto de Casciari la idea de autonomía deviene problemática.

2014, p. 215)⁵¹. Otros trabajos, como el de Cristian Molina (2011) se preguntan por los alcances teóricos de Bourdieu para leer algunos problemas del arte y de la literatura del presente. Molina (2011) sostiene que algunos especialistas leen la autonomía de Bourdieu como absoluta o como una esfera cerrada sobre sí misma y advierte que tales lecturas omiten la relatividad de la autonomía. Así como que la noción de campo pone en evidencia su conectividad con los demás campos y su definición a partir de dicha relación. Sin embargo, Molina (2011) sostiene que para leer el presente las categorías bourdianas se vuelven limitadas en tanto reglas generales y agrega que cuesta cada vez más leer a la categoría de denegación como una regla compartida, al tiempo que advierte que en muchos de los objetos culturales se produce una “desafirmación”, es decir, la afirmación de las relaciones del arte con la economía, aunque sin una plena afirmación debido a la distancia entre valor económico y simbólico: “[una] separación, a la posibilidad de intentar un desvío o una fuga o, por lo menos, una situación desencantada respecto de los valores económicos” (p. 3).

Si bien nuestro objeto de estudio es una publicación periódica y no una obra de arte, algunos de los aspectos hasta aquí abordados parecen redefinir ciertas cuestiones de las reglas del arte bourdianas. En *Orsai*, será el director el encargado de convencer a los lectores de que la revista tiene un valor significativo. Hay una insistencia persuasiva que atraviesa la revista y el blog y que pretende afirmar la existencia de una comunidad de lectores que comparten gustos e intereses. En los dieciséis números que conforman la primera época de la colección *Orsai* se despliegan una serie de estrategias tendientes a

⁵¹ Laera (2010) analiza el recorrido que ha hecho la noción de valor en la literatura poniendo el acento en la idea de “bolsa de valores” formulada en 1935 por Paul Valéry. La autora propone pensar el valor como una noción instrumental: “de manera tal que se pueda acudir circunstancial y provisoriamente a él de ser necesario ante un objeto en una situación dada y que permita deslindar de qué tipo de valor se trata en cada caso” (p. 8).

exponer las reglas de mercado que operan a la hora de publicar una revista cultural. Por lo que podemos postular que la cuestión económica deviene una fuerza que la atraviesa y excede. En otras palabras, en *Orsai* se descomprime la tensión entre el valor económico y el simbólico y, con ese gesto, se propone otra intervención en el juego: hablar del dinero y afirmar su importancia para sostener el proyecto.

Así, en la “Sobremesa” “Submarinos yanquis”, Casciari y Chiri conversan acerca de una iniciativa del comediante estadounidense, Louis C.K. Comentan que grabó un monólogo en un teatro de Nueva York y luego lo subió a Internet. Para poder verlo, había que pagar 5 dólares por Amazon o Paypal. En su página web, el actor explicaba todos los gastos que había tenido como el alquiler del teatro o de las cámaras. Con ese proyecto recaudó un millón de dólares en doce días, “sin cadenas de televisión detrás, sin productores, sin nada. Y después contó qué hizo con la plata” (Nº9, p. 34). A continuación, Casciari explica por qué compara su proyecto con un submarino. En 2011 vendieron 10 mil ejemplares y en 2012 solo 6 mil. Por lo tanto, se están hundiendo. De este modo, exponen con cierto humor el supuesto fracaso comercial del proyecto editorial. Se apela a lo patético para poder contar con gracia que no se ha vendido la cantidad de ejemplares que se esperaba.

También se relata una anécdota penosa mientras se subraya la dimensión económica de la revista cuando se cuentan detalles de cómo se inició el proyecto. Casciari afirma que su madre, Chichita Casciari, tuvo que aprender a usar Paypal para comprar un pack de diez revistas. Agrega que: “Por un lado me sentí orgulloso de su salto tecnológico, y por el otro me sentí horrible por venderle diez revistas a mi madre” (Nº1, p. 43). Como veremos más adelante, el director se sirve de su familia no solo para financiar la revista, sino que también

son los personajes con los que puebla un universo autorreferencial con el que llena las páginas de *Orsai*.

En suma, al leer *Orsai*, una de las impresiones que genera es que se trata de un proyecto en el que media irreduciblemente lo económico, en el que se lo intensifica y subraya. Casciari y Basilis ponen en primer plano una relación generalmente acallada: la relación con el dinero. Por lo tanto, *Orsai* no niega el dinero y su funcionamiento en un mercado, al contrario, lo pone en primer lugar, y admite el rol de lo económico para sostener un proyecto cultural en la contemporaneidad. Pero lo hace como un problema que amerita una ética y una propuesta singular y diferente del mercado hegemónico y que obliga a los actores culturales a inventar modos propios en dichas relaciones.

Los espacios de problematización del mercado

Una revista es un artefacto cultural programático que suele nacer con un manifiesto y normalmente muere cuando ese programa se consuma. Horacio Tarcus (2007) sostiene que su orientación suele expresarse por medio de un editorial, pero también por la selección de sus textos, por la secuencia en que se los ordena (y jerarquiza), por su tipografía y por su gráfica. En *Orsai* la portada es un tema tan importante que se trata en la primera “Sobremesa” de la revista. Allí el director y el jefe de redacción comentan que se han vendido unos 10800 ejemplares de la revista, un número que los enorgullece, pero que no es significativo si se compara con la cantidad de revistas del corazón que se venden semanalmente. En esa discusión, Chiri aclara que esta revista no compite con las revistas de kioscos, ni siquiera se consigue en esos puntos de venta. Cuando agrega que, en rigor de

verdad, no compiten tampoco con libros, Casciari propone una tapa en blanco, sin logo ni dibujo debido que: “Las tapas de las revistas están llenas de fotos, de nombres, de temas, porque tienen que competir con otras en los kioscos”. (Nº1, p. 4). De esa manera, queda manifiesto que el diseño de la portada funciona como una declaración, como un gesto para alejarse de las revistas que optan por promocionar en sus tapas los contenidos. En caso de que no se percibiese ese posicionamiento, en las primeras páginas los responsables de la revista lo plantean explícitamente.

De lo anterior se infiere que al lector de *Orsai* no debería importarle qué habrá dentro de cada número, debe confiar en que encontrará en ella lo que busca y tiene que poder ser parte del juego al que los responsables de la publicación lo invitan a participar. En este sentido, podemos afirmar que *Orsai* pretende configurar un lector que acepta las reglas que le impone la publicación con la promesa de que va a recibir un producto de buena calidad. Así, produce estrategias que intentan cautivar con una moral de la calidad imbatible, por un lado, y de la diferencia con las revistas masivas de los kioscos, por el otro, a un lector creyente y socio de la publicación. Con respecto a lo señalado, conviene revisar lo que escribe Casciari en un Post Orsai titulado “Valor y precio”⁵² con fecha 7 de marzo de 2012:

Conseguir revistas Orsai no es fácil. La suscripción es cara. Casi siempre nos atrasamos en la entrega. Imprimimos solo un número limitado de ejemplares. Etcétera. Si querés revistas baratas, fáciles de conseguir, en el kiosco de la esquina hay un montón.

⁵² Disponible en https://editorialorsai.com/valor_y_precio/. [Última revisión el 16 de diciembre de 2022].

A diferencia de lo que ocurrió en el primer y último año, las portadas de todos los números del año 2012 estuvieron a cargo de un solo artista, Guillermo Decur⁵³. Solo ese año se colocó en letras pequeñas una leyenda que aclaraba: “No contiene publicidad” y, además, debajo del título decía: “Trabajamos en enero, publicamos en febrero” (Nº5), “Nos escondemos en marzo y salimos en abril” (Nº6), “En mayo nos despeinamos, en junio usamos sombrero” (Nº7), “En julio se muere el chanco, en agosto San Martín” (Nº8), “En septiembre y en octubre eludimos al quiosquero” (Nº9), “En noviembre entrega doble y en diciembre sefiní” (Nº10). Esas frases no solo le dan un sentido de unidad a los números del segundo año de la colección de revistas, sino que operan, humor mediante, como una especie de revelación de una clave de lectura importante para aproximarse a la revista. También en los márgenes inferiores de casi todas sus páginas la estrategia del humor que domina la publicación reaparece en frases como: “Me fui del teatro porque se vivían horas dramáticas” (Nº1), “Cupido debe ser malísimo, por algo lo mandaron al arco” (Nº6), “La vida sedentaria es algo que ya no corre”, “Los vagabundos duermen en camas de una plaza” (Nº11), “Cuando un cigarrillo es muy molesto, ¿es infumable?” (Nº12). Estas frases remiten directamente al contenido de la página donde se encuentra, en el marco de una retórica de la irreverencia que es típica de la revista como apelación al lector.

En *Orsai* los editoriales funcionan como un espacio de repliegue reflexivo en el que se habla de los avatares del proceso de creación, distribución y venta de la revista. Es allí donde se reniega de la imposición de modelos de mercado, donde se presentan mínimos gestos de irreverencia que se reactivan en la página final de la revista, en la sección de

⁵³ La mayoría de las tapas tienen dibujos de reconocidos artistas; los ilustradores fueron Jorge González, Javier Olivares, Juan Sáenz Valiente, Max Aguirre, Poly Bernatene, Javier Zabala, y los últimos tres números tuvieron los trabajos fotográficos de Marcos López y de Jaime Travezán.

avisos legales. En el editorial del número 5, Casciari comenta una anécdota de los inicios de la publicación. Narra las dificultades que tuvieron que superar cuando trataron de hacer “una revista con autores admirados” (Nº5, p. 3). Relata cómo fue su experiencia con un agente literario al tratar de convencerlo para que “su autor” publicara en la revista. El intento fue infructuoso porque el representante no estableció el vínculo con el escritor, sin embargo, unos años más tarde sería el mismo artista el que se contactaría con Casciari para poder publicar en *Orsai*⁵⁴. Con el número 5 se iniciaba el segundo año de la revista y no es casual que el editor haya elegido contar esta experiencia para inaugurar la segunda etapa de *Orsai*. De ella se desprende que el proyecto ha sido exitoso, que se ha logrado el objetivo de subsistir sin publicidades, con el apoyo de un público lector fiel que compra la revista y que se ha encargado de difundirla, de hacerla llegar a los oídos de sus autores admirados.

Pero no solo hubo tensiones con los agentes literarios; antes de emprender este proyecto, Casciari tuvo que lidiar con grandes editoriales desde el lugar de escritor. En el primer número, cuenta la mala experiencia que tuvo cuando la editorial Sudamericana le publicó un libro. La poca promoción que tuvo, la falta de ejemplares para vender en la presentación, que le hicieron pagar un músico invitado, entre otras cosas. Luego, en la “Entrada”⁵⁵ siguiente contrasta esa experiencia con la que tuvo en la presentación del libro de Carolina Aguirre, *Bestiaria*, de la editorial Aguilar en un local de la cadena de librerías El Ateneo. El 26 de abril de 2019, Casciari escribió el siguiente tweet:

⁵⁴ Nunca nombra al autor, pero por el modo en que son presentadas sus colaboraciones en la revista, podemos suponer que se trata de Enrique Symns. En especial en una “Sobremesa” del número 8 y en el editorial del número 10 podemos encontrar elementos que nos permiten creer que es él el escritor aludido.

⁵⁵ En el segundo año y en el tercero solo habrá “Sobremesa” y no aparecerán después de cada contenido, sino solo a continuación de algunos.

A mi 1r libro lo editó Sudamericana. El gerente me decía que se vendían muy pocos ejemplares. En 2013 rescindí el contrato y la empecé a publicar yo. Hoy salió la duodécima edición y lo confirmo: me robaban. ¿Saben quién era el gerente? El actual Ministro de Cultura de la Nación.

Más allá de lo que se relata acerca de lo sufrido, es evidente que el espacio de las “Sobremesas” sirve para explicitar una ética editorial, un modo de entender el quehacer literario en conflicto con la dimensión comercial más hegemónica de la práctica de escribir y de vender libros y revistas. De lo antedicho se desprende que esa sección funcionó de diversas maneras: en el primer año después de cada contenido aparecían una y luego una “Entrada” que actuaron como enlace entre cada sección. En la primera “Sobremesa” se explica por qué decidieron no ponerle sumario ni anunciar en la portada los contenidos de ese número, que el presupuesto está cerrado y que el costo de producción de la primera crónica fue de 1300 euros, por qué se eligió determinada tipografía, que les gustaría que los lectores comiencen por el principio y que no fueran directamente a las historietas, quién es la encargada del diseño y quién se ocupa del presupuesto. Algunos aspectos más del funcionamiento del mundo editorial se observan en “¿Quién hace estas entrevistas?”, cuando después de un reportaje a los comediantes Diego Capusotto y Diego Saborido, Jorge y Chiri discuten:

-Las entrevistas que le hace Garcés a sus entrevistados son mucho más entretenidas que las que me hacés vos a mí al final de cada crónica.

- ¿Perdón? –me dice Chiri-. ¿Vos pensás que estas conversaciones grabadas entre vos y yo... son una entrevista? [...]

- ¿Entonces estas sobremesas no son una entrevista que vos me estás haciendo a mí desde la primera Orsai?

- ¡No! –me grita-. ¿Quién es el que desgraba estas charlas? ¿Quién es el que pone “dice Chiri” y dice “Jorge” al final de cada diálogo?

-Yo.

-Claro... ¿Y vos alguna vez viste a un entrevistado hacer todo el trabajo?

-Entonces... -digo, compungido.

-Sí, querido amigo. Lamento que lo descubras después de tres años.

- ¿Yo te estoy entrevistando a vos?

-Así parece.

- ¡Ah, qué vida perra! (N°12, p. 114).

Así, revelan a sus lectores cuál es el trasfondo de las “Sobremesas”, nos comentan que son grabaciones de sus charlas y cómo esas conversaciones se transforman luego en lo que leemos. El título del editorial del número 6 es “Skype”, se trata del relato de una tarde de trabajo entre el editor, Jorge, y el jefe de redacción, Chiri. Casciari comenta que mientras está escribiendo ese editorial, están conectados gracias a ese software, uno en España y el otro en Argentina sin cámara, solo con audio, pero no se hablan. Se corre un velo al visibilizar el trabajo de hacer una revista cultural. Cabe aclarar que, aunque no es un rasgo

exclusivo de *Orsai*⁵⁶, la frecuencia con que se recurre a este procedimiento resulta llamativa y deviene una particularidad de la publicación.

En el capítulo anterior hemos hecho referencia a lo que Groys (2016) llama “desficcionalización”, un procedimiento que el autor atribuye al quehacer artístico en tiempos de Internet. Cabe indagar qué función tiene la manifestación del *working process* en tanto dispositivo de exhibición del trabajo propio en esta revista. De las innumerables alusiones al respecto se desprende que hay una voluntad declarada y demostrada en la insistencia del procedimiento de presentarse como amateurs en el trabajo editorial. Esta recurrencia es sugestiva, así como lo que elige mostrarse, porque en general no solo se cuentan las dificultades que han logrado superar, lo que han aprendido a lo largo de los años, las satisfacciones que han encontrado en el camino, sino que también y especialmente se cuenta qué motivaciones hay detrás de cada decisión y, de este modo, se hace partícipes a los lectores y se ahonda el compromiso con la revista. El proceso de trabajo se explicita, por ejemplo, en “El tercer ensayo”, editorial del número 11 (el último del segundo año de la revista), donde Casciari rememora la presentación del primer número y afirma que, como *Orsai* nació sin garantías de que pudiese sostenerse demasiado en el tiempo, con Chiri solo esperaban poder llegar hasta el número 4 y que considera que esta revista es lo mejor que hizo con su vida (y no en su vida). Encontramos que este editorial sirve para analizar el

⁵⁶ No es inusual que en las revistas culturales se utilice el editorial como una zona de exposición de orientaciones programáticas o de explicación de decisiones editoriales. Por presentar solo un ejemplo podemos citar un fragmento del conocido primer editorial de *Babel, revista de libros*: “Este —dicen— es el peor momento de la industria editorial argentina. Surgiendo de esas aguas, Babel no es un gesto heroico. Ni la vindicación del delirio, ni una cortesía desesperada, ni la oposición a que se mate así a un valiente. Babel ni siquiera es el rechazo de un honor siempre perdido. Babel —dicen— es una revista de libros. En todo caso, en el mejor de los casos, un etéreo gesto baudeléreo contra el puercos spleen”. Es pertinente señalar que los primeros editoriales de *Babel* y de *Orsai* se ajustan a la retórica del manifiesto ya que hay en ellos una exhibición explícita de declaración de principios, se pretende la intervención en un contexto que se crea (el agotamiento de la industria editorial), se prescribe en forma de descripción y, finalmente, se genera una convocatoria desde un aquí y un ahora que marcan una urgencia.

estado del proyecto, pero además se postula su dimensión personal cuando el director plantea que: “Empezó como un divertimento trasnochado, pero de a poco se convirtió en algo de una enorme trascendencia personal” (N° 11, p. 3). En esta afirmación se cristaliza la dimensión autorreferencial que caracteriza esta publicación, que se ve reforzada en todos los relatos del director que podemos encontrar en los dieciséis números.

Esta tendencia hacia lo autorreferencial en los textos que llevan la firma de Casciari está vinculada con la determinación de transparentar la revista, es decir, de generar la impresión de que cada participante del proyecto está al tanto de los pormenores de *Orsai*. En relación con lo señalado, algo que salta a la vista al leerla es la profusión de cifras. Consultado por esta particularidad, Casciari afirmó que respondía a una especie de obsesión⁵⁷ y a una necesidad de asumir el completo control del proyecto, eso lo hacía estar pendiente de los números alrededor de la revista, cantidad de ejemplares a la venta, precios, cantidad de páginas y el gran problema de la distribución, todo lo que tuviera que ver con la dimensión económica de la revista era algo que le importaba atender personalmente. Es frecuente que se destaquen números que por algún motivo tienen una relación estrecha con el proyecto o con la vida de su responsable principal. Podríamos afirmar que estamos ante una especie de retórica comercial que pretende generar confianza en los lectores y hacerlos partícipes directos del proyecto al mostrar de manera precisa cuáles son los números que lo rodean. Por ejemplo, el editorial del número 2 lleva como título un número, “40”, y hace referencia a la edad del director. Casciari elige esa hora de la noche y ese día para escribir el editorial

⁵⁷ Su respuesta completa fue: “La referencia a los números es porque tuve que empezar a usar el Excel. Cuando empecé a interiorizarme sobre cómo se gestaba una editorial, al principio de todo, yo empecé a usar el Excel y me empecé a obsesionar mucho. Es una obsesión mía eso, no es de Chiri. El tema numérico es mío, estuve mucho tiempo pendiente de cuánto y cuánto y cuánto. No tengo voluntad de hacer las cosas bien, sino de hacerlas yo”.

porque: “es medianoche en Buenos Aires (y las cuatro de la madrugada aquí en Barcelona) del 16 de marzo de 2011. En este preciso momento cumpla cuarenta años”. En una entrevista reciente, Casciari explica que la recurrencia de la mención de cifras responde a cierto entusiasmo personal por ese aspecto particular de la gestión de un proyecto editorial. Así como el título de la primera “Sobremesa” era un número, “10080” (la cantidad de ejemplares vendidos), el último editorial se titula “Treinta y cinco”. Allí Casciari escribe:

La última sobremesa de la época Orsai ocurrió en la esquina de Finochietto y Perú, y aprovechamos para crear la portada más autorreferencial de los tres años de la revista. Las dos fotos que ilustran este editorial, y la foto de tapa pertenecen a Marcos López, a quien invitamos a esa conversación final. Quisimos alejarnos de la producción fotográfica. “Que sea verdad, que refleje este mediodía en serio”, le dijimos a Marcos. Fue una tarde de sol, en medio de la primavera porteña y pasamos por ella en puntas de pie, sin ser del todo conscientes de que allí, a esa hora, se estaba acabando la revista para siempre. (...) Estaremos toda la vida enamorados de estos tres años de Orsai, y de sus dos mil quinientas cuarenta y ocho páginas, y de sus doscientos treinta y tres autores invitados; hicimos esta revista con todo el corazón que teníamos; no nos dejamos nada adentro. Fueron treinta y seis meses que estarán en el podio de nuestros grandes recuerdos, y sobre todo unas épocas vitales en la construcción de nuestras anécdotas futuras. Pero lo que viene es mejor. Lo sé porque me lo dice la mirada cómplice de mi amigo, desde la otra punta de la ronda. “Lo que viene es mejor, Jorgito”, me dice Chiri sin hablar. Y yo ya le conozco esa seña desde 1979. Ya son treinta y cinco años, y el vaticinio no falló nunca (Nº16, pp. 3-6).

En este balance final se destaca el valor afectivo del emprendimiento, aunque al mismo tiempo la revista se mida en cifras. En la última “Sobremesa”, que se tituló “Final del juego”, se observa nuevamente la valoración de la revista en números, así como se vuelve a destacar la importancia del componente humano y de la dimensión lúdica de la publicación. Chiri comenta que calcula que, desde la primera *Orsai* hasta esa que es la última, escribieron juntos 116 “Sobremesas”: “Vos y yo hablando boludeces entre crónica y crónica”. Luego observan que en los números 3 y 5 no las hicieron porque creían que aburrían a los lectores y recuerdan que se quejaron “Como guanacos”. Finalizan esa conversación del siguiente modo:

-Yo lo extraño un montón [A Horacio Altuna], María también. A él y a Anita, a los dos –me dice-. Muchas veces nos gustaría teletransportarnos para estar en una sobremesa con ellos. *Orsai* también fue eso para nosotros: haber conocido gente pulenta.

-Gente increíble. Apasionados.

-Esa podría ser una buena moraleja –me dice Chiri-. Por lo menos para cerrar la última sobremesa pública de esta época. Moraleja: cuando trabajás con gente apasionada deja de ser un trabajo.

-Sí. Y lo mismo funciona como advertencia si lo decís al revés.

- ¿Cómo sería?

-Cuando jugás con gente sin pasión, nunca es un juego.

-Me gusta. Es una buena ecuación. ¿Te parece que cerremos con esto y nos vayamos a hacer *Bonsai*? (N°16, p. 112).

De ese modo se termina la primera época de *Orsai* con la presentación de una nueva revista y con la reafirmación de la importancia que quienes forman parte del proyecto le dan a lo afectivo porque a pesar de los números en los que se focaliza, el verdadero núcleo de la experiencia y el balance se asienta en la gente pujante. Aunque haya una insistencia en las cifras, el saldo es simbólico. La ganancia del proyecto se encuentra en la constitución de redes de contacto que posibilitan la emergencia de nuevas propuestas cuya marca distintiva es el cariño, el entusiasmo y la confianza entre quienes participan, así como tienen la potencia del ejercicio de lo lúdico y el humor.

Comunidades que confían: los amigos de *Orsai*

En “El país de los juguetes”, ensayo que forma parte de *Infancia e historia*, Agamben (2001) parte de la escena de *Las aventuras de Pinocho* (1883) en la que el protagonista llega a una república infantil, un universo donde todo es juego y se pregunta por las relaciones de correspondencia y de oposición entre el juego y el rito. Señala que, si bien el origen de la mayoría de los juegos que conocemos se halla en antiguas ceremonias sagradas, solo sobrevive el rito en la forma, pero que se ha olvidado y anulado el mito, esto es, lo que confiere a los actos su sentido y eficacia. Sigue a Benveniste cuando sostiene que, si lo sagrado puede definirse mediante la unidad consustancial del mito y del rito, podríamos decir que hay juego cuando solo se cumple una mitad de la operación sagrada,

traduciendo únicamente el mito en palabras y únicamente el rito en acciones. De modo que hay una conexión invertida entre el juego y lo sagrado.

Por otra parte, mientras que el rito es una forma de asegurar la trascendencia, una ceremonia que asegura el contacto entre el mundo trascendente y el profano, el juego desarma eso al no pretender un efecto extendido. En relación con el tiempo postula que mientras que el rito fija y estructura el calendario, el juego, en cambio, lo altera y lo destruye y agrega que: “Al jugar, el hombre se desprende del tiempo sagrado y lo olvida en el tiempo humano” (p. 101). Así es como se destruye la conexión entre pasado y presente. Agamben plantea que todo lo que es viejo es susceptible de convertirse en juguete y que puede jugarse no solo con aquello que alguna vez perteneció a la esfera de lo sagrado, sino que también a lo que fue parte de la esfera práctico-económica.

Por mencionar algún ejemplo de la revista en su primera etapa, Casciari proponía a los lectores entrar en el blog de *Orsai* y competir en lo que llamó “El juego del Pri”. Esta apelación a lo lúdico permitía estimular el contacto y la participación de lectores con la excusa de una competencia para ver quién lograba hacer el primer comentario en cada uno de los posts que se realizaban en la página web. El objetivo consistía en sumar puntos a través de la obtención de comentarios iniciales en las entradas del blog “de un gordo”, que no solo desconocía la existencia del juego, sino que creía que sus lectores esperaban sus historias con ansias. “El objetivo grupal (además de hacerle bullying al mencionado gordo) es conseguir la mayor cantidad de puntos en los torneos anuales, quinquenales y el Gran Torneo del Decenio”.⁵⁸ Acaso sería aventurado afirmar que la revista es una especie de

⁵⁸ Esta explicación aparece en la página web de la revista, <http://editorialorsai.com/blog/>. [Última revisión 16 de diciembre de 2022].

juguete para Casciari y Chiri, pero sin dudas está atravesada por actividades marcadas por el entretenimiento, la competición y las recompensas. En este sentido, consideramos que la invitación a jugar actúa como una de las dos estrategias de fidelización más importantes, junto con el humor⁵⁹.

En la intersección entre lo personal y lo colectivo, el humor deviene una lente poderosa para la comprensión de los fenómenos sociales (Cosse, 2014). En *El chiste y su relación con lo inconsciente*, Freud (1905) plantea que el efecto cómico del chiste se da a partir del desconcierto y de la iluminación. Diferencia lo cómico, que implica reírse de otro, del humor, esto es, la capacidad de reírse de uno mismo, de estar comprometido en la propia humorada (Freud, 1927). Para Benjamin (2017), en cambio, el humor es la jurisprudencia sin juicio, sin palabra (no como el chiste que se basa esencialmente en ella). Al igual que el sueño, la risa es un operador de lo real que no busca negar la realidad, sino trascenderla (Dufourmantelle, 2015) y, en tanto modo de resistencia al sentido práctico de lo mercantil, es un acto comunicativo que pasa por el cuerpo, se comparte y se niega a tener utilidad: “no es un camino autorizado, y cuando es prohibido es en nombre de todas aquellas buenas razones que se pueden encontrar para instalar censuras cada vez más sutiles” (p. 162). Peter

⁵⁹ Peter Berger (1999) sigue las ideas de Johan Huizinga en *Homo ludens* (1938) para comparar el humor con el juego. El filósofo e historiador neerlandés sostiene la tesis de que el juego se encuentra en los orígenes de toda la cultura humana, empezando por el lenguaje. Se diferencia de la risa y de lo cómico porque no suele hacer reír a los jugadores ni a los posibles espectadores y normalmente no suele haber nada divertido en la visión de unas personas que juegan. Pero es una parcela finita de significado a la que pueden emigrar los individuos abandonando la realidad de la vida cotidiana. El juego, al igual que lo cómico es un intermedio dentro de nuestra vida cotidiana, un interludio entre las actividades serias y mundanas. En una entrada del blog del 7 de septiembre de 2006, Casciari afirma: “Mi trabajo es, casi todo el tiempo, el de hacer reír. En los blogs, con los guiones de la tele, en los libros que escribo, y con las cosas que le cuento a mi hija para hacerla dormir. No me parece un trabajo solitario porque estoy rodeado de personajes que tengo que componer, y son todos un poco estúpidos. Y a mí la estupidez me causa gracia y me acompaña.”. Uno de los procedimientos que utiliza es ponerse en un lugar protagónico y exponer sus miserias (reales, imaginadas o exageradas). “Los problemas de evitar el copy-paste”, disponible en: <https://hernancasciari.com/blog/los-problemas-de-evitar-el-copy-paste> [Última revisión 19 de diciembre de 2022].

Berger (1999), por su parte, observa el lugar ubicuo de la experiencia de lo cómico, su carácter social, frágil y fugaz que lo hace aparecer y desaparecer entretejiéndose con la experiencia común, como una intrusión. Considera que lo cómico es la visión del mundo más seria que existe y afirma que el humorista tiene la capacidad de enseñar a ver de manera novedosa y ridícula la realidad, de revelar incoherencias, de desvelar las otras realidades que acechan detrás de las fachadas del orden social y del sentido común, y de desenmascarar a los poderosos. Por ese motivo, actúa como un agente de disrupción, subversivo en potencia, con gran capacidad cohesiva. La tríada que constituyen el juego, la comunidad de amigos y el humor operan como recursos de profanación que le permiten a Casciari horadar las lógicas hegemónicas del mercado que se sirven de la publicidad y de los intermediarios ajenos en lo afectivo al proyecto editorial. Así lo expresa en un aviso legal:

Queda terminantemente prohibido leer esta sección de la revista antes de haber acabado con todos los textos largos de las páginas precedentes. La lectura de este “aviso legal”, casi siempre de contenido irónico respecto de la burocracia legislativa o editorial, es una pelotudez que el director escribe drogado el último día de cierre, justo antes de entrar a imprenta. Sus términos no tienen el menor sentido y siempre deben leerse al final, como quien come un pedacito de queso después de la cena y el postre.

El editorial del número 12 llevó como título *Cheque en blanco*. Allí Casciari comenta que a raíz de una entrevista al Indio Solari en la que el cantante afirmaba que era la última vez que hablaría con la prensa, unos kiosqueros se comunicaron por mail con él para pedirle 50 mil ejemplares de ese número. Ante esta situación, el director explica que se negó a aceptar

lo que le proponían debido a que había asumido el compromiso y había prometido siempre lanzar seis mil ejemplares de cada edición porque con esa cifra alcanzaba para pagar los sueldos del staff, la imprenta, la distribución y los honorarios de los colaboradores. No cumplir con la promesa que les había hecho a sus lectores hubiera implicado una transgresión de orden ético. Además, agrega que *Orsai* no es una revista de kioscos, no es “una revista más”, ya que a la calidad del contenido artístico se le agrega la calidad de los materiales con los que se la hace. Casciari comenta que:

Estos proyectos del siglo veintiuno, basados en *comunidades que confían*⁶⁰, tienen que ser transparentes y mantenerse, dentro de lo posible, en círculos pequeños y con lectores reconocibles. El día que no podamos responder personalmente un mail a nuestros lectores estamos fritos, porque ya no seremos lo que queríamos ser. *Orsai* es un proyecto amateur, una empresa familiar en comunicación directa con seis o siete mil amigos. Cualquier giro oscuro, cualquier mínima traición a las promesas iniciales, le rompería el corazón a los que confiaron en nosotros. Nos equivocamos mil veces y nos vamos a equivocar más, pero esos errores no serán nunca codiciosos” (N°12, p. 3).

Este fragmento condensa lo que podemos reconocer como rasgos centrales de la publicación: la insistencia en diferenciarse de lo que llaman “revistas de quioscos”, la negativa a romper un código ético por una ganancia económica y la consecuente asociación de la rentabilidad con la codicia. Sin embargo, algo resalta en esas palabras: la voluntad de construir una comunidad afectiva de amigos “que confían” y la definición de *Orsai* como un emprendimiento de aficionados. Primero se vuelve necesario atender a la polisemia de la

⁶⁰ Resaltado nuestro.

noción de comunidad para intentar definirla y comprender de qué modo *Orsai* la significa. En relación con dicho concepto, reactivado y reinventado por teorizaciones provenientes de campos como la filosofía y la sociología, hay una coincidencia desde cierta perspectiva teórica en señalar su carácter interaccional en tanto espacio de confluencia de diferentes actores, relacionados a partir de la identificación de objetivos e intereses en común. Devenida cuestión fundamental de nuestro tiempo, algunos autores se atreven a hablar de un “Renacimiento de la comunidad” (Schlüter y Clausen, 1990).

Autores como Blanchot (2002), Nancy⁶¹ (2000), Agamben⁶² (1996) y Esposito⁶³ (2009) advirtieron que la comunidad se refería más bien a una alteridad constitutiva que la diferenciaba incluso de sí misma, sustrayéndola a toda connotación identitaria. Desde esta perspectiva teórica, los sujetos de la comunidad se hallan unidos más que por una sustancia o por una res, por una falta que los atraviesa y contamina mutuamente. Por ese motivo, está

⁶¹ Nancy (2000) habla acerca del testimonio de la disolución de la comunidad. Advierte una problemática general de la immanencia, sobre eso señala que las empresas políticas o colectivas dominadas por esa voluntad sostienen lo que llama “la verdad de la muerte” y analiza, entre otros, el caso del nazismo. Desde esa perspectiva, la comunidad sería la resistencia a la immanencia y, por consiguiente, devendría en trascendencia. El filósofo francés señala un reparto de la comunidad, esto es, lo que la comunidad revela es la existencia fuera de uno. Por ese motivo, considera que es imposible perderla porque nos está dada con el ser y agrega que: “La sociedad puede ser lo menos comunitaria posible, pero no se logrará que en el desierto social no haya ínfima, inaccesible incluso, comunidad” (p. 46). En resumen, la comunidad no es un ser común, sino el modo de ser en común de una existencia sin esencia o coincidente con la propia esencia.

⁶² Agamben (1996) presenta la figura del “cualsea”, explica que no toma la singularidad en su indiferencia respecto a una propiedad común, sino solo en su ser tal cual es. Es la figura de la singularidad pura que no tiene identidad, ni está determinada respecto a un concepto, pertenece a un todo, pero sin que esta pertenencia pueda ser representada por una condición real. Considera que es decisiva la idea de una comunidad “inesencial”, de un convenir que no concierne en modo alguno a una esencia. Aclara que una singularidad más que un espacio vacío es una exterioridad pura, una pura exposición, por lo cual cualsea es, en este sentido, el suceso de un afuera

⁶³ El filósofo italiano Roberto Esposito (2009) analiza las relaciones entre la noción política de “comunidad” y la noción biomédica y epidemiológica de “inmunidad”. Señala que el de comunidad es uno de los conceptos más cargados de implicaciones metafísicas y es uno de los más necesitado de deconstrucción. Sostiene que todas las filosofías de la comunidad del siglo XX se vinculan por el modo en que conciben la primacía del sujeto, advierte en ellas una concepción de la comunidad constituida enteramente contra el trasfondo de la categoría de sujeto. Critica esta dirección hipersubjetivista: “la comunidad aparece como una cualidad, un atributo, que se añade a uno o más sujetos convirtiéndolos en algo más que simples sujetos, en tanto radicados en –o producidos por– su esencia común” (p. 15).

siempre sujeta a disolución, siempre en vilo de desaparición. Para Nancy (2000), la comunidad supone un estar en común sin ser en común; es decir que es algo del orden del estar y no del ser. En esa discusión, presenta una noción de lo común que la saca de la ontología y la coloca en el orden del acontecimiento, del estar o del aparecer. Es una comunidad que está sujeta a tensiones que la hacen aparecer en su falla como dice Esposito (2009) y que corre el riesgo de desaparecer y, por lo tanto, es inclasificable como afirmará Agamben (1996). La comunidad se define por la lógica barthesiana del “vivir juntos”, esto es, tensionada entre el banco de peces o el cardumen y el aislamiento del anacoreta.

La comunidad, sobre todo en la conceptualización formulada por Nancy (2000), como un aparecer momentáneo, un estar en común, nos ayuda a pensar esta revista. Casciari postula que su proyecto se apoya en una comunidad que confía. La paradoja de esa condición es que la confianza que la sostiene al mismo tiempo la pone en vilo. De modo que siempre se encuentra sujeta a tensiones y eso la convierte en un devenir, en continua transformación. En síntesis, la revista es un modo confiable de estar juntos, de estar en común, sin ser comunes. Ahora bien, para comprender cómo *Orsai* crea una comunidad que confía conviene revisar quiénes forman parte de ella y de qué manera participan. El 5 de julio de 2019, Casciari escribe en su cuenta personal de Twitter:

VENTAJAS DE CREAR COMUNIDAD: Ayer puse en preventa la Orsai Núm. 5 que saldrá en octubre. En 36 horas se vendieron ejemplares suficientes para pagar la impresión. Como el dólar está inestable, esta mañana pagué la imprenta con dos meses de anticipación. El imprentero lloró.

De manera que los lectores de *Orsai* participan con la compra de la revista, con la difusión y con la lectura, pero también con el mantenimiento de esta a través de un sistema de preventa que le permite a Casciari sostener la publicación tal como explica en el citado tuit. Los colaboradores frecuentes, la mayoría escritores y dibujantes, han conformado un grupo que a lo largo de los años se acercaron cada vez más al proyecto. Así es como quienes alguna vez publicaron algún contenido, se volvieron parte del staff (como Josefina Licitra) o participaron de la editorial o de la universidad Orsai⁶⁴. Casciari resalta con frecuencia que la revista funciona como una especie de pretexto para trabajar con sus amigos. Por este motivo, sería interesante revisar cómo se han incorporado algunos de los colaboradores de la revista al proyecto. Nos detendremos en las participaciones de Altuna, Enrique Symns y Juan Sklar no solo porque dan cuenta de distintas aproximaciones al proyecto, sino porque alojan la pregunta por la concepción de literatura que habita en la revista. Algo sobre lo que nos detendremos en el último capítulo.

En la página 79 del N°1 se anuncia la creación de una editorial con el sello Orsai y se informa que la primera publicación que harán será un libro de Horacio Altuna, quien citado por Casciari asegura que sabía un poco sobre la revista, pero que estaba interesado en el sistema de distribución y venta. Después de comer juntos y de conversar largo rato, según relata el director, Altuna decidió renunciar de palabra a todas sus editoriales en el mundo y decidió publicar su obra futura con la recién nacida Editorial Orsai, gesto con el que inaugura un emprendimiento que publicará solo a quienes “admiremos mucho el Chiri y yo,

⁶⁴ El equipo de responsables de Orsai ofreció en 2013 una serie de cursos en lo que llamaron la Universidad Orsai. En dicha universidad se ofrecieron diversos másteres: Gonzalo Garcés fue el responsable del máster en Periodismo cultural, el de Crónica periodística fue dictado por Josefina Licitra, el de Entrevista y perfil estuvo a cargo de Pablo Perantuono, Miguel Rep se ocupó del de Dibujo y novela gráfica, Rodolfo Palacios fue responsable del de Crónica policial y el de Edición periodística estuvo a cargo de Pablo Plotkin.

y que le dará al autor el cincuenta por ciento neto de ganancias de su obra, sin cesión de derechos ni exclusividades” (N°1, p. 79). Por lo tanto, también en la editorial el gusto y la valoración de los artistas funcionarán como criterios de publicación. Otro ejemplo se encuentra en la “Sobremesa” “Enrique, escriba lo que quiera” (N°8), donde comentan que conseguir la participación del escritor Enrique Symns les resultó complicado porque solo conocía la revista de nombre. Symns no solo no había leído nunca *Orsai*, sino que creía que le pedían un artículo sobre fútbol. En ese relato, Casciari cuenta también que: “Es un prócer. Y me despedí diciéndole la extensión, los honorarios, la fecha límite, esas cosas” (N°8, p. 62). De manera que no tiene pudor de contar que un colaborador no tenía idea del proyecto⁶⁵ y muestra cuáles son los temas que tiene que atender como director de la revista⁶⁶. Pero tal vez la entrada de Sklar en *Orsai* permite comprender de qué forma el modo de construir comunidad con los colaboradores es mediante vínculos afectivos y de amistad. En el relato “Timbre a las tres”, Casciari cuenta una anécdota de la presentación de la revista *Orsai* N°8 en Buenos Aires. Comenta que después del evento se quedó con unos amigos en el bar y que a las tres de la madrugada comenzó a sonar el timbre, pero que nadie atendió. Un tiempo más tarde recibió un correo electrónico de un lector que le comentaba que había sido él quien fue a tratar de mostrarle un cuento que escribió al director, un relato que: “Nunca salió de mi círculo de confianza de amigos y familiares. Pero siento que, si hay alguien fuera de ese círculo al que tenía que mandárselo, es a vos”

⁶⁵ En el caso de Miguel Rep, por ejemplo, lo que sucedió fue diferente. En una “Sobremesa” del N°4, Casciari cuenta que: “Un día me mandó un mail diciendo que había leído un par de *Orsai* nuestras en un avión, y que le habían parecido excelentes. “Contá conmigo para lo que sea”, me dijo. A mí casi me da un soponcio” (p. 31).

⁶⁶ Unos meses más tarde, en la “Sobremesa” “El tuerto y los ciegos” del número 13, Casciari le confiesa a Chiri que lo emociona mucho que Symns escriba en la revista: “Se me mezcla la veta editor con la veta escritor, y sobre todo con la veta lector, y se me pone la piel de gallina. Publicarlo, editarlo, leerlo” (N°13, p. 88). Así es que el componente afectivo tiene dos direcciones: la del compromiso que sienten (o se intenta que sientan) los lectores con la revista y la del director con el proyecto y con los sujetos que lo llevan adelante.

(p. 43). Finalmente, Casciari afirma que a continuación, en las páginas siguientes, se encuentra el cuento que Juan Sklar le quiso mostrar aquella noche, “La historia del Power Ranger rojo”. Más allá de los juegos autorreferenciales en el relato del director, nos parece sugestivo lo que Sklar plantea en el correo que le envió y que el director transcribe:

Me llamo Juan. Nos conocimos en la presentación de la *Orsai* ocho, en el bar. Llegué muy tarde (tipo una y media de la mañana) y te pedí que me firmaras la número cuatro. Comequechu ya me la había firmado. También la firmó el Chiri. Si tuviera que elegir algo de todo lo que te dije para que me ubiques, sería lo siguiente: yo leo *Orsai* como supongo vos y Chiri leían *Cerdos & Peces* en los noventa. Creo que fue eso lo que te dije. Para mí leer *Orsai* es participar de algo histórico en el momento que está pasando. La *Orsai* es un hecho histórico. Como lo fue la *Fierro*, la *Cerdos* o la *Caras y Caretas*. Pero a esas me las contaron. No son mías. *Orsai* es mía. De mis temas. De mi época. De mis modos de producir, distribuir y consumir cultura. *Orsai* me llega (Nº9, p. 43).

Sklar afirma que la revista es también suya y se siente cerca de quienes están involucrados en el proyecto: Chiri, Comequechu y Hernán son los nombres de amigos, de gente querida a la que por primera vez conoce personalmente. Cabe preguntarse por lo que suponen la amistad y lo afectivo para un proyecto cultural y qué implican desde el punto de vista económico esos elementos. Eva Illouz (2007) indaga cómo el capitalismo ha alimentado una intensa cultura emocional que ha favorecido el desarrollo de una nueva era de la

afectividadad⁶⁷ en la que las relaciones económicas han adquirido un carácter profundamente sensible y las relaciones íntimas se definen cada vez más por modelos económicos y políticos de negociación e intercambio. Este capitalismo emocional se apropia de los afectos y los transforma en mercancías. Es así como la emoción no debe concebirse como una acción, sino como la energía interna en la que se fusionan significados culturales y relaciones sociales que impulsan a un acto. Es un significado que concierne al yo y a su relación con otros situados culturalmente. La autora observa una nueva cultura de la emotividad que se caracteriza porque el yo interior privado tiene gran representación pública y está ligado a los discursos y valores de las esferas económica y política. Por lo señalado concluye que:

El capitalismo emocional es una cultura en la que las prácticas y los discursos emocionales y económicos se configuran mutuamente y producen lo que considero un amplio movimiento en el que el afecto se convierte en un aspecto esencial del comportamiento económico y en el que la vida emocional -sobre todo de la clase media- sigue la lógica del intercambio y las relaciones económicas (p. 20).

En relación con la amistad, Agamben (2018) se pregunta acerca del estatuto semántico del término “amigo” al tiempo que advierte sobre su carácter performativo. Su significado coincide con el acto de enunciación en la medida en que reconocer a alguien como amigo significa no poderlo reconocer como un “algo”. Gracias a Aristóteles halla la potencia política que atraviesa el concepto y que se asienta en una intensidad que reparte, disemina y vuelve compartible una misma sensación. A partir de lo señalado, la comunidad humana

⁶⁷ Illouz (2007) se pregunta por el papel de las emociones en la acción económica, considera que, en los planteos de autores como Weber, Marx, Simmel y Durkheim, es decir, los relatos sociológicos canónicos de la modernidad contienen referencias a las emociones.

debe ser pensada a través de un convivir (syzên) que está definido por un compartir puramente existencial y sin objeto más que la participación. En este sentido, se podría pensar que *Orsai* conforma una comunidad que confía a partir de estrategias afectivas y de amistad. Así es como construye ese estar en común comunitario.

Mientras que los relatos acerca de las colaboraciones de Altuna y Symns operan como un recurso para legitimar a la revista, la incorporación de la historia de Sklar sobre cómo empezó a escribir para *Orsai* sirve para reforzar la idea de que cualquier lector puede formar parte de la publicación como colaborador. Esto se suma a lo planteado en la presentación de la mencionada Universidad Orsai. Según lo que declaran en la página de la revista, lo que motivaba este emprendimiento era que: “Queremos trabajar con un staff nuevo en la Orsai 2014. Y para eso, estamos poniendo la casa en orden”. Ese movimiento constante de expansión del proyecto requiere de la participación de viejos amigos y de los lectores, que son considerados potenciales nuevas amistades.

De las palabras de Juan Sklar se infiere que ha sido efectiva la apropiación del proyecto a la que sus responsables aspiran. Antes como lector y ahora como colaborador, el autor siente propia la revista y siente cercanos a quienes la hacen. Acaso esa cercanía, para el resto de los lectores, se genere en parte debido a que Casciari insiste en señalar el carácter amateur del emprendimiento. Repite que hacer esta revista es un hobby, un pasatiempo que le genera poca ganancia económica, pero que le permite continuar jugando con su amigo de la infancia, Chiri. Declara que con este proyecto no pretende dejar de ser un aficionado por lo que no establece redes con otros directores de revistas ni se siente cómodo en ese rol, por ese motivo afirma que: “Somos más lectores. Entre estar en una mesa con editores, prefiero mil veces estar en una mesa con los lectores de la revista *Orsai*”. No querer correrse de ese

lugar, el del lector, es una estrategia que refuerza la cercanía con los lectores de la publicación, un modo de identificación. En relación con lo señalado, resultan elocuentes las palabras de la “Sobremesa” “Surfear la ola”. Allí dicen que la revista ha tenido suerte desde el principio porque los errores que cometieron nunca fueron graves y porque las cosas que salieron bien no dependieron de ellos. Explican lo que sucedió como suerte de principiantes y luego reflexionan:

a lo mejor el primer año haya sido puro orto, pero en todo caso el segundo fue un orto más enfocado. Además, los autores y los dibujantes estuvieron en estado de gracia, ya saben qué es Orsai y trabajan en consecuencia. Y nosotros surfeamos esa ola, tranquilos”.

-Los lectores también surfean –le digo-. Miráles las caras acá a la derecha. Todos tienen a su distribuidor, todos se acostumbraron a recibir la revista cada dos meses... Me da la impresión de que cada uno de ellos ya está metido en el proyecto, que recibe cada Orsai de taquito. (N°10, p. 122).

También encontramos otro ejemplo en el editorial del cuarto número de *Orsai*, titulado “20”. Casciari sostiene que han vivido con Basilis y el equipo el año más intenso y menos profesional de sus vidas, que cometieron una enorme cantidad de errores, pero que, a pesar de eso: “Desde la inexperiencia, desde las ganas y el impulso, llegamos al final” (N°4, p. 3). De estas palabras del principal responsable de la revista se infiere no solo su condición de inexperto, sino también su definición de *Orsai*. Esto es, cómo concibe su revista. Con Basilis y un grupo de amigos y familiares han conseguido cumplir con el objetivo de sacar a la venta los primeros cuatro números de la publicación sin traicionar—según su punto de

vista- una serie de ejes programáticos que orientaron el proyecto y que comentamos al comienzo de este capítulo.

El editorial del número 7⁶⁸, que se tituló “Los jefes”, comienza cuando Nina, hija de Casciari y personaje recurrente en editoriales, relatos y “Sobremesas”, le pregunta si él es el jefe de Chiri y con eso desencadena un sueño en el que Casciari y Chiri vuelven a ser niños y discuten por diferencias editoriales (no se ponían de acuerdo sobre el color de la letra de la revista que estaban haciendo), pero este tema culminará recién en un relato que se incluye en el final de esa publicación, “Los empleados”. Los adultos llegan al pasado con la intención de recibir órdenes de los niños sobre el trabajo con *Orsai* para no traicionar el espíritu inicial de la publicación.

En numerosas ocasiones Casciari y Chiri declaran que para elegir a los autores que van a participar de *Orsai* usan como criterio el gusto y la admiración, aunque también la pretensión de fomento, es decir, el objetivo de dar a conocer a artistas ignotos que consideran valiosos⁶⁹. A esos nombres nuevos se suman los de algunos artistas o personajes reconocidos como Abelardo Castillo, Enrique Symns, Alejandro Dolina, el Indio Solari, Stephen Hawking, entre otros que funcionan como un respaldo que legitima la apuesta cultural que representa *Orsai*. Como resultado encontramos reunidos autores de diversos tiempos y procedencia. Por este motivo, podemos afirmar que hay una tensión entre el

⁶⁸ Será descripto en el sumario así: “Otro problema mental de Hernán Casciari (no en el sentido de historia con acertijos, sino de problema mental serio). Esta vez, una polémica continuación del editorial” (Nº7, p. 5).

⁶⁹ En relación con esto, en una “Sobremesa” del primer año afirman que: “En la provincia de Córdoba hay más humoristas gráficos que gente. Y los que quedan sin dibujar, lo que hacen es escribir. De entre todos, hay en Córdoba un muchacho que escribe como los dioses, y teníamos muchas ganas de publicarlo en *Orsai*. Este muchacho es muy conocido en Córdoba, pero en cambio no lo leyeron nunca en Centroamérica, ni en otros sitios del mundo donde se habla castellano. Nosotros leemos a José Playo desde hace años, y si alguna vez soñamos con hacer una revista, fue en parte también para publicar sus cuentos. Y estamos contentos de que ahora lo lean también en Centroamérica, donde la palabra “playo” significa “puto” (Nº3, p. 109). De la cita se infiere que *Orsai* se propone como una plataforma de exposición a gran escala de artistas no conocidos.

declarado carácter juvenil de la empresa y una voluntad de ganar legitimidad. La cara visible de la revista, Casciari, determina que se publique allí solo lo que le gusta y, sobre todo, lo que le parece valioso. Por eso quienes colaboran con *Orsai* serán sus amigos o gente que admira y quienes leen la revista tendrán los mismos gustos e intereses o al menos eso es lo que intenta demostrar en cada una de sus intervenciones resaltando que, a diferencia de lo que ocurre con otras publicaciones, sus contenidos, así como la existencia del proyecto no están condicionados por el mercado.

Casciari comenta que muchas de las “perlititas” de *Orsai*, o sea, las entrevistas a figuras que suelen ser reticentes y se niegan a hacer declaraciones en medios públicos, se consiguieron por la mediación de lectores. Se estableció una especie de red de contactos que les permitió también conseguir permisos de traducción de cuentos y relatos de autores poco leídos en español. De esta manera, el lector asume un rol activo, toma parte en la configuración de los objetos culturales a los que accede y así se logra concretar en alguna medida la tarea de creación (Casacuberta, 2003). Por lo tanto, deviene sugestiva la receptividad de la participación de los lectores en este proyecto editorial porque gratuitamente operan como intermediarios.

El modo en que lo hacen puede variar, por ejemplo, en el N°2 Casciari y Chiri comentan acerca de la carta de un lector histórico que se llama Mauricio. A ese profesor ecuatoriano que vive en Alemania le gustó el N°1 de *Orsai*, pero tuvo reparos con algunas características de la revista como la portada (a la que valora como una antipublicidad), la ausencia de sumario y, lo que considera un inmenso defecto, la ausencia de índice. De esta observación y porque en los siguientes años se tendrán en cuenta algunas sugerencias y se las implementarán (como la incorporación de un índice o sumario desde el segundo año o la

inclusión de un glosario en el tercer año) se podría inferir que se consideran en algún grado la opinión de los lectores, cuya identidad está bien definida porque hay con ellos una relación que viene de años. Resulta sugestiva esta evidente adhesión a algunas sugerencias de los lectores que reproduce en alguna medida la lógica de mercado mediático-masiva porque, en rigor de verdad, *Orsai* no está en contra del mercado, en todo caso, se para frente a las corporaciones con una propuesta más modesta, autogestionada, que pretende sostenerse y crecer sin traicionar una serie de principios que ya comentamos.

Cabe destacar que el lector de *Orsai* tiene contacto directo con el director de la revista. Si bien en este caso que mencionamos no tuvimos acceso a la carta de Mauricio, cuando en el segundo año se agregue la sección “Cartas al director”⁷⁰ (también por sugerencia de sus lectores), observaremos que en algunas de estas cartas se trató la cuestión de la variedad

⁷⁰ La sección se llamó primero “Cartas al director”, pero luego fue rebautizada “Correo de lectores” porque como Casciari no quería responderlas a todas decidió desplazar el acento del director al lector. Es pertinente comentar que en el sumario esta sección tiene la siguiente descripción: “Sugerencias, consultas, dudas, improperios y cartas documento de los lectores de Orsai, que el Director a veces responde y a veces no. Una sección de *feedback* y pataleo”. Eduardo Romano (2012) analiza el crecimiento y la diversificación de las publicaciones periódicas argentinas hacia mediados del siglo XIX. Uno de los aspectos de dos de las publicaciones que aborda, *La ilustración argentina* y *Caras y caretas*, que resulta iluminador para leer *Orsai* es la sección “Correo de lectores”, espacio donde se respondía a colaboraciones espontáneas de los lectores con un despliegue de humor provocativo. Su inclusión fue cada vez mayor en periódicos y revistas, lo cual revela para Romano una diferencia menos fundamental entre los autores y el público ya que eran los lectores quienes se servían de esas zonas para dar cuenta de su ingenio. Por su parte, María Eugenia Mudrovcic (2010) indaga la revista *Primera plana*, publicación que se halla en el cruce de modernización, periodismo y mercado. Mudrovcic encuentra en ella un culto a la antisolemnidad y una voluntad de definir al lector por lo que consume, así como también la aplicación de técnicas de marketing. *Primera plana* deviene de ese modo en un producto del mercado definido en relación y no en tensión con la industria cultural. Según la autora: “*Primera plana* liberó con este registro tan dado a los cálculos -una forma de autopromoción que calca del mundo publicitario- el vínculo hasta entonces reprimido ente cultura y economía. Al considerar este tipo de variables extraestéticas (sobre todo, las relaciones comerciales, institucionales e ideológicas que ligan a artistas, difusores y público) *Primera plana* incursionó en la producción cultural arrojando luz sobre aspectos económicos que habían sido ocultados o mistificados por las interpretaciones idealistas de la prensa liberal” (p. 37). Hernán López Winne (2010), en su estudio de la revista *Barcelona*, luego de definir desde diversas teorías las nociones de humor, parodia, ironía y sátira, se detiene en el abordaje de la sección “Correo” para revisar las manifestaciones de indignación de los lectores por algunas de las portadas. El punto en común de estas cartas es la incomprensión del humor y de la crítica política que se vierte en la publicación. Este trabajo y el de Romano (2012) ponen el acento en la sección de cartas al lector, espacios que, aunque aparecieron en pocos números, en la revista *Orsai* funcionan tanto para analizar el papel de los lectores en el proyecto, como para caracterizar su vínculo con el director.

lingüística que se utiliza en la revista. Un lector le reclama a Casciari que los artículos están llenos de referencias propias de la cultura de Argentina y que como consecuencia no serán comprendidas por los lectores españoles, mexicanos o de cualquier otro país⁷¹. Casciari plantea que no cree que eso sea un problema ya que, en tal caso, el lector puede acceder a Internet y reponer de manera rápida la referencia, además arguye que el número 5 tiene al menos cuatro artículos escritos por colaboradores de España y que, por ende, es una publicación transnacional. Sin embargo, las seis revistas que componen el tercer año incluyen un glosario al final de cada artículo (Fig. 2), por lo tanto, lo que fue una sugerencia de un lector en principio descartada por el director intervino a posteriori la forma de la publicación. Para explicar esa modificación en la revista, en la última página del número 11 podemos leer:

¿Por qué glosarios? Como habrán notado, incorporamos un glosario de términos y personas al final de cada trabajo, con la intención de mejorar la calidad de lectura en las diferentes zonas de habla hispana (en el caso de regionalismos) y de reforzar la comprensión en los lectores más jóvenes (en el caso de los datos biográficos). ... Querido lector, si eres culto y de edad madura, te está permitido pasar de largo por esa zona, pero en ningún caso entiendas que estamos menospreciando tu cultura general. (N°11, p. 154).⁷²

⁷¹ Un lector llamado Francesc Bon, le reclama en su carta titulada “Argentinitat al pal: “me ha entrado un cierto miedo de si la revista no se está convirtiendo en algo terriblemente argentino, de y para argentinos, y si los foráneos (ejem, de Barcelona, tú ya sabes) no acabaremos sintiéndonos desplazados y sin pillar no ya dobles sentidos, si no primeros sentidos” (N°5, p. 124).

⁷² En el editorial del primer número de la segunda etapa, Casciari advierte que han decidido quitar los glosarios, los sumarios y cualquier elemento que pudiera servirle al lector para orientarse en la lectura de la revista. Busca de ese modo transformar a *Orsai* en una revista más simple. Por ese motivo también, según el director, ahora el 89% de los participantes de ese primer número son argentinos porque “Ya maduramos y decidimos que somos de acá” (N°17, p. 210).

GLOSARIO DE TÉRMINOS Y PERSONAS

Anáhuac, la: Forma coloquial de la Universidad Anáhuac México Norte.

A poco sí: Equivale a «A que...».

Aventar: Arrojar algo violentamente.

Brigadeos: Campañas de concientización.

Calderón, Felipe: (1962) Abogado y político mexicano, presidente de México hasta diciembre de 2012.

Coldwell, Pedro Joaquín: (1950) Político y abogado, miembro del PRI, actualmente es Senador de la República por el estado de Quintana Roo.

Confeti: Papel picado.

Del Valle Medina, Ignacio: (1953) Líder de la rebelión civil de San Salvador Atenco.

Fox, Vicente: (1942) Político y miembro del Partido Acción Nacional (PAN). Desde 2000 a 2006 fue presidente de México.

Gordillo, Elba Esther: (1945) Elegida máxima dirigente del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) en México.

Ibero, la: forma coloquial de la Universidad Iberoamericana de Ciudad de México.

ITAM: Siglas del Instituto Tecnológico Autónomo de México.

Itamitas: Estudiantes del ITAM (Instituto Tecnológico de México).

Job, Vanessa: (1977) Periodista mexicana, colaboradora de la revista *Emeequis*. Fue corresponsal del periódico *Reforma* y del periódico *ABC* de España.

Kapusiński, Ryszard: (1932-2007) Escritor, periodista e historiador nacido en Bielorrusia. Maestro de la Fundación del Nuevo Periodismo Iberoamericano, creada por Gabriel García Márquez.

Las trae muertas: Que seduce a las mujeres.

López Obrador, Andrés Manuel: (1953) Político y politólogo candidato a presidente por el Movimiento Progresista en las elecciones de México 2012.

Mentar la madre: Insultar, ofender.

Misandria: Odio a los varones, considerados como injustos y opresivos hacia las mujeres.

Monreal, Ricardo: (1960) Coordinador parlamentario del Movimiento Ciudadano de la Cámara de Diputados de México.

Montiel, Arturo: (1943) Político militante del PRI, gobernador del Estado de México desde 1999 hasta 2005.

Notimex: Agencia de noticias estatal de México.

Nueva Alianza: Partido político que participó por primera vez en las elecciones mexicanas de 2006.

Ocampo, Rodrigo: (1990) Estudiante del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) e integrante del movimiento #GeneraciónMX.

Osorno, Guillermo: (1963) Escritor, periodista y editor. Actualmente es director editorial de la revista *Gatopardo*.

A VECES SOY BIPOLAR. A VECES NO.

Fig. 2. Glosario del N°11. Aunque en el primer año se negó a colocarlos, en el segundo año Casciari accedió a agregarlos. En el tercer y último año ya no figuraron.

En síntesis, la comunidad de amigos de *Orsai* es un devenir que se caracteriza por no ser comunes. El papel de los lectores es sostener la revista y entregarse a un proyecto que les entrega una combinación de juego y humor con confianza, con el compromiso de que sus opiniones serán tenidas en cuenta y con la ilusión de que podrían participar desde una posición nuclear y, por eso mismo, se sienten parte como creadores de la revista. Esta colección de revistas deviene una comunidad cultural que se construye con una serie de estrategias de fidelización. La revista y quienes componen el equipo de responsables apelan a un tono coloquial y una actitud humorística provocativa no solo para dirigirse, sino

fundamentalmente para acercarse al lector. Sin embargo, quizás donde mejor se evidencia el uso del humor y de la afectividad para fortalecer el compromiso con el proyecto es en los relatos autorreferenciales de Casciari que indagaremos en el siguiente capítulo.

En 2013, Casciari y Basilis decidieron poner en suspenso por unos años la revista. Acerca del final de la primera época de *Orsai*, Casciari comenta a sus lectores en el blog primero y en la revista después que la publicación se termina no tanto porque comenzó a dar pérdidas económicas, sino más que nada porque ya no sienten con Chiri el entusiasmo inicial. Se ha perdido la motivación y la abulia ganó la partida. No obstante lo señalado, resulta interesante un anuncio que hizo Casciari en una entrevista⁷³ en la que explica por qué se terminó *Orsai* y comenta que:

Nos aburrimos de hacerla por Skype. Volvemos con todas esas plumas y por todas esas plumas. Va a ser una revista de entre 500 y 600 páginas. Hasta ahora, vamos a hacer una sola, para ver cómo respira el público y cómo funciona la preventa. De ahí veremos cómo generar cierta rentabilidad que no dependa de mis ahorros. Antes tirábamos la casa por la ventana. Ahora vamos a ver. Igual creo que va a estar todo bien. Aprendimos muchísimo. De logística especialmente, de impresión, de soporte y de curación. Ya cometimos todos los errores que podíamos cometer, por eso creo que podemos hacer una segunda etapa con muchísima más claridad conceptual.

En la segunda época, se realizaron una serie de modificaciones, que según Casciari, volvieron menos complicada la realización y la distribución de la revista. Como ya

⁷³ Entrevista realizada por Agustín Marangoni, “La segunda vida de Hernán Casciari”, publicada el 18 de septiembre de 2016. Disponible en <http://www.revistaajo.com.ar/notas/5846-la-segunda-vida-de-hernan-casciari.html>. [Última revisión 16 de diciembre de 2022].

comentamos, a la versión impresa se ha sumado en 2019 una versión digital que no consiste solo en la posibilidad de leerla en formato PDF, sino que incorpora otros contenidos exclusivos y la opción de descargar audios de la lectura de los editoriales, crónicas, cuentos, etc. Es preciso señalar, además, que algunos de los contenidos de *Orsai* (nos referimos a los relatos de Casciari) se encuentran también en plataformas como YouTube (las grabaciones de sus participaciones en el programa de radio de Andy Kusnetzoff en Metro 95.1), Spotify y en el espacio que tuvo en el programa *Staff de Noticias* de la cadena de televisión Telefé durante los años 2019 y 2020. Todos estos variados espacios en los que se encuentran los relatos nos llevan a preguntarnos, en el próximo capítulo, por el carácter inespecífico de dichos contenidos.

Referencias bibliográficas

- Agamben, Giorgio. (1996). *La comunidad que viene*. Valencia: Pre-Textos.
- (2013). *Profanaciones*. CABA: Adriana Hidalgo Editora.
- "La amistad". *Revista En el margen*. 9 de enero de 2018. Disponible en: <https://enelmargen.com/2018/01/09/la-amistad-por-giorgio-agamben-traduccion-de-flavia-costa/>.
- (2001). *Infancia e historia. Destrucción de la experiencia y origen de la historia*. CABA: Adriana Hidalgo Editora.
- Álvaro, Daniel. "Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies". En *Papeles del CEIC*. Volumen 2010/1, #52, marzo 2010.
- Bauman, Zygmunt. (2011). *Vida de consumo*. CABA: FCE.
- Benjamin, Walter. (2017). *Materiales para un autorretrato*. CABA: FCE.
- Berger, Peter. (1999). *Risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona: Kairós.
- Blanchot, Maurice. (2002). *La comunidad inconfesable*. Madrid: Editorial Nacional.
- Bourdieu, Pierre. (2012). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. CABA: Siglo XXI Editores.
- "Los bienes simbólicos, la producción del valor". En *Punto de vista*, nº 8, marzo-junio 1980.

----- (1995). *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama.

Casacuberta, David. (2003). *Creación colectiva. En Internet el creador es el público*.
Barcelona: Gedisa.

Cosse, Issabella. (2014). *Mafalda. Historia social y política*. CABA: FCE.

Dufourmantelle, Anne. (2015). *Elogio del riesgo*. CDMX: Paradiso Editores.

Esposito, Roberto. (2009). *Comunidad, inmunidad y biopolítica*. Madrid: Herder.

Freud, Sigmund. (1991). “El chiste y su relación con lo inconsciente (1905)”. En *Obras completas*. Volumen VIII. CABA: Amorrortu Editores.

Freud, Sigmund. (1992). “El humor (1927)”. En *Obras completas*. Volumen XXI. CABA:
Amorrortu Editores.

García Canclini, Néstor. (2010). *La sociedad sin relato*. CABA: Katz Editores.

Groys, Boris. (2016). *Arte en flujo: ensayos sobre la evanescencia del presente*. CABA:
Caja Negra.

Illouz, Eva. (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. CABA: Katz
Editores.

Laera, Alejandra. (2014). *Ficciones del dinero*. CABA: Fondo de Cultura Económica.

Laera, Alejandra. “Entre el valor y los valores (de la literatura)”. En *Boletín del Centro de
Teoría y Crítica/15*, noviembre de 2010, Universidad Nacional de Rosario, pp. 26-
38.

- Lamas, Marta. "La transgresión de Bourdieu". En Revista *Fractal*, julio-septiembre de 2002, año VII, vol. VII, pp. 91-100.
- López Winne, Hernán. (2010). *Lo cómico, la risa, la crítica: la parodia como ejercicio crítico en la revista Barcelona*. CABA: Ediciones Godot Argentina.
- Molina, Cristian. "Rescribir Bourdieu. Problemas en la globalización latinoamericana". En *Actas de IV CELEHIS*, 2011. Mar del Plata.
- Mudrovic, Ma. Eugenia. (2010). En *Nombres en litigio. Las guerras culturales en América Latina: del happening desarrollista a la posguerra fría*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.
- Nancy, Jean Luc. (2000). *La comunidad inoperante*. Santiago de Chile: Escuela de Filosofía Universidad ARCIS.
- Romano, Eduardo. (2012). *Intelectuales, escritores e industria cultural*. CABA: La Crujía.
- Sassateli, Roberta. (2012). *Consumo, cultura y sociedad*. CABA: Amorrortu Editores.
- Schlüter, Carsten y Clausen, Lars. (eds.). (1990). *Renaissance der Gemeinschaft? Stabile Theorie und neue Theoreme*. Berlín: Duncker & Humblot.
- Schücking, Levin. (1960). *El gusto literario*. CDMX: Fondo de Cultura Económica.
- Simmel, Geog. (2013). *Filosofía del dinero*. Madrid: Editorial Capitán Swing.
- Tarcus, Horacio. "Catálogo de revistas culturales argentinas (1890-2006)". En *Políticas de la Memoria* 6/7, verano 2006/2007.

Capítulo 3. Los alcances de lo literario en *Orsai*

I. El director-personaje como figura clave de la publicación

El portavoz de la “comunidad anticorporaciones”, sobre quien se asienta la responsabilidad de operar como un nexo entre los lectores y los colaboradores de la publicación, quien despliega los mecanismos para establecer un compromiso y transforma a la revista y al proyecto que la contiene en un objeto de deseo es el director. Figura notable que aparece dibujada en algunas de las portadas, apelada en las cartas al director (sección que aparecerá solo en algunos números y que luego se llamará “Cartas de los lectores”) y como un personaje, Jorge, en la sección “Sobremesas”. Al indagar su presencia en la revista observamos que ocupa diferentes zonas, pero pondremos el acento en el abordaje de algunos relatos autorreferenciales de los que es autor y atenderemos a la manera en que se inscriben sus intervenciones para explorar las figuraciones que promueve como un elemento central del proyecto Orsai.

Lo primero que advertimos al encontrarnos con este director-personaje es la cercanía y confianza que mantiene con su público. Sus lectores se dirigen a él con cariño y familiaridad lo cual da cuenta del estrecho vínculo construido en años de contacto virtual porque, si bien *Orsai* se comenzó a editar en 2011, Casciari ya era conocido como el autor de *Weblog de una mujer gorda*, una blogonovela de 200 capítulos que se publicó en Internet desde septiembre de 2003 hasta julio de 2004. En 2005, ganó el premio *Best of Blogs* y cuatro años más tarde la historia fue adaptada al teatro por el actor y director

argentino Antonio Gasalla con el título *Más respeto que soy tu madre*.⁷⁴ Esa blogonovela tiene un carácter fundacional, ya que consolida muchos rasgos del género y establece otros dentro de los que se destaca una nueva concepción de personaje protagonista y narrador: el avatar (Escandell Montiel, 2014).⁷⁵

El género blogonovela se caracteriza por instaurar unas líneas narrativas propias que la sitúan a medio camino entre el diario personal, la novela epistolar y el folletín (Escandell Montiel, 2014; Cleger, 2009; Carricaburo, 2009). En su lectura sobre *La mafia rusa* (2007) de Daniel Link, Cristian Molina (2016) indaga el uso del blog como dispositivo de circulación que pone en juego una heterocronía temporal contemporánea melancólica que desestabiliza los valores económicos y simbólicos del mercado en el que circula la escritura letrada. Link (2009, citado en Molina, 2016) observa que los mecanismos de publicación en línea permiten recuperar géneros propios del siglo XIX como el folletín, por ejemplo, que no se podrían desarrollar en otro soporte y comenta cómo intentó en *La ansiedad* construir un melodrama epistolar a través de chats y de e-mails. De modo que el blog es un espacio que hace sobrevivir algunos gestos de publicación de la práctica escrita y genera un anacronismo cuando recupera la posibilidad de escribir por entregas al tiempo que actúa como una plataforma que garantiza una circulación más amplia. En otras palabras: “Lo que se altera es el valor económico de la escritura que se deflaciona en el formato web, mediante una mayor circulación y, por ende, una capacidad simbólico-cultural menos dependiente de su valor económico” (p. 80).

⁷⁴ El blog, escrito por Hernán Casciari e ilustrado por Bernardo Erlich, ha sido editado en castellano por Plaza & Janés de España en el año 2005, y por la Editorial Sudamericana de Argentina en 2006. La novela ha sido traducida a varios idiomas. En noviembre de 2005 *Weblog de una mujer gorda* fue elegido por la Deutsche Welle International, Alemania, como el mejor weblog del mundo.

⁷⁵ La protagonista-avatar del weblog es Mirta Bertotti, una mujer de 50 años que vive en Mercedes, en la provincia de Buenos Aires, lugar en donde nació y se crió Casciari. El autor ha comentado en algunas entrevistas que el personaje está inspirado en Chichita, su madre.

Algunos autores encuentran en los usos confesionales de Internet una manifestación renovada de los viejos géneros autobiográficos (Sibilia, 2013). Por lo tanto, podemos afirmar que la blogonovela se nutre de una tradición literaria canónica, y debemos agregar que también de una nueva necesidad compulsiva de autoexposición pública de la privacidad, o lo que es lo mismo, la extimidad⁷⁶. Noción lacaniana definida por Escandell Montiel (2014) como el hacer pública la propia intimidad a través de un medio de comunicación de masas. La revista, junto con el blog, funciona como canal de exhibición por el que se resuelve cierta pulsión narcisista que reaparece en el carácter autorreferencial de los relatos de Casciari. Si bien en este caso no hablamos de una blogonovela, sino de escritos que componen una autofiguración que da cuenta de los intereses de una revista cultural, la modalidad de escritura del blog se replica de acuerdo con lo que se comenta en algunos editoriales y “Sobremesas”. Por ejemplo, en uno de los sumarios encontramos la siguiente descripción: “El director de la revista se sienta, siempre a último momento, y redacta uno de esos cuentitos salames que antes ponía en el blog. El de este número se llama Algo para recordar” (Nº8, p. 5) y en otro: “El señor director escribe en la revista como si lo hiciera en su blog: dos páginas y buenas noches. Esta vez cuenta un extraño suceso nocturno llamado Timbre a las tres” (Nº9, p. 4). Por lo tanto, es explícita y deliberada esa relación entre la revista y el blog.

En los dieciséis números de Orsai se incluyen una decena de relatos de Casciari: “El intermediario” (Nº1), “Finlandia” (Nº2), “Basdala” (Nº3), “La madre de todas las desgracias” (Nº3), “Canelones” (Nº4), “El tiempo del hombre perro” (Nº6), “Los

⁷⁶ Este concepto es creado por Lacan y retomado por Jacques-Allain Miller en *Extimidad* (2010). Lacan construye una formulación paradójica en la que lo éxtimo es lo que está más próximo, lo más interior, sin dejar de ser exterior. No hay oposición entre estas dos posiciones ya que la extimidad puede concebirse como una fractura constitutiva de la intimidad.

empleados” (Nº7), “Algo para recordar” (Nº8), “Timbre a las tres” (Nº9) y “Gaussian blur” (Nº15). Conviene comentar que algunos de estos textos se caracterizan por hablar de su experiencia como escritor, como lector y como director de esta revista, por lo que podríamos pensar estas autoficciones en tanto relatos de mercado, es decir, como textualidades literarias que tematizan el mercado simbólico a partir de “la presencia de agentes o de productos que hacen evidente la dualidad simbólico-económica constitutiva de dicho espacio de interacción sociocultural” (Molina, 2013, p.6) ⁷⁷. Tanto en “Los empleados” como “Timbre a las tres” se anudan anécdotas sobre cómo nació el proyecto de la revista y de qué manera se ha incorporado algún lector como colaborador. El primero de esos textos, al que hicimos una breve referencia en el capítulo anterior, apareció en la *Orsai* Nº7, es decir, casi en la mitad del camino de lo que sería la primera etapa. Sin ánimos de ahondar en lo que cuenta el relato, sí es pertinente señalar que se remarca que la larga amistad entre Casciari y Chiri está determinada por un proyecto editorial conjunto (la revista *Las Cloacas, aromas del Cairo*) que se inició cerca de su adolescencia en el que decidieron dedicarse a hacer revistas, a escribirlas y dibujarlas. El segundo, en el que nos hemos detenido en el capítulo anterior también, fue publicado en el Nº9 y cuenta de qué manera Juan Sklar se transformó en colaborador de la revista. Se podrían citar muchos más ejemplos, pero podemos detenernos en uno que nos pone ante la manera en la que se

⁷⁷ Un relato de mercado es un objeto cultural que tematiza el mercado de los bienes simbólicos. Tal como explica Cristian Molina (2013), no se trata de un género, en el sentido de tipo textual que pertenece a una familia o a una clase particular de enunciados con una forma y con una estructura determinada, sino que son objetos que habilitan una operación de lectura crítica a partir de huellas que aparecen en algunas producciones culturales y que se reordenan para dar cuenta de la relación entre el arte (o la literatura para ser más precisos en este caso) y el mercado en un momento determinado. También Alejandra Laera (2014) realiza un aporte valioso con su definición de “ficciones del dinero”. Laera indaga la operatividad del dinero como matriz explicativa del relato en dos conjuntos de novelas argentinas publicadas a finales del siglo XIX y XX: *Quilito* (1891) de Carlos María Ocantos, *La Bolsa* (1891) de Julián Martel, *El aire* (1992) de Sergio Chejfec, *Wasabi* (1994) de Alan Pauls, *Plata Quemada* (1997) de Ricardo Piglia, *Varamo* (publicada en 2002, pero con fecha de 1999) de César Aira y *La experiencia sensible* (2001) de Rodolfo Fogwill.

comprende la escritura literaria en la era digital. En “Basdala” se narra cómo nace el blog de *Orsai* y por qué Casciari le pone la firma. Explica cuánto valora tener una audiencia virtual para su narración en directo, cómo la posibilidad de respuesta inmediata de sus lectores los convierte frecuentemente en correctores y que vive la creación literaria virtual como un hobby o un deporte y no como un trabajo. En las primeras líneas del relato sostiene que:

En algún momento de este siglo descubrí que ya no quería escribir más como antes. Quiero decir: nunca más a solas, con la Olivetti en la cocina, viendo crecer las páginas sin mostrarle a nadie cada capítulo o cada cuento, sin la invasión permanente de los lectores, sin la adrenalina del borrador a la vista. Supe que ya no podría sentarme, durante meses, a construir una trama sin que otras miradas me devolvieran, de inmediato, sus comentarios veloces, sus correos instantáneos, sus críticas, e incluso, con suerte, nuevas tramas mejores que las mías. (...) En realidad, no sé si la práctica de la literatura en directo es buena o mala, si es mejor o peor que otros sistemas. En todo caso siempre habrá veintisiete letras y un teclado, nada más que eso. Pero estoy seguro de que a mí me resulta más divertida la inmediatez que la espera (N°3, p. 48).

De este extenso fragmento se infiere la proximidad en la relación entre el autor y el lector que favorece el diálogo abierto y constituye una especie de foro de debate libre y variopinto que genera un sentimiento de reunión pública virtual y posibilita la ilusión de un nivel igualitario. Casciari postula que la cultura 2.0 promueve una relación entre sus miembros horizontal, por lo que el usuario actúa como un nuevo agente cultural o literario que en ocasiones deviene crítico y participa de la publicación, pero quien en realidad define y tiene la decisión final siempre es Casciari. Boris Groys (2015) problematiza la aparente

horizontalidad de internet y señala que los algoritmos nos confinan en círculos y comunidades estrechas en los que se pierde la pluralidad. Si pensamos la vida humana como un diálogo prolongado con el mundo, para Groys (2015) hoy dicho diálogo se mantiene a través de internet y está definido por un conjunto de reglas específicas que establece Google y que nos ubica frente a una lucha por el acceso universal a un genuino libre flujo de información porque la realización técnico-política que representa la compañía estadounidense implica ante todo una traición al “sueño utópico de la liberación de las palabras” (p. 201). De modo que la utopía de horizontalidad y de libre circulación de Casciari, en la realidad virtual, se choca con estos aspectos de segmentación y restricción propios del espacio, en los cuales no parece reparar el editor en su programática.

Por otra parte, Casciari establece una comparación entre las dinámicas del blog y del folletín que se caracterizan por la conformación de una comunidad que llegaba de todas partes del mundo. Antes de “Basdala” hay un breve texto que se titula “Ferrari” donde Chiri dice que internet le proporcionó una herramienta nueva a la literatura: la velocidad. Un siglo atrás, los folletines por entregas llegaban por barco, por ese motivo los lectores se acercaban al puerto para saber cómo continuaba la trama. Esa fascinación por la lectura, que impacientaba y angustiaba a los lectores, se ha convertido en el gesto de pulsar con insistencia la tecla F5. De este modo, Chiri establece una relación entre el folletín y estas nuevas maneras de creación, circulación y consumo cultural que se asienta en la expectativa, en la impaciente espera de un contenido que se sabe que llegará. Pero, a diferencia de lo que sucedió en la primera etapa, en la que las revistas llegaban con una periodicidad establecida y avisada de antemano a los lectores, la nueva *Orsai* no tiene

fechas de salida ordenadas con anterioridad, sino que se anuncia su preventa en las numerosas redes sociales del director y de la publicación⁷⁸.

Crear la ilusión de cercanía entre el director y sus lectores es posible con el uso de las tecnologías de la proximidad, entre las que se encuentran Internet, la radio y la televisión. En cuanto a este concepto, Mariela Herrero (2016) se sirve de la noción formulada por John Thompson a fines de los años 90. Thompson la entendía como un recurso de una estrategia política que permitía, al construir un perfil más humano y creíble de los candidatos, obtener un vínculo más directo con los electores. Funcionaba como una publicidad desespacializada que permitía una forma íntima de presentación liberada de las constricciones de la co-presencia. Por su parte, Herrero (2016) sostiene que esta categoría de análisis da cuenta de las desviaciones entre géneros, soportes y disciplinas, así como de los desplazamientos que realizan los artistas en el proceso de producción. Concluye que lo que llama “experiencias errantes” se caracterizan por el exceso de vida, por la proximidad entre el arte y la vida, por la pulsión por lo real, por las nuevas temporalidades y por la refuncionalización de objetos desechados. También Reinaldo Laddaga (2010) retoma la noción de Thompson para abordar ejercicios de autoría compleja en los que la obra actúa como una ventana que se

⁷⁸ Esto, que vuelve una sorpresa la aparición de cada nueva revista, lo cual la distancia de la dinámica del primer periodo se suma a otro aspecto importante que merece atención: los contenidos ahora se exponen antes de que el lector reciba su ejemplar o disponga de él en la web. Los lectores de *Orsai* no tenían que esperar la llegada de la revista en soporte papel, ya que era posible leerla íntegra e incluso descargarla en formato PDF el día que salía de la imprenta. Como consecuencia, su director tuvo que poner en acción una serie de operaciones para lograr que se comprara la versión en papel de la publicación a pesar de su costo elevado, de que la distribución era compleja y de que obligaba, en esa primera etapa, al lector a pagar por anticipado un año de revistas. El número 7 de la nueva etapa, que corresponde al número 23 de la totalidad de las revistas, salió el 31 de julio. En la página web de la publicación se anunciaba que los autores invitados serían los siguientes: “Pino Aprile: «Elogio del imbécil», ilustra Sofía Rosset. Ana García Blaya: «Cordobanganga», ilustra Poly Bernatene. Pedro Mairal: «El que nada», ilustra Margarita Cubino. Juan Sklar: «Kekele», ilustra Ignacio Noé. Malena Pichot: «Ocho cuentos precoces», ilustra Coni Curi. Matías Fdez. Burzaco: «Un paciente sin intimidad», ilustra Esteban Badano. Gabriela Wiener: «El amor es la desinfección», ilustra Carlos Bongiovanni. Santiago Llach: «La mitad de una persona», ilustra Gustavo Aimar. Mariana Enríquez: «Bajo el agua negra», ilustra Lucas Nine. Caro Martínez: «Here», ilustra Matías Tolsà. Milton Glazer: «Máximas de diseño», ilustra Decur. Hernán Casciari y Christian Basilis: «Sobremesas», ilustra Ermengol.” Disponible en: https://tienda.hernancasciari.com/preventa/orsai_num_7. [Última revisión 16 de diciembre de 2022].

caracteriza por el uso de materiales y plataformas no habituales signados por la intimidad y la autoexposición. Observa una propensión por parte de escritores que opinan que una literatura verdaderamente ambiciosa se construye con materiales pobres a publicar memorias, autobiografías y opiniones. Estos autores, criaturas textuales híbridas, escriben un subgénero en el que aparece el escritor casi enmascarado, entre sus personajes, en mundos sin forma en los que improvisan. Laddaga (2010) se pregunta: “¿Es extraño que un escritor piense que un informe completo de la vida de un escritor puede ser una obra más literaria e iluminadora que los libros de ese mismo escritor, precisamente en el momento en que la centralidad de la literatura como arte se pone en duda? No debiera serlo: cuando las creencias que sostienen la actividad en una zona de producción cultural pierden su capacidad de suscitar convicción, cuando su relación con la móvil red de otras prácticas se vuelve opaca e incierta, cuando su objeto se vuelve menos evidente que de costumbre, dimensiones que estaban ocultas pasan a la luz y se ofrecen a ser tematizadas” (p. 46). En entrevistas, Casciari ha expresado que prefiere escribir acerca de lo que conoce, por eso, una operación recurrente es partir de un núcleo anecdótico personal menor y expandirlo con procedimientos de ficcionalización.

Alan Pauls⁷⁹ (2008) considera que las escrituras del presente apuntan a sacar a la literatura de una posición de ensimismamiento al tiempo que critican de la idea de obra su pretendida solidez, monumentalidad y autarquía para oponerle la potencia de lo efímero. Pueden entenderse como prácticas que se sirven de textos, acciones, narraciones, juegos, distintos géneros literarios y montajes que operan sobre la vida cotidiana, que intentan suplantar el

⁷⁹ En una conferencia leída en 2008, Alan Pauls aborda las figuras de Mario Bellatín, César Aira y Héctor Libertella a partir de la relación entre literatura y vida en estos autores. Advierte la oposición entre obra y práctica (entendida como modo de hacer), así como la fuerte atracción por las artes plásticas que comparten.

programa estético del sistema de la especificidad. En un movimiento quizás más cauteloso, Alberto Giordano (2019) se propone evaluar los alcances y límites de algunos usos del concepto de “literatura expandida” y de una supuesta novedad autonómica⁸⁰. Señala que los escritores-performers identificados por Pauls, pero también por otros críticos posautonomistas como Laddaga, Garramuño⁸¹ y Ludmer en realidad responderían a los requerimientos o expectativas de la industria editorial y de la sociedad del espectáculo. Cuestiona a la doxa crítica del presente de actuar como publicista de la actualidad con la invención de conceptos que exaltan la novedad radical de ciertos experimentos verbales para afirmar el fin de un régimen estético. Desde una posición escéptica, Giordano postula que: “La literatura ha sido desde sus comienzos autónoma y heterónoma al mismo tiempo” (p. 2). El crítico rosarino se apoya en Rancière⁸² cuando afirma que el régimen estético se

⁸⁰ Podemos rastrear la noción de lo expandido en el artículo que Rosalind Krauss publica en 1979 en la revista *Octubre*. Allí ella aborda ejemplos que provienen de las artes plásticas e indaga la creación de híbridos inespecíficos en la escultura. A partir de “La escultura en el campo expandido”, se consideró necesario crear gramáticas críticas novedosas para leer las escrituras contemporáneas.

⁸¹ Garramuño (2009) observa el desarrollo desde las décadas del 70 y 80 tanto en Brasil como en Argentina de una literatura que trabaja con restos, con el yo, con lo autobiográfico y con la experiencia personal, en suma, con una indistinción entre literatura y vida que desaturiza lo literario y sus funciones sublimatorias. Toma una noción formulada por Hélio Oiticica, una “egoexistencia” de lo real (“El neologismo de Hélio Oiticica resulta atractivo porque no solo señala esa relación entre el texto y su exterior, sino porque además concibe el texto como biblioteca, como archivo de un exterior que no permanecería salvo ni íntegro en la obra, sino apenas en guiñapos, en tanto restos de lo real”, p. 24) para referirse a un conjunto de prácticas artísticas “que establecieron una serie de relaciones problemáticas entre la noción de obra y su afuera o exterioridad” (p. 18). Dichas obras proponen una concepción de escritura como puro devenir, en ellas la escritura aparece más cercana a una idea de organismo vivo e irracional que a la de una construcción acabada. La escritura, que empuja los límites entre los géneros, produce textos de una hibridez que se manifiesta tanto en la mezcla de distintas modalidades discursivas como en un “cuerpo expandido en el cual la distinción entre literatura y vida, personajes y sujetos, narradores y yo es parece resultar irrelevante” (p. 26). En un trabajo posterior, Garramuño (2015) señala que los modos de organización de lo sensible en la producción estética contemporánea ponen en crisis ideas de pertenencia, de especificidad y de autonomía. Advierte la numerosa existencia de exploraciones literarias que establecen puntos de conexión y fuga entre ficción y fotografías, imágenes, memorias, autobiografías, blogs, chats y correos electrónicos, así como con el ensayo y lo documental. La escritura reaparece en formatos y soportes como el cine, muchas veces junto a otros lenguajes del arte, demostrando una extendida porosidad de las fronteras entre los diferentes campos de la estética. Asimismo, algunas de estas prácticas ponen en circulación afectos y sentimientos, tendiendo lazos y puentes entre comunidades transregionales y nómadas que permiten elaborar una definición novedosa y en tránsito de lo latinoamericano.

⁸² En *El destino de las imágenes* (2011), Rancière distingue tres regímenes del arte: el ético, el representativo y el estético. Este último se ubica entre el Romanticismo y las vanguardias y se distingue por un nuevo modo

caracterizaría por su composición heterogénea, por su lógica inclusiva en cuanto a los contenidos y los desequilibrios inherentes a la indeterminación formal.

Es en el marco de estas problemáticas de las literaturas del presente que Casciari ha usado el blog de la revista para construir una imagen de editor-escritor-amigo que se muestra como un “gordo” bonachón con el que se comparte el gusto por la literatura. Así es como construye la figura de un hombre patético que asume una posición autoparódica para armonizar con el lector por la desestructuración de su propia imagen. Se presenta como una caricatura⁸³ de sí mismo, como las que ilustran los sumarios de la última temporada de la revista (Fig. 3). Esta proyección avatárica se asemeja a una máscara que nos devuelve al culto al ego, pero es explicada por su autor como una salida para el ejercicio de escritura literaria. En la primera carta que aparece en la revista, titulada “Incontables apodos”, advertimos algunas de las operaciones que mencionamos antes. Una lectora que se identifica con el nombre Karina Ocampo le comunica cuánto le molesta que use distintos nombres (Hernán, Casciari, Jorge, Cayota, Cepillo y los derivados de su característica física más sobresaliente: gordo fumeta, lechón, gordito marketinero) porque le genera desconcierto e inseguridad. La respuesta fue la siguiente:

Tengo muchos más apodos que los que enumerás. De hecho, la correctora de *Orsai* me puso uno muy humillante cuando comenzábamos la escuela secundaria: “La Bola Boluda”. Un antiguo compañero de la primaria me bautizó “Campeona de la Ubre” haciendo referencia a mis tetas juveniles. Chiri me llamó, durante

de trabajar con la sensibilidad en el que el arte se vuelve ambiguo e inasible cuando pierde su evidencia de representación y deviene una fuerza heterogénea que se cuestiona a sí misma (incluso queda a cargo de las tareas que le correspondían a la crítica) y en ese gesto se cifra la capacidad de conquistar su autonomía.

⁸³ La imagen caricaturizada de Casciari aparece en las portadas de los números 1, 2 y 4 y en las contraportadas-sumarios de las *Orsai* 11 a 16. En este capítulo incorporamos algunos ejemplos.

todo el año ochenta y siete, “Gordo Catastra”. Mi propio padre, en paz descanse, solía referirse a mí con el apodo de “Qué hombre imbécil”. Pero de todos esos apodos, el peor es el que –sin maldad- ha elegido mi hija catalana. Me dice “papa”. Es decir, tubérculo. (La vida es una mierda) (Nº5, p. 124).



Fig. 3. Índice y contraportada del Nº13. Trabajo realizado por Juan Sáenz Valiente.

El resaltado en rojo es del original

Según Casciari, escribe sobre su vida porque es sobre lo que conoce y, como se considera una especie de antihéroe, elige contar historias en las que se distancia de una configuración épica. Pero no se trata de un caso aislado, ya que en las escrituras del presente con frecuencia los escritores aparecen en sus relatos de diferentes modos: como un simulacro, tematizando la situación de enunciación en la que se produce su ficción o con una autobiografía autoral en la que el narrador en primera persona es el autor empírico. No

parece tratarse, no obstante, de una condición meramente de la literatura argentina, puesto que, por ejemplo, sobre la literatura brasileña del presente, Moriconi (2007) afirma que: “el trazo marcante en la ficción más reciente es la presencia autobiográfica real del autor empírico en textos que por otro lado son ficcionales, empaquetados o enmarcados como “novelas” o “cuentos” (pp. 196-197). Las prácticas de Casciari habilitan un retorno a la referencialidad no solo con relatos en los que cuenta experiencias tan personales como el duelo por la muerte de su padre (que aparece como tema de “La madre de todas las desgracias” y de “Gaussian Blur”), sino con la incorporación de su amigos y familiares (Chiri, Chichita, su exesposa, su hermana, Juan Sklar, entre otros) como personajes.

En este punto conviene precisar algunas discusiones teóricas acerca de lo autorreferencial. Mientras que para Gusdorf (1948) el género autobiográfico fue posible cuando el ser humano salió del cuadro mítico e ingresó en la historia, es decir, cuando su conciencia pasa del mito al logos, proceso que implicó el perfeccionamiento de la persona sobre sí misma y el despertar de la autoconciencia que posibilita el surgimiento de la noción de autor; para Barthes (1987)⁸⁴, veinte años después, la escritura es intransitiva y el lenguaje es el protagonista de la literatura, por lo que el autor ha muerto en la narrativa moderna. Un año más tarde, cuando Michel Foucault (1989)⁸⁵ analiza la persistencia de la figura del autor, habla de la función-autor como noción separada del sujeto empírico, una entidad discursiva que caracteriza cierto tipo de textos y que no se sitúa ni en la realidad ni en la ficción, sino

⁸⁴ Propone la noción de texto como tejido de citas y referencias a innumerables centros de la cultura, donde el autor es solo una localización en la que el lenguaje (ecos, repeticiones, intertextualidades) se cruza continuamente. La institución del autor pierde su carácter sagrado y la obra literaria se transforma en texto. El lector será considerado un sujeto activo.

⁸⁵ Foucault no hace referencia al rol que desempeña ese sujeto en la construcción de proyecto autoral. Esa sucesión de actos que propician la consolidación de una voz autorizada, en la que participan no solo quien firma la obra, sino las diferentes instancias que componen la vida literaria y los diversos agentes que participan y conforman la institución literaria.

en el borde mismo de los textos. Por su parte, en los años 70, Philippe Lejeune (1973) considera que el elemento básico que conecta las formas en las que puede organizarse la escritura de sí mismo es la identidad entre narrador, autor real y personaje central, pues garantiza que quien afirma en el texto ser “yo” lo es realmente. Por lo tanto, la autobiografía no es un texto de ficción, sino que es escritura referencial igual que el discurso científico e histórico, y pretende aportar una información sobre una realidad extratextual, por lo que se somete a una prueba de verificación⁸⁶.

En nuestro país, las críticas Nora Catelli (1991) y Leonor Arfuch (2002) prefieren llamar espacio autobiográfico al conglomerado de géneros de la memoria. Mientras que José Amícola (2007) define la autobiografía como una autfiguración radical que involucra una dimensión cognitiva de la escritura y una dimensión sociopolítica que explica su poder de interpelación. La concibe como una forma de autopresentación que complementa, afianza o recompone la imagen propia que el individuo autor de una autobiografía ha llegado a labrarse en el ámbito en que su texto viene a insertarse. Julio Premat (2009) sostiene que los escritores construyen en sus textos figuras de autor que concentran una idea de sí mismos, de su lugar en la literatura y de la tradición en la que se inscriben. O sea, para este autor, los escritores establecen su filiación a modelos y precursores, y trazan su postura frente a las instituciones y el mercado, en la materialidad del texto. Por su parte, Alberto Giordano (2008 y 2011) identifica un retorno (o un giro) autobiográfico en la literatura argentina contemporánea y propone una lectura de la figura de autor en relación con las nociones de lo privado y lo íntimo.

⁸⁶ Además, agrega que el carácter autobiográfico deviene cuando el lector establece un contrato de verificación con el sujeto que firma el texto.

Marcelo Topuzian (2014) plantea que desde la teoría literaria aún se puede seguir hablando del autor y considera que las críticas a cierta teoría del sujeto y a todo un modo de pensar la literatura dio lugar a los que considera despropósitos teóricos como la “muerte del autor”. Para Topuzian si bien sujeto y autor comparten muchos rasgos, no suponen la misma constelación conceptual. Por ese motivo, se pregunta qué es un autor en literatura. Identifica al mercado de bienes culturales y las transacciones y posicionamientos dentro del mismo como un factor medular en el proceso de devenir autor en estos tiempos. Pero, además, advierte que lo que ha desaparecido es la función del autor: “definida ahora en el contexto ampliado de un mercado literario cada vez más global y generalizado” (p. 27) que tiene en cuenta sobre todo las condiciones de producción, circulación y recepción del discurso literario. Casciari comprende que hay un conjunto amplio de factores que orbitan el ser escritor, esto es, construir una imagen, no perder la condición de novedad, optimizar los medios de contacto con los lectores y los canales de circulación de su obra, etc. y que son determinantes. En *Orsai* aborda de múltiples formas estos temas, usa los editoriales, los avisos legales, las “Sobremesas”, pero sobre todo algunos de sus relatos para transparentar qué significa ser un escritor para él. Por eso, con el uso de la primera persona y un persistente protagonismo, discurre sobre los entretelones de la industria editorial y sobre su proceso de escritura, a partir del retorno de cierta imagen autoral, aunque articulada, como estamos precisando, con la de editor, personaje y director, en bordes siempre sinuosos y solapados en la literatura del presente.

En sus cuentos, Casciari construye un yo ficcional que revela aspectos de la vida íntima del autor, poco importa si dichos destellos biográficos son reales o imaginados. Dicha exposición vital se asienta en la narración de vivencias personales en las que apela a

experiencias comunes o reconocibles por sus lectores. Es frecuente el relato de anécdotas en las que el bochorno o la vergüenza le permiten mostrarse vulnerable y accesible. Cuánto hay de ficción y cuándo de lo biográfico en los relatos pareciera ser algo que carece de importancia. Los textos habitan el espacio autobiográfico con condimentos de exageración y de tergiversación de los hechos, pero con una configuración del carácter y de la imagen de los personajes/personas que se mantiene estable. De modo que funcionan como piezas que aparecen una y otra vez escritos con cambios de escenarios, de tiempos y de anécdota, pero con una forma unívoca. Por ejemplo, en “Canelones”⁸⁷, Jorge y Chiri recuerdan un juego que hacían cuando eran adolescentes, competían por ver quién era capaz que mantener más tiempo en el teléfono a gente que no conocían y a los que les hacían chistes. En una ocasión, Jorge se comunica con una mujer y finge ser su hijo, con el que estaba distanciada. La mentira no se limitaba a eso, sino que además le hace creer que se encuentra en la terminal de ómnibus de la ciudad y que va en camino a su casa. Por eso le pide que le cocine canelones. Una vez que convence a la mujer de su mentira y la víctima de la broma empieza a preparar la comida, Jorge corta la llamada. En la “Sobremesa” posterior a *Canelones*, Chiri le dice a Jorge que la verdad en ese relato genera dudas en el lector. Cuando este le responde que lamentablemente todo es verdad, Chiri concluye que: “Sí, en general sos un exagerado y un mentiroso, pero esa tarde las cosas pasaron así. Y te quedó mucho tiempo esa sensación rara de haber sido malvado en serio” (N°4, p. 125).

⁸⁷ En junio de 2022, un profesor de la escuela Normal Superior Sarmiento de la provincia de San Juan, Juan Nicolás Esquibel, fue denunciado por un grupo de padres por abordar “Canelones” en su clase. El docente trabajó con una versión recortada del texto, pero los alumnos buscaron la original, que incluía las palabras “poronga”, “culo” y “tetas”. Casciari no solo se comunicó con Esquibel, con la rectora del colegio y con la Ministra de Educación de la provincia, sino que, además, creó el “Foro de Orsai Educación”, que define como un espacio para compartir y debatir ideas. Disponible en: <https://educacion.orsai.org/foro/> [Última revisión 18 de diciembre de 2022].

La revelación descarnada de una experiencia mortificadora relatada en este caso con un tono vertiginoso y angustiante que acentúa los colores de lo miserable nos permite advertir que es frecuente el uso de estructuras familiares en la figuración. Este personaje no solo tiene un amigo cómplice de travesuras canallas, sino que es un yo con una historia familiar. Los episodios de la vida propia que elige trabajar en clave ficcional se caracterizan por la elección de una primera persona confesional autobiográfica que incluye en sus historias a su madre, a su padre, a su sobrina, e incluso a su hija. Esto no solo puede responder al giro autobiográfico planteado por Alberto Giordano y que comentamos antes, sino que incluso podrían establecerse algunos puntos de encuentro con el diario que el crítico sostuvo en Facebook y que luego fue publicado en formato libro (*El tiempo de la convalecencia* publicado en 2017 y *El tiempo de la improvisación*, en 2019). En esas obras, Giordano nos habla acerca de su hija, de su esposa, pero, en particular, son especialmente sugestivas las entradas en las que se detiene tanto en la figura de su padre (en las que hace referencia en extenso al gusto compartido por el tango, por ejemplo, o a cómo le cuesta distanciarse de su identidad como “el hijo de Aldo” y a cuánto se le dificulta sentirse “don Giordano”) como en la depresión que lo condujo a llevar dicho diario. También en los relatos de Casciari el padre ocupa un lugar central. En la *Orsai* número 15, por ejemplo, se incluye “Gaussian blur”. En este texto habla acerca de su papá y el duelo que pudo hacer recién cinco años después de su muerte. En el comienzo del cuento narra lo siguiente:

Estoy en San José de Costa Rica y llueve. Acabo de pedir un café y abro la portátil. De repente aparezco etiquetado en una foto de Facebook y pienso que se trata de un error, porque a primera vista no me veo en la imagen. Es nomás un segundo, menos incluso de un segundo, hasta que entiendo. Me quedo mirando la foto con los ojos abiertos y

sin pestañear; pasa un rato, después otro rato, y mi gesto sigue congelado. (...) El asunto es que desde que murió, en julio de 2008, esta es la primera vez que miro una foto de Roberto sin desenfocar los ojos. Puto Facebook y las etiquetas intrusivas. No hubo tiempo para armar el gaussian blur; no me lo esperaba. Un segundo golpe me subraya el desconcierto. Yo creía conocer todas mis fotos familiares, pero esta no estuvo nunca en los álbumes de la infancia, ni en los portarretratos de la casa donde crecí. En la foto hay un cielo limpio de verano, con una nube inofensiva recortada por un edificio que recuerdo bien, frente a la playa más famosa de Mar del Plata. ¿Dónde había estado esa foto todo el tiempo? La respuesta es simple: en ninguna parte. Más tarde sabré que no es realmente una foto, sino una diapositiva. Mi abuelo Marcos hacía diapositivas y las guardaba en cajones que nadie vio desde su muerte. Mi tía Ingrid decidió, este mes, digitalizarlas a todas antes de que el tiempo las volviera inservibles. Cuando encontró esta foto se la mandó por mail a mi mamá, y mi mamá la subió a su Facebook por la mañana de Argentina. Dos horas después estoy en este bar, con la guardia baja, pensando en cuánto nos gusta a los gordos el buffet libre de los hoteles, y entonces la imagen me asalta sin que me pueda defender. (N°15, pp. 12-13).

Este relato presenta una historia íntima con un tono cercano a lo confesional que será recurrente en sus cuentos. Al igual que en la mayoría de sus otros textos, en “Gaussian Blur” recurre a lo coloquial, cercano a la oralidad, pero en esta ocasión evita el humor y el patetismo característicos. De este modo, por medio de la revelación de lo privado consigue construir lazos afectivos con sus lectores. Porque los lectores de *Orsai* saben quién era Roberto y quién es Chichita, cómo son sus personalidades, cuáles son sus gustos, qué cosas los enojan o emocionan hasta las lágrimas, cuáles son sus miedos, etc. Tanto en el blog

como en la sección de comentarios de YouTube donde Casciari lee este relato, los lectores coinciden en señalar que lo que más les conmueve es que se identifican con la historia del hijo que perdió a su padre.

Casciari puebla sus relatos, pero también sus editoriales y las “Sobremesas” de la revista (así como más recientemente los ha hecho participar de sus presentaciones en el teatro y en *streaming*) con historias de su familia y vuelve con ese recurso cercanos y conocidos un conjunto de personajes que forman parte de su vida privada. En sus redes sociales, además, cuenta acerca de nuevos acontecimientos que no tienen que ver solo con lo profesional, sino con noticias como el nacimiento de su hija más pequeña, las lecturas de su hija mayor, situaciones cotidianas con su madre o con su pareja o con sus amigos, etc. Así es como podemos afirmar que la figura del director ocupa un lugar de tanta centralidad que sería posible hablar de *Orsai* como “la revista de Casciari” que, no obstante, se convierte al mismo tiempo en la revista de una comunidad que confía en ese proyecto a partir de un vínculo singular con los lectores que se construye en alguna medida a través del uso de la vida del director-autor en sus narraciones.

De este modo, *Orsai* presenta una noción de literatura que se abre a lo autorreferencial como gesto para sostener esa comunidad de lectores. Una literatura que hace del contacto en vivo e inmediato, una forma que la liga a exploraciones contemporáneas como los espectáculos de realidad, que explora Laddaga (2007) o como los realismos sin metáfora de Tamara Kamenszain (2016), solo que se recorta y se distingue de ellos en este característico giro autobiográfico en el que se delinea un director-personaje-autor que funciona como estructurador de la ficción. Pero también en la dirección del giro autobiográfico que define

Giordano (2008 y 2011)⁸⁸ podemos encontrar los textos de Casciari. Sin embargo, Kamenszain (2016) señala que los conceptos con los que se piensa y desde los que hoy se escribe narrativa son la intimidad, la experiencia, las escrituras del yo y la subjetivación. Se trata de un post-yo o sujetos de reenumeración que implementan una primera persona que se actualiza en su presente (de modo semejante a las actualizaciones de los blogs o las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram) y que revoca al narrador tradicional en tercera persona⁸⁹. En este sentido, advierte que los escritores “parecen ya no estar escribiendo” (p. 34) y retoma el concepto de “extimidad”, tal como lo concibe Lacan, que representa a lo más próximo que al mismo tiempo hace su aparición en el exterior.

Los escritos de Casciari que se hallan dentro de *Orsai* pueden pensarse, entonces, en la estela que Ludmer (2010) llama ficciones especulares⁹⁰. Se trata de un género literario que esta crítica sitúa en los primeros años del siglo XXI en Latinoamérica⁹¹, textos en los que nada queda adentro, sino que “el secreto, la intimidad y la memoria se hacen públicas” (p.

⁸⁸ Giordano define su obra como un diario de un padre, de un huérfano, de un profesor, de un crítico, de un moralista improvisado y de “otro autobiógrafo en tiempos de redes sociales” (2017, p. 242).

⁸⁹ En su análisis de la poesía y la narrativa actual a partir del concepto de intimidad, Kamenszain (2016) advierte que hoy nos encontramos con escritores que tienen casas de puertas abiertas en las que se confunden límites con el exterior. Son escritores que parecen no estar escribiendo y que: “Parecen buscar en la continuidad una nueva dirección por donde caminar, una especie de grado cero de la verosimilitud que, más que señalar un estado de escritura, parece querer acercarnos al particular estado en el que el caminante se encuentra con las cosas” (p. 22). Las narraciones de Casciari que se encuentran en *Orsai* y muchos de los textos de los colaboradores presentan esta particularidad, son escrituras que se desprenden de lo vivido, que se extienden como una continuidad de sus vidas, una prosa que pareciera brotar de manera accidental, en la que no se notan las costuras del trabajo con la palabra.

⁹⁰ Para definir la noción de “especulación”, parte del adjetivo del latín *speculāris*: reflejo, transparencias; pero también del verbo del latín *speculāris*: pensar y teorizar.

⁹¹ Como ya hemos comentado en el primer capítulo de este trabajo, entre los años 90 y los 2000 Argentina y otros países de la región experimentaron el pasaje de las editoriales nacionales a los conglomerados globales. Este fenómeno y una transformación en la idea de nación resultaron en que las identidades de hoy son territoriales, pero provisionales y con una posición adentroafuera de la literatura. Ludmer (2010) explica que debido a que la isla urbana de América Latina “es la ficción de un territorio que se puede desterritorializar, abandonar y destruir, la literatura ya no es manifestación de identidad nacional” (p. 135). En este escenario, el emigrado latinoamericano deviene uno de los sujetos nacionales de la globalización “Porque está desnacionalizado y desterritorializado puede ser representante de lo nacional latinoamericano hoy” (p. 186). Como ya hemos señalado, todo el proyecto de Casciari se sostiene en la idea del “orsai”, que proviene de la sensación de estar fuera de juego, fuera de lugar, en un espacio extraño y hostil como migrante.

11). De modo próximo a Kamenszain, advierte la recurrencia de prácticas presentistas no literarias que ambas coinciden en sintetizar con la expresión: “Un ya no, pero a la vez un todavía” (p. 107), al tiempo que observan en las escrituras del presente una marcada presencia de lo banal, de las nimiedades, de lo más intrascendente, de una experiencia no profunda que escenifica la práctica de la actividad literaria. Ludmer observa que las ficciones del 2000 parecen decir invariablemente que son literatura al tiempo que introducen personajes que escriben y leen, incorporan alusiones a la literatura y otros procedimientos que remarcan cierta autonomía literaria “amenazada por la economía y las fusiones: en un momento en que el libro es una mercancía como cualquier otra o una parte de la industria de la lengua” (p. 87).

Ludmer (2010) considera que dos pilares sustentan las escrituras de este tiempo: en primer lugar, todo lo cultural es económico y todo lo económico es cultural y, en segundo lugar, la realidad es ficción y la ficción es realidad. *Orsai*, como señalamos, da cuenta del anudamiento de la dimensión cultural con la económica de una manera palmaria tanto en sus expresiones como en su ejecución, pero también de los cruces de la ficción con la no ficción como se observa no solo en los escritos de su director, sino en los contenidos de sus colaboradores. Las obras que lee la crítica argentina salen de la literatura y entran a “la realidad” para constituir un régimen de realidadficción. En este sentido, la literatura es entendida como una práctica minoritaria en el interior de la cultura de la imagen, una práctica económica que experimenta un cambio central debido a la tecnología de la escritura porque cuando Ludmer piensa el presente como lo que viene después⁹² (del boom

⁹² Además de las formulaciones en su blog y en su libro, Ludmer explica en una conferencia titulada “Lo que viene después” cómo concibe la producción literaria de este tiempo. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=nI0wBaETdkA&t=2317s>. [Última revisión 16 de diciembre de 2022].

latinoamericano), piensa sobre todo en lo que viene después de la cultura del libro y de la biblioteca, es decir, en la cultura digital⁹³. Las escrituras o literaturas posautónomas representan a la literatura en el fin de ciclo de la autonomía literaria, son consecuencia de un ecosistema digital y eligen la forma del testimonio, de la autobiografía, de la crónica y fabrican presente con la realidad cotidiana.

Un aspecto de la formulación de Ludmer que cobra relevancia en el proyecto *Orsai*, sobre todo en su etapa más reciente, tiene que ver con la lectura posautonomista. Sobre eso, Heriberto Yépez (2020) señala que: “lo post-autónomo es principalmente un tipo de lectura que elige cierta literatura para mirar sus zonas de convergencia entre su forma posmodernista y el marketing”⁹⁴. Casciari se jacta de tener una revista con textos largos (la extensión de los textos es considerada un valor desde el primer número), pero diseña para potenciales lectores adaptaciones más breves, leídas o representadas por el mismo autor o por actores de la farándula local. Estas versiones light se encuentran en la revista digital. Yépez (2020) disiente de Ludmer (2010) acerca de la idea de que la indiferencia entre géneros responde solo a un desplazamiento de lo impreso a lo digital y plantea que la mezcla genérica se debe en parte a que estos lectores semiliterarios requieren una textualidad “transparente” que cruza la frontera de lo literario y que se encuentra disponible en diferentes medios y plataformas. En su canal de YouTube, Casciari realiza con su hija Nina un *Zoom de libros*. La descripción de la serie de videos explica lo siguiente: “Lo que hablan una hija de diecisiete años que lee mucho y vive en Barcelona y un padre de

⁹³ Internet representa la nueva experiencia histórica global del tiempo cero o tiempo real, fusiona los opuestos de lo privado y lo público, del presente y del futuro y de la ficción y la realidad. Pero, además, Ludmer (2010) advierte que las literaturas posautónomas saldrían de la literatura para entrar en la imaginación pública, a la que define como todo lo que circula en forma de imágenes y discursos, en otras palabras, una red y una fuerza que fabrica “realidad”

⁹⁴ Las citas del trabajo de Yépez se encuentran en el blog del autor. Disponible en: <https://colabdecritica.com/2020/12/01/post-autonomos/> [Última revisión 18 de diciembre de 2022].

cincuenta que vive en Buenos Aires y lee cada vez menos”⁹⁵. Tal como indica el autor, en un tiempo en el que se tiene la posibilidad de ver series y películas o escuchar podcast sobre un sinnúmero de temas, a la lectura literaria le resulta cada vez más difícil lograr cautivar un público. Al propio Casciari le cuesta concentrarse en la lectura y por eso considera más estratégico acortar y transformar sus escritos o los de otros autores en relatos orales. Pero la discrepancia más rotunda de Yépez (2020) está en la valoración del modo de producción del libro, ya que considera que Ludmer (2010) hace una crítica despolitizada que disimula una neoliberalización de la literatura y define lo posautónomo como: “una posición altocultural de normalización, conformidad, colaboración o promoción del escritor, editor, el lector mismo con los mecanismos de control intra-nacional y transnacional del mercado neoliberal de lo literario”.

En estos últimos años, Casciari ha incursionado en la performance televisiva, en sintonía con lo que hacía Alberto Laiseca en el ciclo *Cuentos de terror* por el canal de cable I-Sat, solo que el escritor mercedino lo ha hecho en un canal de aire nacional que es Telefé, lo cual implica un mayor alcance en cuanto a la cantidad de público. Si este movimiento de la revista abre la literatura al contacto con lenguajes mediáticos, virtuales y del espacio 2.0, y con la vida inmediata de su director-personaje, por lo que implica una noción de literatura en la era de la posautonomía o de la inespecificidad (Ludmer, 2010 y Kamenzsain, 2016); si esto es así, como sostenemos, por otro lado, en otras secciones de la revista, la literatura ingresa como forma expansiva en géneros que no pueden decirse literarios o solo literarios: la historieta y la crónica.

⁹⁵ Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=Tay-UQA8hQI&list=PLQXyAJZB_2Lb2xtqE8MhwhTIMtuzFzdSV. [Última revisión 16 de diciembre de 2022].

II. *Orsai*: una revista de historietas

A pesar de la tendencia a generar comunidad que comentamos antes, en el capítulo 2, *Orsai* puede pensarse como un proyecto personal. Esto se confirma no solo por la abundante cantidad de contenidos que llevan la firma de Hernán Casciari, sino también porque los colaboradores son artistas que él admira, porque participan amigos suyos y porque la imagen del director aparece en todos los rincones de la publicación ilustrando algunas portadas y contraportadas, en los editoriales, en los avisos legales, etc. En este punto conviene no perder de vista la manera en que Casciari la define, porque *Orsai* es presentada como una revista de crónicas, historietas y literatura, lo cual nos lleva a seguir interrogándonos respecto de la idea de literatura que se propone en ella, en otras palabras ¿qué se publica y cuáles son los géneros referentes? Consultado por la presencia de la historieta y de la crónica en esta colección, Casciari responde que:

La crónica, el folletín y el policial aparecen frecuentemente por gusto, porque nos divierten a Chiri y a mí mucho. Cuando nos juntamos nos contamos historias policiales que pasaron, del folletín nos divierte que sea una literatura de capítulos y la crónica del yo es casi un distintivo de *Orsai*. El autor que se pone en primera persona a contar algo es lo más divertido del mundo. Después hay muy pocas cosas, cuentos, literatura pura.

Volveremos a esta distinción entre “literatura pura” y otros contenidos más adelante. En los 4 números del primer año hay historietas basadas en relatos de Casciari (Fig. 7, 8 y 9): “El intermediario” (ilustrado por Jorge González), “Finlandia” (ilustrado por Javier Olivares), “La madre de todas las desgracias” (ilustrado por Juan Sáenz Valiente) y “Canelones” (ilustrado por Bernardo Erlich) ocupan un lugar sugerente en las revistas e ilustran las

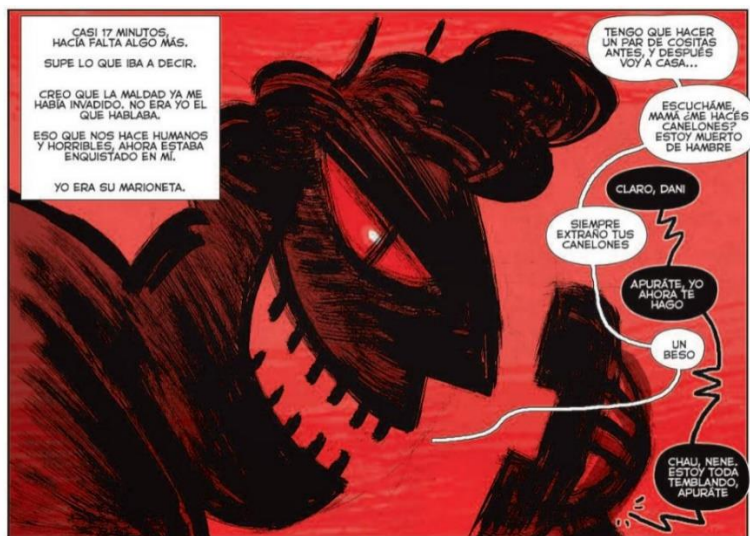


Fig. 5. Adaptación del relato *Canelones* que apareció en el N°4, con ilustraciones de Bernardo Erlich

Después del primer año, en los siguientes dos creció de manera considerable el espacio de las historietas, ilustraciones, tiras, viñetas, afiches, hasta llegar a la publicación de una novela gráfica por entregas. Nos detendremos en este apartado en las colaboraciones que Alfredo Casero y Juan Sáenz Valiente hicieron el segundo año de la primera etapa con “Lo ataba todo” (N°5), “Mónica Pasión” (N°6), “Acidounpedo” (N°7), “La historia de Robert Evinrude y sus caballos enanos” (N°8), “Fally Farson” (N°9) y “En un gran avión de aluminio” (N°10); también revisaremos el trabajo que realizó Gustavo Sala con “Las aventuras de Jeremías Cielofante. El novelista sin vergüenza” y finalizaremos con las entregas de “Hot” de Horacio Altuna en el último año de la primera etapa. Las historietas de Casero, Sáenz Valiente, Sala y Altuna se ofrecen como muestra de que el lugar de las narrativas visuales no es ornamental y cada una evidencia una función diferente dentro de la revista.

Género híbrido entre la narrativa y la gráfica (De Santis, 2004), la historieta nace prácticamente con la humanidad, con la primera secuencia gráfica registrada en la cueva de Altamira. Nos encontramos ahí ante un relato dibujado: el de los movimientos de un animal. Valorada como un arte menor, la historieta moderna surgió en Estados Unidos a fines del siglo XIX -como un recurso cuyo objetivo era ganarle lectores al competidor- con la aparición en 1895 de un personaje creado por Richard F. Outcault para el periódico *New York World* de Joseph Pulitzer, llamado Yellow Kid. Dos años más tarde, cuando su creador comenzó a trabajar por una mayor oferta de sueldo en el *New York Journal* de William Randolph Hearst y con la contratación de George Luks por parte de Pulitzer para que continuara la tira en su empresa, el personaje apareció en ambos medios al mismo tiempo. Es entonces cuando se inicia la extensión mundial del relato dibujado, con la creación de múltiples subgéneros y medios. *Yellow Kid* es la primera historieta ligada al periodismo con un público enorme y no únicamente infantil, constituye un testimonio humorístico al tiempo que amargo y pesimista del mundo bajo y violento en que ocurrían sus anécdotas. De modo que presenta el margen social en una combinación de entretenimiento y contenido social.

En Argentina⁹⁶, según Steimberg (2013), es posible identificar una “edad antigua” en la que existieron las caricaturas del *Mosquito*⁹⁷ y *Don Quijote* y el humor político que empieza antes de la Revolución de Mayo (aunque se considera que la primera viñeta humorística publicada en el país fue *Viva el Rey* de 1824, obra del Padre Francisco de Castañeda). Los primeros personajes fijos aparecidos en publicaciones periódicas fueron El Negro Raúl,

⁹⁶ Elegimos tomar como caso Argentina porque la mayoría de los historietistas de la primera etapa de *Orsai* son artistas argentinos.

⁹⁷ Véase el trabajo de Claudia Román (2017) sobre esta publicación *Prensa, política y cultura visual. El Mosquito (Buenos Aires, 1863-1893)*.

Pancho Talero (personajes de la revista *El hogar*), Don Goyo Sarrasqueta y Obes, Viruta y Chicharrón⁹⁸ (que aparecían en *Caras y caretas*). Continúa una “edad media” que se desarrolla en la década de 1930 con las primeras historietas de Dante Quintero: *Manolo Quaranta*, *Don Fermín* y *Julián de Montepío*; José Luis Salinas con *Hernán, el corsario*, Juan Oliva con *El Marqués de Puerto Nuevo* y el gaucho *Rendija*; así como con la aparición en 1928 de la revista *El Tony* de Ramón y Claudio Columba. Este fue un momento de consolidación de los géneros, pero también de un público y del asomo de variaciones estilísticas aún limitadas porque la mayoría de los dibujantes y guionistas hacían lo que se les indicaba, sin romper moldes prefijados ni la adecuación a cierta línea moral y política (Steimberg, 2013).

Dos momentos de eclosión se pueden ubicar en 1945 primero y después en los primeros años de la década de 1950 con las apariciones de las revistas *Intervalo*, *Patoruzito*, *Misterix*, *Rayo Rojo*, *Hora Cero*, *Frontera* y *Rico Tipo*. Desde entonces la historieta y el cartoon (el dibujo de cuadro único) se han inclinado a la liberación de sus propios límites de género con una mayor reflexión sobre sí mismos, con una tendencia a buscar interpelar al lector, con la experimentación de los recursos gráficos y textuales, etc. (Steimberg, 2013). Después de esos años de producción nutrida de historietas, vino un tiempo en el que las condiciones económicas y políticas afectaron tanto la producción como el consumo de estos objetos culturales sobre todo en estas latitudes. No obstante, dos revistas operaron como zonas de resistencia a los procesos inflacionarios y a la censura, nos referimos a *Fierro. Historietas para sobrevivientes* (que tuvo dos épocas: 1984-1992 y 2006 y

⁹⁸ Estos personajes fueron una creación de George McManus, aparecieron en los medios de William Randolph Hearst con el nombre de Spareribs & Gravy. En *Caras y caretas* sus aventuras continuaron con la intervención del dibujante Juan Sanuy.

continúa) y *Humor* (1978-1999). Los últimos años de los siglos XX y XXI se caracterizaron por la búsqueda de espacios de creación y redes de circulación desviados de la gran industria editorial y de las publicaciones periódicas. La aparición de internet y, en especial, de los blogs, posibilitaron el desarrollo de un trabajo autogestionado y un contacto directo entre creadores y público. En la escena local, en la actualidad, los trabajos de Alejandra Lunik, de Powerpaola, de María Luque, de Tute, de Liniers, de Max Aguirre, de Diego Agrimbau, entre otros muchos guionistas e ilustradores, dan cuenta de un momento de efervescencia de estas visualidades.

En *Orsai* participan muchos de los artistas visuales mencionados, pero es más que nada con el trazado de puentes intermediales de distinta naturaleza entre la palabra y la imagen que la revista conecta con este momento de la historieta. Algunas de las narrativas gráficas en *Orsai*, como es el caso de las reversiones de relatos de Casciari, dan cuenta de la expansión entre las artes y la literatura. No se trata de la combinación de diferentes formas mediales de articulación, sino de cómo un arte evoca, tematiza o refiere a elementos o estructuras de otro. La fuente es un texto del director que deviene una versión en forma de historieta. Aunque esta expansión entre las artes, vía la intermedialidad o transmedialidad, no se limita a los relatos visuales, sino que los textos se adaptan al cine, al podcast o al teatro.

En rigor de verdad, las experiencias intermediales se pueden rastrear desde la Edad Media. Incluso, ya en 1966, Dick Higgins (integrante de Fluxus Art) parte de un concepto de Samuel Taylor Coleridge de 1812 para formular la noción de intermedia, que le permite señalar las nuevas formas que adquieren las diferentes artes al borrar los límites entre ellas. En Argentina, Claudia Kozak (2012) considera que la intermedialidad puede ser entendida como una mixtura de medios y/o lenguajes que privilegia los modos de ser entre ellos

cuando entran en contacto en obras particulares, pero también como una perspectiva de lectura de dichas obras. La noción de intermedialidad enfatiza la idea de transferencia y de transformación al tiempo que se asocia a la transgresión de los límites y de los medios. De esta manera, muestra el impulso crítico sobre los nuevos modos de producción, así como la difuminación de las fronteras de los géneros y de los medios. Asimismo, lleva a considerar las transformaciones que provoca la incorporación de la tecnología a las prácticas culturales en el contexto contemporáneo. Es una noción que no solo pone a funcionar la idea de campos asociada a la autonomía, sino que sobre todo posibilita la reflexión en torno a disciplinas del arte en tanto modos de representación.

En su abordaje de las poéticas de Incardona, Cucurto y Casas, Carolina Rolle (2017) trabaja con la noción de transmedialidad y nos pone ante la pregunta por las transformaciones ocasionadas por la incorporación de la tecnología a las prácticas culturales en el contexto contemporáneo. Las obras de su corpus hallan fuerza en un más allá de la literatura que les permite articular una crítica transmedial asociada a un proyecto experimental y democratizador que busca la cercanía con el público a través de otras artes y del uso de nuevas tecnologías que permiten promover y publicar sus obras literarias en la web. En suma, su obra abre y expande una frontera con el objetivo de romper el límite de lo específicamente literario al usar diferentes soportes, medios y canales de circulación. Son poéticas que se construyen a partir de la deconstrucción de la literatura en tanto arte en expansión que rompe, o mejor que permea, sus fronteras. Eso sucede en *Orsai*. El proyecto de la revista es posible gracias al uso de una diversidad de medios y espacios: redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram y TikTok, plataformas como el blog Comunidad Orsai, YouTube y Spotify, o la radio y la televisión, además de las presentaciones en teatros,

festivales y ferias. Asimismo, los cuentos y crónicas (de Casciari y de otros autores) se transforman en historietas y en viñetas. Se invita a artistas de un campo a colaborar con trabajos de otro como sucede en el número 4, en el que Spinetta convierte música en imagen, por ejemplo.

Como ya comentamos, durante 2012, Alfredo Casero participó de la revista *Orsai* con una serie de historietas escritas por él e ilustradas por Juan Sáenz Valiente. Estos trabajos podrían caracterizarse como desopilantes, caóticos y con un humor urticante. La primera historieta cuenta la vida de un hombre que, traumatado por un huracán que se llevó a sus tías y a sus animales, decidió atarse a su campo y atar todo lo que lo rodeaba. Ese personaje es dueño de un perro que dice ser la reencarnación de Adolfo Hitler y recibe la visita de una pareja que buscaba a unos amigos hippies. Cuando el perro se queda solo con uno de los visitantes, le confiesa su verdadera identidad al tiempo que le exige obediencia. Como respuesta y ante la posibilidad de vejar a un personaje de tal magnitud, el hombre decide violar al perro. Mientras lo hace, aparece el dueño del animal y le avisa que siempre hace lo mismo con las visitas para conseguir tener sexo. Pero más allá del argumento de estos contenidos, lo que interesa resaltar es que el resto de las historietas se mueven por lugares semejantes: se presenta una situación que progresa en el grado de absurdidad, hay un escenario poblado de personajes a veces violentos y casi siempre desnudos que acompañan a un protagonista que cuenta una historia en la que se acumulan sucesos inconexos. En este caso y en el de Gustavo Sala, que veremos a continuación, se trata de historietas sin continuidad, son tiras cómicas unitarias.

Sala también participó de *Orsai* ese año con “Las aventuras de Jeremías Cielofante. El novelista sin vergüenza” y el siguiente con regularidad en un espacio semejante.

Analizaremos las primeras dos aventuras del protagonista de una de sus historietas⁹⁹, Jeremías Cientofante. Jeremías es un hombre de mediana edad que decide convertirse en escritor. En el primer capítulo de su historia, titulado “Años”, se propone escribir una novela. Como la única letra que funciona en su computadora es la “a”, su relato solo contendrá esa letra. De esa manera, considera que será más fácil de leer y que cada lector podrá interpretar la obra según sus propios intereses. Cuando termina de escribirla, la lleva a la editorial Muy Garca Ediciones donde una representante le dice: “Aquí tiene su dinero: 50000 millones de ejemplares vendidos, al 10% por ejemplar son... 200 pesos” (Nº5, p. 122). En el capítulo siguiente, “Tiempo y espacio”, la Editorial Sudamericaca le encarga a Jeremías una crónica sobre la vida extraterrestre. Su agente literario le explica que: “El arreglo es el clásico: el uno por ciento de la mitad del total menos el dos por ciento por ejemplar dividido por el tres por ciento menos el cinco menos el dos menos el seis por cero” (Nº6, p. 121). La representación de las editoriales, con sus sugestivos nombres y la clara estafa que le hacen al personaje del escritor, se alinean con lo planteado por Casciari desde el comienzo de *Orsai*: las editoriales les roban a sus escritores porque les pagan mucho menos dinero del que les corresponde.

Federico Reggiani (2012) se propone demostrar que un conjunto de humoristas contemporáneos, entre los que se encuentra Sala junto con Tute y Liniers, altera el componente enunciativo del género humor gráfico. Dichos artistas proponen nuevas figuras de autor, nuevos lectores implícitos y nuevas ubicaciones de la instancia de comunicación construida por cada tira. Reggiani (2012) plantea que el humor gráfico contemporáneo y sus temas ponen en crisis su ubicación genérica. Advierte un desplazamiento de lo cómico

⁹⁹ En el segundo año de *Orsai*, Sala tuvo un único protagonista recurrente, Jeremías Cielofante, pero el año siguiente, la tira cambió de nombre, “Sin afeitarse”, y no tuvo un personaje con continuidad.

desde el cuerpo de la tira cómica hacia la instancia de enunciación. En cuanto al carácter humorístico de la producción de Sala, observa que en sus trabajos no hay remate, sino que, por medio de una acumulación de sinsentidos que se contraponen con la coherencia textual del diálogo, se llega a una zona cómica: “Hay una situación indudablemente cómica, pero se vuelve difícil describir la tira como un chiste y, de hecho, es imposible “contar el chiste” a partir del recuerdo de la tira” (Reggiani, 2012, p. 130). Tanto los trabajos de la dupla Casero/Sáenz Valiente como de Sala nos ponen ante la posibilidad del humor en el relato gráfico. En ambos hay una voluntad evidente de causar gracia que se logra en el modo en que se distribuyen los elementos dedicados a provocar ese efecto mediante una acumulación abigarrada de situaciones sin sentido que vuelve difícil la identificación del chiste.

Finalmente, Horacio Altuna presenta “Hot” (Fig. 10), una novela gráfica de seis capítulos de dieciséis páginas cada uno desde el N°11 hasta el N°16. En la página web de la revista se señala que, con esta obra, Altuna regresa a la historieta de largo aliento después de dos décadas. El protagonista de la historia, Jimmy Chance, es un joven tramposo y carismático que se mueve en el mundo del jazz y la noche. A diferencia de la obra de Caseros y Sáenz Valiente y la de Sala, esta narración gráfica es una historieta seria. Conviene precisar esto, así como los prejuicios que recaen sobre la historieta y su supuesto carácter juvenil, para comprender el vigor en la presencia de este lenguaje en la revista. Aún resuena la consagración de *Maus* (1991) de Art Spiegelman cuando en 1992 recibió un premio Pulitzer debido a que no es usual que un relato visual obtenga el reconocimiento de la crítica. Este trabajo de Altuna, además de reforzar la participación de quien ha sido definido por Casciari como un maestro y un inspirador de su proyecto editorial, nos da elementos

para sostener que hay una voluntad de darle legitimidad a la historieta y de componer con la revista un artefacto destinado a intentar expandir los límites de lo que se puede hallar dentro de una revista de literatura con una apuesta a lo visual que la publicación promueve. La presencia orbital de Altuna da cuenta del movimiento pendular de *Orsai* entre la búsqueda de un reconocimiento y el amparo en un pretendido amateurismo que se refuerza con una pose de indiferencia y una jactancia de desinterés por la consagración o el éxito en términos económicos.

III. La crónica en *Orsai*

Definida como un género discursivo mixto, entre el periodismo y la literatura, y surgido durante el modernismo hispanoamericano, a finales del siglo XIX (Rotker, 1992 y Ramos, 2003), la crónica latinoamericana actual ha encontrado un espacio natural en esta revista. En la publicación dirigida por Casciari podemos encontrar narraciones extensas escritas en primera persona o con una visible participación del yo narrativo que tratan acerca de “acontecimientos o personas o géneros insólitos, inesperados, marginales, disidentes, o sobre espectáculos y ritos sociales” (Jaramillo Agudelo, 2012, p. 17). Toda crónica establece un contrato con la realidad, pero también con la historia, un doble compromiso que es: “Con el otro (el testigo, el entrevistado, el retratado y sus contextos, el lector) y con el texto que tras un complejo proceso de escritura (y montaje) lo representa en su multiplicidad, utópicamente irreducible” (Carrión, 2012, p. 20). Género de no ficción sudaca y anacrónico (Caparrós, 2012) que vuelve al acontecimiento experiencia (Villanueva Chang, 2012): “La crónica aprovecha la potencia del texto, la capacidad de

hacer aquello que ninguna infografía, ningún cable podrían: armar un clima, crear un personaje, pensar una cuestión: ¿hacer literatura?, ¿literaturizar?” (Caparrós, 2012, pp. 608-609). Herederos de los autores de cuadros de costumbres de otro siglo los cronistas de Orsai ponen en acto una serie de ejercicios de creación literaria híbrida bajo presión (Darrigrandi, 2013) que se caracteriza por el capturar las particularidades de su tiempo.

En relación con ella, en la “Sobremesa” “En busca del corso” (crónica escrita por Gonzalo Garcés que apareció en el segundo número de *Orsai*), Casciari y Chiri comentan que ya casi nadie lee novelas porque en la ficción todo es más simple y menos complejo que en las historias reales. Advierten así un desplazamiento de la novela como género literario privilegiado. Además, cuentan que unos meses atrás abrieron una convocatoria y recibieron 340 archivos de los cuales el 70% eran cuentos y el resto crónicas, pero que lo que más les gustaron fueron las crónicas narrativas porque, aunque encuentran en ellas algo de cuento literario, a diferencia de lo que sucede en la ficción, se narra algo que es probable: “En estos tiempos en los que internet nos ofrece cincuenta historias reales por día, pensar en la opción de leer un libro de ficción que sale de la cabeza de un tipo, no sé, a mí cada vez me cuesta más” (Nº2, p. 137).

Nuevamente, como vimos antes en este capítulo, la revista nos pone ante la pregunta por el papel de las tecnologías de la proximidad, pero esta vez en un posible desplazamiento genérico de la novela como el género tradicional de una literatura autónoma, al foco en estas otras prácticas culturales próximas a una idea de literatura posautónoma o expandida. La redefinición de la categoría de ficción, ligada a la redefinición de géneros y de un modo de la literatura es, también, al mismo tiempo, una redefinición de la literatura en sí. Porque la posición de la crónica frente a la ficción y la no ficción, la manera en que se ubica entre

los hechos y la creación, se caracteriza porque la ficción ocupa una posición ambivalente dentro de ella al aportar herramientas narrativas, pero con un límite infranqueable: el grado de compromiso con la realidad y la consecuente imposibilidad de inventar hechos. En otras palabras, la recreación creativa de lo cierto. Definida como “el ornitorrinco de la prosa” (Villoro, 2005), sin dudas, en la crónica hay modulaciones de la novela, del reportaje, de la entrevista, del ensayo, de la autobiografía, un conjunto de influencias cuyo uso excesivo puede resultar letal: “La crónica es un animal cuyo equilibrio biológico depende de no ser como los siete animales distintos que podría ser” (Villoro, 2005, p. 14).

Los problemas que abordan las crónicas de *Orsai* son variados, van desde la deslocalización del círculo de colaboradores (la crónica del deportado y sobre San Martín de Brooklyn), pasando por el análisis de los movimientos sociales y la política internacional (15M de España, el reclamo estudiantil de Chile), los policiales (el asesinato de María Marta García Belsunce y el de Johana Casas en Pico Truncado), los medios (Wikileaks, ley Sinde de regulación de sitios web y de protección de la propiedad intelectual), hasta la interpretación de hábitos culturales (sobre la cultura estadounidense, librerías de Buenos Aires, escuela y educación pública). Dichos trabajos han estado a cargo de cronistas como Alejandro Seselovsky, Juan Villoro, Hernán Iglesias Illa, José Luis Perdomo, Agustín Fernández-Mallo, Rafa Fernández, Luz Vítolo, Pablo Perantuono, Rodolfo Palacios, Graciela Mochkofsky, Nahuel Gallotta, Gabriela Manuli, Pilar Quintana, Fernando Noy, Pablo Ramos, Pedro Mairal, Sergio Barrejón, Josefina Licitra, Gabriela Wiener y Leila Guerriero por mencionar tan solo algunos.

Más allá de la evidente diversidad de estas crónicas, tienen en común su intento de referirse a la actualidad de autores y lectores, así como dan cuenta de una tendencia a literaturizar el

periodismo (Caparrós, 2007). En *Orsai* las crónicas se organizan en tres clases: introspectiva, narrativa y periodística. Aunque en rigor de verdad no hay una explicación sobre qué criterios permitirían clasificar un texto de un modo u otro, podemos advertir que en las crónicas introspectivas se prefiere la primera persona y el relato de algún suceso personal como la vida de un inmigrante latino en Estados Unidos y el papel que cumple el fútbol aficionado como experiencia de encuentro comunitario que cuenta Hernán Iglesias Illa (N°1) o lo que vivió entre la década del 90 y los primeros años del 2000 Enrique Symns en Chile, o su relación conflictiva con las drogas y con el líder de Los Prisioneros, Jorge González (N°13). Las crónicas periodísticas tratan temas de la actualidad tanto desde la perspectiva del autor como la de algún testigo. Podemos comentar, por ejemplo, el texto de Gabriel Dalla Torre (N°7) en el que cuenta su historia familiar y la de YPF, lo cual le sirve para reflexionar sobre el conflicto generado a raíz de la expropiación y nacionalización de la petrolera. Pero también encontramos algunas crónicas periodísticas en las que el tema elegido es precisamente el periodismo. En “Un oficio imperfecto” (N°13) de Enric González, por ejemplo, la perspectiva que se elige atiende a la crisis que afecta al periódico de papel. Como observa el autor: “Esa hegemonía del periódico clásico está evaporándose con rapidez debido a los cambios tecnológicos” (p. 69). Analiza a continuación el vínculo con los lectores, a quienes define como uno de los problemas más antiguos y graves del periodismo. Finalmente, indaga el papel de las redes sociales y de qué modo las recomendaciones y las suscripciones pueden contribuir para que los medios se aseguren rentabilidad¹⁰⁰.

¹⁰⁰ También en el segundo número, Internet funciona como un disparador, pero esa vez para comentar acerca del copyright, la regulación de sitios web y las medidas que el gobierno español de José Luis Rodríguez Zapatero intentó promover con la llamada Ley de Economía Sostenible. El abogado especializado en derecho informático David Bravo escribió esa crónica y aparece como protagonista en la *Orsai* N°3 de otra crónica

Después de un repaso de las crónicas, su presencia repetida, organización arbitraria y temas, podemos detenernos en un par de escritos de Pedro Mairal y Juan Villoro que se encuentran en el primer número de la revista para indagar la trama y el tono de la crónica en *Orsai*. Juan Villoro ha colaborado en un par de ocasiones. En el primer número, se encuentra “Mi padre, el cartaginés”, un extenso texto en el que presenta una semblanza de su padre, Luis Villoro, un reconocido filósofo que fue consejero del Subcomandante Marcos. Acerca de ese perfil, el autor reconoce en una entrevista que sus grandes influencias son familiares y que su círculo de afectos constituye una fuente inagotable de temas, “aunque a veces nos cueste entender que esas historias familiares pertenecen a la literatura”¹⁰¹. Sus crónicas se caracterizan por la hibridez, la ficción y su condición de testigo que presta la voz. En su trabajo no hay identidades fijas, sino hibridaciones evanescentes. Concepto central en el trabajo de Villoro en dos niveles: porque explica cómo la crónica está habitada por más de un género de modo equilibrado, idea que la configura como un género entre la literatura y el periodismo¹⁰² y, luego, porque está presente en la forma en que el autor entiende los fenómenos culturales contemporáneos.

Mairal escribe para el número inaugural “Un mail”. El texto comienza en realidad en una “Entrada” que escriben Jorge y Chiri unas páginas antes donde comentan que se asustaron

periodística sobre los indignados españoles que llevó el título “Pienso, luego estorbo” cuyo autor fue Ricardo Galli, un activista argentino del software libre. Galli comenta cómo surgió la iniciativa del #nolesvotes que nace como consecuencia del movimiento 15M (por la fecha 15 de mayo de 2011) en la que un grupo de ciudadanos se autoconvocó para manifestar su disconformidad con la Ley de Economía Sostenible. Sobre el reclamo explica que intentaron atacar al núcleo del problema y castigar a los tres partidos. El objetivo no era centrarse en el repudio a la censura en internet: “sino como representación de la peor corrupción política: ignorar a los ciudadanos, manipular la historia, legislar a favor de minorías y en contra de los intereses y los deseos de la sociedad” (p. 9).

¹⁰¹ Disponible en: <https://medium.com/el-caim%C3%A1n-barbudo/del-d%C3%ADa-que-juan-villoro-dijo-que-nadie-sobrevive-en-silencio-91b4875fc6e6>. [Última revisión 16 de diciembre de 2022].

¹⁰² Según Mena (2018) esa concepción: “pone a Villoro en diálogo directo con el modernismo hispanoamericano al asumir dos problemas: las tensiones entre escritor y periodista, y la dimensión mercantil de la escritura” (p. 71)

mucho cuando leyeron el extensísimo correo electrónico que el escritor argentino les envió. Allí, Mairal les pedía primero disculpas porque no había podido escribir la crónica que Casciari y Basilis le habían encargado cuando se juntaron en Madrid para luego recordar un blog que en 2005 abrieron en su honor Llach, Incardona, Casas, Terranova y Llambí. Ese blog, que se llamó “El remisero absoluto”¹⁰³ por el sobrenombre que Mairal se ganó en una noche de alcohol, le permitió comprender que: “La forma en que funcionaba la poesía en los noventa, con ciclos de lecturas y ediciones independientes se estaba trasladando a la narrativa, con ciclos de narradores y también blogs. Los blogs provocaron una comunidad” (p. 143). Además, considera que eran una forma de amistad y concluye que si se formó algo parecido a una generación literaria en esa época fue por los blogs. Pero lo que más nos interesa destacar de esta crónica es lo que dice cerca del final, cuando enuncia la larga enumeración de temas que hablaron con Hernán y Chiri en esa comida en Madrid: “Del blog como show y el libro como archivo; de la inexistencia de los géneros menores porque todo texto bastardo y desprestigiado puede tener fuerza verbal” (p. 149). Si algo queda en claro de la lectura de las palabras de Mairal, pero también de la colección de revistas es que están atravesados por la idea de que no hay géneros mejores que otros y que la revista debe operar como un espacio democratizador, heterogéneo y plural.

Las piezas que componen esta publicación dan cuenta de este estado de la literatura ya que en ellas se advierte una voluntad de correr los límites de lo que puede considerarse valioso dentro de cierta concepción de lo literario. Casciari y Basilis mencionan con frecuencia una “literatura pura” y con ese concepto parecen hacer referencia no solo a escrituras legibles dentro de los códigos de los géneros, sino que aluden sobre todo a lo que se ajusta al

¹⁰³ El blog, aunque inactivo desde 2006, contiene aún los posts a los que hace referencia Mairal. Disponible en <http://elremiseroabsoluto.blogspot.com/>. [Última revisión 16 de diciembre de 2022].

sistema de producción, circulación y consumo de lo literario. En este sentido, la forma de hacer literatura en el recambio de siglo está indudablemente atravesada por los cambios tecnológicos (en especial el desarrollo de internet), económicos (la fuerza del régimen neoliberal), sociales (los flujos migratorios) y políticos (determinados por los corrimientos del poder de algunas regiones dentro de un proceso de posglobalización) que reajustan, por ejemplo, la jerarquía de los géneros literarios o la manera de valorar la originalidad y la copia.

La revista *Orsai* da cuenta de este proceso en su preferencia por la crónica, un género cuya definición, como hemos podido ver, es bastante imprecisa e inasible. Una forma literaria versátil que supo cómo adaptarse a este tiempo y que en esta publicación gana visibilidad y reafirma su identidad entre literaria y periodística. La historieta, en cambio, opera de una manera diferente. Su presencia encarna otros aspectos del programa ético del proyecto que tienen que ver con su histórica posición relegada a un consumo juvenil de escaso valor artístico. Aunque en los últimos años su lugar en premiaciones¹⁰⁴, su abordaje en tesis, su tratamiento en revistas, su espacio en muestras artísticas, su aparición en eventos académicos y otras señales indican una recelosa legitimación. En cada número de la publicación ocupó un lugar central que se advierte tanto en la decisión de usar un detalle de la historieta como portada como del hecho de que en el primer año las narraciones gráficas fueron adaptaciones de obras del director. En ambos casos, se trata de formas de extensión de lo literario en géneros no literarios (historieta) o no solo literarios (crónica).

En cuanto a los escritos autorreferenciales de Casciari, funcionan como una muestra de la crisis de las estéticas de la originalidad y la potencia de la reescritura. El estado abocetado

¹⁰⁴ Fue muy comentada la inclusión desde el año 2020, bajo la dirección de Mariana Enríquez, de la categoría novela gráfica en el premio del Fondo Nacional de las Artes.

de los textos permite las diferentes versiones que se adaptan al deseo de los distintos públicos, situaciones y medios en los que se van a exponer. Hay relatos a la carta, a la medida de cada gusto y necesidad porque está atento a los nichos de mercado. En este sentido, es posible afirmar que cuando Casciari se asume como empresario más que como escritor no se trata de otro gesto propio de sus manifestaciones públicas que buscan llamar a atención con expresiones polémicas y rimbombantes (como cuando afirma que la literatura “Ya pasó” o que él no lee o que las grandes editoriales son estafadoras). El proyecto *Orsai* pone de manifiesto el vaivén entre la romantización del quehacer literario, con la valoración hiperbólica de la posesión de una revista y la participación en ella, y un reconocimiento ambivalente, por momentos con tintes cínicos, por otros, utópicos, de que se trata de un negocio, pero con una lógica que se quiere singular.

Referencias bibliográficas

- Amícola, José. (2007). *Autobiografía como autofiguración. Estrategias discursivas del Yo y cuestiones de género*. Rosario: Beatriz Viterbo.
- Arfuch, Leonor. (2002). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. CABA: FCE.
- Barthes, Roland. (1987). “La muerte del autor” (1968). En *El susurro del lenguaje*. Barcelona: Paidós. (pp. 65-71).
- Caparrós, Martín. (2007). “Por la crónica”. Disponible en: http://congresosdelalengua.es/cartagena/ponencias/seccion_1/13/caparros_martin.htm.
- Carricaburo, Norma. “La literatura y los nuevos soportes”. En Revista *Boca de sapo*. Invierno de 2009, año X, N°4, pp.72-77.
- Carrión, Jorge. (2012). *Mejor que ficción. Crónicas ejemplares*. Barcelona: Anagrama.
- Catelli, Nora. (2007). *En la era de la intimidad seguido de: El espacio autobiográfico*. Rosario: Beatriz Viterbo.
- Cleger, Osvaldo. (2009). *El arte de narrar en la Era de las Blogoficciones: una aproximación interdisciplinaria a la literatura en los Blogs*. Tesis de Doctorado en Filosofía. Universidad de Arizona.
- De Santis, Pablo. (2004). *La historieta en la edad de la razón*. CABA: Paidós.

- Escandell Montiel, Daniel. (2014) *Escrituras para el siglo XXI. Literatura y blogosfera*. Madrid: Iberoamericana-Vervuert.
- Foucault, Michel. (1989). “¿Qué es un autor?”. Revista *Conjetural*, 87-111.
- Garramuño, Florencia. (2009). *La experiencia opaca. Literatura y desencanto*. CABA: FCE.
- Garramuño, Florencia. (2015). *Mundos en común. Ensayos sobre la inespecificidad en el arte*. CABA: FCE.
- Giordano, Alberto. (2008). *El giro autobiográfico de la literatura argentina actual*. CABA: Mansalva.
- (2011). *Vida y obra. Otra vuelta al giro autobiográfico*. Rosario: Beatriz Viterbo.
- (2017). *El tiempo de la convalecencia*. Rosario: Iván Rosado.
- “Alan Pauls y la literatura expandida”. En *Orbis Tertius*, vol. XXIV, n°29, mayo-octubre de 2019.
- Goys, Boris. (2015). *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. CABA: Caja Negra.
- Gusdorf, Georges. (diciembre de 1991). “Condiciones y límites de la autobiografía”. *Anthropos, suplementos* (29), 9-18.
- Herrero, Mariela. (2016). “Estéticas de la errancia. Literatura y arte contemporáneos como tecnologías de la proximidad en los siglos XX y XXI en Latinoamérica”. En *Actas*

del *III Seminário Internacional Língua, Literatura e Processos Culturais. Universidade Caxias do Sul.* Disponible en:
https://www.academia.edu/30091479/EST%C3%89TICAS_DE_LA_ERRANCIA_LITERATURA_Y_ARTE_CONTEMPOR%C3%81NEOS_COMO_TECNOLOG%C3%8DAS_DE_LA_PROXIMIDAD_EN_LOS_SIGLOS_XX_y_XXI_EN_LATINOAM%C3%89RICA

- Jaramillo, Darío. (2012). *Antología de crónica latinoamericana actual*. Madrid: Alfaguara.
- Kamenzain, Tamara. (2016). *Una intimidad inofensiva: los que escriben con lo que hay*. CABA: Eterna Cadencia.
- Kozak, Claudia. (2012). *Tecnopoéticas argentinas. Archivo blando de arte y tecnología*. CABA: Editorial Caja Negra.
- Laddaga, Reinaldo. (2007). *Espectáculos de realidad: ensayo sobre la narrativa latinoamericana de las últimas dos décadas*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.
- (2010). *Estética de laboratorio*. CABA: Adriana Hidalgo Editora.
- Laera, Alejandra. (2014). *Ficciones del dinero. Argentina 1890-2001*. CABA: FCE.
- Lejeune, Philippe. (1973). *El pacto autobiográfico y otros estudios*. Madrid: MegazulEndymion.
- Ludmer, Josefina. (2010). *Aquí América latina: una especulación*. CABA: Eterna Cadencia.

- Mena, Henry Paul. (2018). *Alberto Salcedo Ramos y Juan Villoro: un itinerario en la crónica latinoamericana contemporánea para la reflexión y la crítica cultural*. Tesis de Maestría de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Miller, Jacques-Allain. (2010). *Extimidad*. Madrid: Paidós.
- Molina, Cristian. (2013). *Relatos de mercado. Literatura y mercado editorial en el Cono Sur (1990-2008)*. Rosario: Fiesta Ediciones.
- . “Notas sobre las melancolías y las perezas en La mafia rusa, de Daniel Link”. En *El taco en la brea*, Año 3, N°4, noviembre de 2016, pp. 65-85.
- Moriconi, Ítalo. “Circuitos contemporáneos de lo literario”. En Cárcamo-Huechante, Luis y otros (2007). *El valor de la cultura*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora. pp.179-199.
- Pauls, Alan. “El arte de vivir en arte”. Leído el 16 de julio de 2008 en el coloquio *La littérature latino-américaine au suil du XXIeme siecle*, Cerisy-la-Salle, Francia.
- Premat, Julio. (2009). *Héroes sin atributos. Figuras de autor en la Literatura Argentina*. CABA: FCE.
- Rancière, Jacques. (2011). *El destino de las imágenes*. CABA: Prometeo Libros.
- Ramos, Julio. (2003). *Desencuentros de la modernidad en América Latina. Literatura y política en el siglo XIX*. Santiago de Chile: Editorial Cuarto Propio.
- Reggiani, Federico. “El lugar de lo cómico: algunos desplazamientos en el humor gráfico”. *Antíteses*. Vol. 5. N° 9. Enero-julio de 2012. pp. 127-141.

- Rolle, Carolina. (2017). *Buenos Aires Transmedial. Los barrios de Cucurto, Casas e Incardona*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.
- Román, Claudia. (2017). *Prensa, política y cultura visual. El Mosquito (Buenos Aires, 1863-1893)*. CABA: Ampersand.
- Rotker, Susana. (1992). *La invención de la crónica*. CABA: Ediciones Letra Buena.
- Sibilia, Paula. (2013). *La intimidad como espectáculo*. CABA: Fondo de Cultura Económica.
- Steimberg, Oscar. (2013). *Leyendo historietas. Textos sobre relatos visuales y humor gráfico*. CABA: Eterna Cadencia Editora.
- Topuzian, Marcelo. (2014). *Muerte y resurrección del autor (1963-2005)*. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.
- Villanueva Chang, Julio. “En que enciende la luz. ¿Qué significa escribir una crónica hoy?”. En Jaramillo Agudelo, Darío. (ed.). (2012). *Antología de crónica latinoamericana actual*. Madrid: Alfaguara.
- Villoro, Juan. (2005). *Safari accidental*. CDMX: Editorial Planeta.
- Yépez, Heriberto. (2020). *Después de las literaturas post-autónomas. Más allá de Josefina Ludmer*. Disponible en: <https://colabdecritica.com/2020/12/01/post-autonomos/>.

Conclusión

En septiembre de 2003, Hernán Casciari creó el *Weblog de una mujer gorda*, un blog cuyas entradas se reunieron un par de años más tarde en un libro, *Más respeto que soy tu madre* (2005) que devino una obra de teatro de enorme éxito. En los años siguientes el autor publicó su producción en grandes editoriales como Plaza & Janés y Sudamericana hasta que en 2010 fundó su propia editorial que llevó el sello Orsai y unos meses después comenzó con el proyecto de la revista que tuvo dos épocas, la primera comenzó en 2011 y se extendió hasta finales de 2013 y la segunda empezó en 2017 y continúa. La editorial Orsai se dedicó desde diciembre de 2015 también a organizar eventos culturales. Finalmente, en 2020 nació la Fundación Orsai, una organización sin fines de lucro que:

tiene por objeto desarrollar, estimular y participar en iniciativas educativas, comunitarias y de investigación vinculadas al desarrollo de la cultura y la comunicación, en particular en las áreas de la literatura, la crónica, el cine, la dramaturgia y cualquier otro registro que requiera el arte de la narrativa como soporte natural¹⁰⁵.

Según Casciari, el proyecto devino tan personal que cada vez que cumple años y cambia de década tiene que dar una especie de volantazo. A los 30 hizo el blog, a los 40 la editorial y la revista y a los 50 la fundación. Uno de los más recientes giros se anunció el 2 de diciembre de 2020, cuando informó en la página web de la comunidad Orsai que: “*Orsai*

¹⁰⁵ Disponible en <https://comunidadorsai.org/novedades/piedra-fundamental>. [Última revisión 28 de junio de 2022].

producirá cine desde 2021 y el proceso va a ser una película aparte”¹⁰⁶. Con el propósito de desarrollar narrativas audiovisuales, compró los derechos de *La uruguaya* (2016) de Pedro Mairal (colaborador histórico de *Orsai*) e invitó a participar a los socios de la revista como productores asociados. Explicó que era conveniente que entraran pronto en una lista de espera ya que él sabía que el proyecto tendría mucha repercusión “porque los conozco y sé que son muy manija”. Comentó, además, que a partir del 1 de enero de 2021 se iban a poner a disposición seis mil bonos a un valor de 100 USD cada uno. Pero advirtió que el objetivo central del proyecto no es económico, “sino divertirnos como chanchos en el proceso de crear una película”.

En su etapa más reciente, el proyecto de Casciari mantiene algunos de los objetivos rectores del inicio, como, por ejemplo, la conformación de una comunidad Orsai que permita continuar con el principio de no intervención de empresas con publicidad. Esto se pretende conseguir mediante la instauración de un sistema de fichas (para “meterle fichas” al proyecto) que refuerza algo que el autor remarca en relación con la revista, que se trata de una apuesta arriesgada que se vivencia como un juego entre amigos. La fundación opera como una especie de casino de apuestas culturales que se define por la transparencia y el lugar de quienes se atreven a jugar puede ser el de la contribución de dinero o el del voluntariado ya que: “los benefactores son mecenas, gente que dona dinero o tiempo”.

Al igual que en sus primeros años, en la segunda época, *Orsai* presenta una versión impresa y una digitalizada (la posibilidad de leer online un PDF de la revista de papel), pero, a diferencia de lo que sucedió entre 2011 y 2013, esta vez se suma una tercera versión que es

¹⁰⁶ Disponible en <https://comunidadorsai.org/novedades/orsai-audiovisual>. [Última revisión 28 de junio de 2022].

digital e independiente de las otras dos¹⁰⁷. Algunos de los colaboradores se mantienen, pero la forma de los contenidos ha variado: son mucho más breves y se cuenta con la posibilidad de escucharlos. Las secciones destacadas son la crónica narrativa, introspectiva y periodística; actualidad en verso (con la participación de Zambayoni), el editorial, la columna de opinión y la carta. Algunos colaboradores son Melina Knoll, Pilar Gamboa, Mercedes Romero Russo, Brenda Gandini, Cecilia Roth, Mercedes Morán, Camila Sosa Villada, Juan Diego Incardona, Mex Urtizberea, Juan Sklar, Camila Maurer, Marina Bellati, Mayra Arena, entre otros.

La incorporación de los audios en esta nueva versión digital es sugestiva y acaso tenga que ver con algo que Casciari afirma en una entrevista reciente: “No soy escritor”¹⁰⁸. El director de *Orsai* señala que en los últimos años descubrió que se considera un comunicador, alguien que cuenta historias, que las lee en voz alta, pero que ya no las escribe. Eso explica en alguna medida la constante migración de sus relatos que van del blog a la revista y que de allí pasan a su columna en la radio o a un programa de televisión nocturno y llegan a libros o a aplicaciones para la reproducción de música vía *streaming*. Ese constante salto de los contenidos, que pasan de lo escrito a lo oral, así como el acto de repetición y reutilización dan cuenta no solo de la oralidad que atraviesa sus escritos, sino también de una productividad que apunta a la reinvención con una economía de materiales. El desplazamiento de un soporte a otro se comprende por su condición expandida.

Para Casciari, la literatura no tiene un estado definitivo y el medio escrito es solo una de sus posibles configuraciones. Sus presentaciones públicas, solo o acompañado, emulan la

¹⁰⁷ Disponible en https://issuu.com/hernan_casciari/docs/orsai. [Última revisión 28 de junio de 2022].

¹⁰⁸ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=7qcSsf7FVGQ>. [Última revisión 28 de junio de 2022].

forma del recital. Así como un cantante o una banda tocan las mismas canciones en múltiples oportunidades y cada versión es distinta, las narraciones del autor varían porque no las lee, sino que se apoya en anotaciones y decide la duración, dónde poner el énfasis, qué momentos elidir o agregar de acuerdo con lo que el clima emocional de la situación de exposición le indica. También como los músicos, hace *covers*, es decir, toma la obra de otros escritores y las adapta. Es sugestiva la manera en que las salidas comerciales que encuentra para su producción parecen nunca agotarse: una experiencia que comenzó como una participación en un ciclo de televisión (que lo llevó a acortar textos propios y ajenos a la duración de 5 minutos) se transformó en un libro (*Una playlist de 125 cuentos*), en un podcast, en contenido de sus redes sociales y en espectáculos de teatro.

Cuando explica el proyecto Orsai, Casciari apela a un tono épico. Señala que, para cambiar las condiciones de funcionamiento de la industria editorial, creó una revista y una editorial. Toma distancia crítica de los modos convencionales de hacer revistas y libros y ensaya un sabotaje que se cifra en su “utopía anticorporaciones”. No obstante, dicho desencanto no anula la explotación comercial, sino que, como advierte Chiri, Casciari es un “gordito marketinero” (Nº13, p. 88) que recurre a estrategias como la aparición de su imagen caricaturizada, el uso de eslóganes, los concursos, su presencia mediática y una persuasión emotiva que aspiran a seducir a los lectores.

Quienes inyectan energía al proyecto son los lectores, concebidos por el director como usuarios¹⁰⁹ que se ven interpelados por una propuesta que requiere de su solidaridad, de su

¹⁰⁹ Tal como explica Zygmunt Bauman (2013): “la cultura de la modernidad líquida ya no tiene un ‘populacho’ que ilustrar y ennoblecer, sino clientes que seducir” (p. 21). En este sentido, Jeremy Rifkin (2000) explica que en esta nueva era el “acceso” se diferencia del “intercambio” y es propio de una economía red en la que el capital intelectual funciona en tanto fuerza motriz y donde las ideas, los conceptos y las

generosidad, de su confianza, pero sobre todo de su intuición. Ellos deben comprender el valor de lo que les ofrece *Orsai*. La creatividad no puede ser entendida por el director si no va de la mano del control. Él está a cargo de los múltiples, complejos y variados aspectos que implican hacer una revista y lo exhibe de modo recurrente en editoriales, “Sobremesas” y avisos legales. Los editoriales de *Orsai*, cuya retórica se acerca al manifiesto, cristalizan esta conjunción de ego y colectividad: un proyecto con un nombre propio que es desbordado por la comunidad de personas que lo acompañan.

Quienes aportan al sostenimiento de la revista y de todo lo que la rodea (espectáculos teatrales, presentaciones en *streaming*, venta de libros, lecturas en eventos, podcast en Spotify, etc.), se involucran condicionados por la lógica de la colección (deben tener en sus manos cada número y debe aparecer su nombre dentro de la revista porque son “benefactores”) al tiempo que se activa en ellos la dimensión afectiva. El director-personaje reveló sus miedos, anécdotas vergonzantes, hobbies, la composición de su familia, autores favoritos, sueños, la experiencia de un infarto, etc., en un conjunto de textos paródicamente autobiográficos en los que se ridiculiza su personalidad.

Aunque hay una comunidad Orsai, esta no deja de ser la revista de Hernán Casciari. Los contenidos que se incorporan son de sus amigos o de sus maestros y la concepción de

imágenes son los auténticos artículos con valor. En este contexto, se hace posible la apropiación de bienes a través de redes digitales que han modificado la forma de vincularnos con la cultura. Rifkin advierte que desde hace unos años se ha experimentado una transformación en los modos de consumo que se caracterizan por un desplazamiento de la geografía al ciberespacio, del capitalismo industrial al cultural y de la propiedad al acceso. Por otra parte, Joan Oleza (2009) considera que la posmodernidad se define por tres grandes ejes: la globalización, las nuevas tecnologías y el consumo. En el consumo se observa un cambio de modelo productivo, de uno fordista a otro toyotista. Mientras que el primero se basa en la producción masiva de mercancías estandarizadas, fabricadas en cadena; el segundo invierte la relación entre producción y consumo, la iniciativa pasa al consumo que determina la producción. Señala también que la tecnología de la comunicación y del marketing asegura la interactividad continua entre productores y consumidores, lo cual permite que se pueda consultar el interés de los potenciales compradores.

literatura se caracteriza por ser amplia, flexible, porosa y por utilizar materiales que provienen de la vida de sus autores. Hay una manifiesta preferencia por la historieta y la crónica, géneros que se distinguen por no ser literarios o por no ser únicamente literatura. La inclusión de estas producciones se orienta en la dirección de las escrituras posautónomas y se alejan de las “literaturas puras” a las que hacen referencia Casciari y Basilis en varias oportunidades.

En resumen, hemos atendido a una muestra de un proyecto amplio que pone en ejercicio el gusto por una literatura diferenciada de su momento autónomo y el deseo de gestionar acciones culturales sostenidas por la confianza, el entusiasmo, el juego y el afecto. Hay una reapropiación de los procedimientos del marketing que posibilitan respetar los lineamientos éticos que desde el inicio definieron a la revista, a saber: la gratuidad y la ausencia de publicidades tradicionales que condicionen la forma y los contenidos de la publicación. *Orsai* encarna una muestra de un estado del mercado editorial de las revistas, en el que el espacio digital y en el que la identificación de una figura carismática que se mueva con soltura en distintos terrenos devienen factores decisivos para su existencia. Casciari corre cada vez más lejos el límite de lo que empezó como un blog y una editorial independiente y se reafirma como una especie de *showman* que está en una continua búsqueda de actividades que le permitan mantener vivos sus afectos desde un lugar que no sea el de la nostalgia. En sus palabras: “*Orsai* es la actividad que tenemos Chiri y yo para seguir siendo amigos”.

Referencias bibliográficas

Baumann, Zygmunt. (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. CABA: FCE.

Oleza, Joan. “El consumo de cultura en la era informacional”. En Tortosa, Virgilio. (ed.). (2009). *Mercado y consumo de ideas. De industria a negocio cultural*. Madrid, Biblioteca nueva. pp. 29-55.

Rifkin, Jeremy. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.

Anexo

Entrevista a Hernán Casciari

Jueves 13 de diciembre de 2018

Bar Lumiere, Villa Urquiza, Buenos Aires

¿Cuáles fueron las condiciones del mercado editorial de las revistas en las que surgió *Orsai*?

HC: El mercado de las revistas son los quioscos. No hay otro y nunca hubo otro. Hasta la aparición de las tecnologías los editores o los autores o los que hace revistas se pueden comunicar con los potenciales lectores en Facebook, en un blog, en cualquier lado como lo hicimos nosotros y decirles “Che, ¿quieren que hagamos tal cosa? Se compra de esta manera, no va a salir en quioscos y buenas noches”. Cada uno hace lo que puede tratando de esquivar la mafia de la distribución de quioscos. Por eso no hay un mercado, *Anfibia* lo hace de una manera, ahora va a salir en papel con algún librito. Nosotros lo hacemos de una manera. *Panenka*, en España, lo hace de una manera. Cada revista hace lo que puede o va a quiosco. Punto y se acabó o alguien se encarga de todo. Pero no hay un mercado por fuera del quiosco.

Cuando comenzó el proyecto, ¿apuntaron a algún público en especial?

HC: Yo empecé a escribir cuentos hace muchísimos años en un blog. Se empezó a juntar mucha gente. Inicialmente no hubo ningún tipo de estrategia. De hecho, nadie sabía que tener una comunidad iba a estar bueno en el futuro. Pero bueno, se empezó a construir una comunidad y a esa comunidad, personalmente, le dije “Voy a hacer una revista”. La diferencia entre tener que poner avisos publicitarios que digan “Va a salir una revista para la mujer. Se va a llamar tal” y avisarle a un grupo de gente que ya tenés que vas a empezar un proyecto nuevo con una revista es que hay mucha más fidelidad.

En tus relatos hay una marcada autorreferencialidad, ¿se podría hablar de un personaje Casciari?

HC: Yo lo que hago es contar lo que va pasando. En la cabeza de cada uno somos un personaje. Lo que no ocurre en lo absoluto es que yo cuente algo que no creo que es. Las cosas que cuento no las cuento desde la estrategia sino porque me parece interesante contar eso. Luego funcionan, a veces, desde otro lugar y yo lo noto, lo detecto eso, me doy cuenta de que pasa de esa manera. Desde el momento en que me doy cuenta de que pasa eso ya no sé si lo siguiente que hago es para contarlo. Eso ya forma parte de lo psicológico. Me parece que a esta altura ya lo perdí de vista. Sé que con la revista hicimos algo con Chiri, por primera vez que nunca habíamos hecho nosotros que era tirar una piedra bien lejos y que el punto sea ir a buscarla, sabiendo que hay un precipicio en el medio. Vamos a tirar una piedra del otro lado del precipicio y el número que viene va a ser contar cómo fue ir a buscarla. Eso es generar un cuento real, nunca hubo una mentira. En un momento dijimos

“Queremos traer la pizzería de Mercedes a Saint Celoni” y eso llevaba unos esfuerzos económicos, de movilización de gente, traer un horno de 300 kg en un barco. Todo ese quilombo es literatura, si te lo ponés a contar. Y sabíamos que iba a funcionar mal, que era que funcionara bien. Que saliera mal iba a ser bueno para el que estaba mirando el juego. Entonces en qué momento uno decide si lo que cuenta es la verdad o es el personaje. Yo no tengo ni idea. A esta altura tengo todo tan mezclado y no me doy cuenta de eso. Hay una planificación mental. “Si yo tiro una piedra al costado el precipicio, la gente se va a divertir un montón”, eso es una planificación.

¿Cómo funcionan el juego y humor en la revista?

HC: El juego y el humor son lo mismo. Nuestra personalidad en *Orsai* con Chiri es, por lo menos, desde la infancia, la adolescencia y la primera juventud muy poco solemne. Hicimos la revista de esa manera. Nos cagamos de risa mucho de la solemnidad de la cosa cultural. Divirtiéndonos. De hecho, hoy mismo la revista es un hobby que tenemos. La segunda etapa es cada vez más hobby, una cosa que hacemos por afuera de nuestros trabajos. Es como ir a jugar al paddle los martes. Una cosa muy divertida.

¿Se puede definir a *Orsai* como una revista transnacional?

HC: Durante la primera etapa, *Orsai* se llega a distribuir en 32 países. Nunca se decidió ser transnacional, lo que pasa es que cuando sos inmigrante, lo tenés que ser. Estábamos viviendo todos allá [en España]. Entonces teníamos una visión de la Argentina que era un

grupito de gente igual que los mexicanos. Entonces, mirabas a toda Latinoamérica desde ahí y la idea era conversar con todos porque no estábamos en nuestra cuna. La revista comenzó a hacerse porque yo lo convencí de que fuera a vivir a España. Todos los números de la revista fueron con Chiri en España. Después él se volvió, dejamos de hacerla y, cuando yo me volví, volvimos a hacerla. Una vez que empezamos a hacerla acá, naturalmente salió la necesidad de ser menos contemplativos con lo panhispánico, para hablar acá con los nuestros. Lo del glosario fue una etapa. Son etapas incluso personales justamente porque cuando tenés una revista de autor las cosas cambian porque tenés hijos, porque crecen, porque te vas, porque volvés. La revista es casi como un diario íntimo nuestro. Si vos leés todas nuestras Sobremesas te encontrás con todas nuestras etapas. A veces hablamos por Skype, a veces las Sobremesas son desgrabadas, a veces estamos en el mismo lugar, en la misma mesa, a veces no. Nos contamos cosas porque estamos más lejos. Hay una fantasía corporativa en algunos lectores y somos cuatro amigos en una casa haciendo esto. No hay nada. Es un buen momento para dejar de pensar que lo que se hace en casa va a ser de mala calidad. Es el momento perfecto para hacer radio desde tu casa, para hacer una revista desde tu casa, libros desde tu casa, películas con tus dispositivos. Todo ese invento de que lo bueno es industrial se está cayendo a pedazos. Entonces, está bueno que se haga desde nuestra casa y que salga bien.

¿Orsai es una revista de autor?

HC: Sí. Si Chiri y yo no estuviéramos, nadie la haría. No es que puede venir una corporación a comprar *Orsai* y seguir haciéndola, ¿y las Sobremesas? La identidad es esa.

¿Cómo pasás de un texto a otro? Mediante dos que leyeron el anterior y están a punto de leer el que sigue y somos nosotros dos, no son otros dos, porque sino no existiría. Y es una revista de autor porque no le hacemos mucho caso a las cosas que hay que contar. Contamos las que nos importan a nosotros. Una de las primeras cosas que dijimos internamente, a modo cocina, es que nunca íbamos a caretear en una temática. Caretear significa que no íbamos a incluir nunca temáticas que no nos interesaran. De hecho, una de las cosas que me han preguntado es por qué no hay ecología. Porque me chupa un huevo la ecología. Nunca hubo o va a haber en la revista un tema ecológico. Jamás porque no nos importa el tema. Entendemos que no hay que tirar la basura no sé dónde, pero no nos importa, nos aburre muchísimo. Entonces nunca va a haber ese tema, nunca va a haber boxeo y por eso es una revista de autor. Sino el editor tendría que pensar en todos los sectores: “Pónganle más feminismo a esta revista porque es la época. Pónganle más ecología porque es la época”. Nosotros hacemos una revista que nos tiene que gustar a nosotros dos y el que no quiere, que vaya a buscar otra revista. No somos obsecuentes con el lector.

Sin embargo, complacieron a los lectores cuando les pidieron glosarios y sumario.

HC: Eso tiene que ver con la dinámica interna del lector de *Orsai*, no del mundo. El lector de *Orsai* siempre puede hacer pedidos. De hecho, hemos modificado el precio de tapa en algunos países por pedido de algunos lectores. Hemos hecho un montón de cosas a pedido del lector, pero cuando hablo de obsecuencia y complacencia me refiero a lo que está pasando en el mundo y lo que hay que escribir o lo que hay que publicar. Con los lectores

tenemos una comunicación real y de verdad. El glosario a mí me parece divertido, a Chirino. Duró poquito porque terminé convenciéndome él a mí de que no era necesario. Yo lo hubiera seguido poniendo siempre porque me gusta definir palabras, definírselas a otro. Qué cosa es Tinelli, a mí me divierte mucho. De hecho, la hacía yo a esa parte y Chiri decía “Es una pelotudez esto”, todo el tiempo y nunca estuvimos de acuerdo. Duró poco.

El sumario es más de María, la directora de arte. Ella siempre quiere sumario, a mí no me importa y algunas veces gana ella en alguna etapa entera y entonces digo “Bueno, en este año ganaste vos”. Igual que la franja de arriba, la franja blanca que a veces está y a veces no, a mí me encanta y a ella no. Y a veces gana ella y a veces gano yo, pero es por años. Yo soy muy obsesivo por que las cosas sucedan de a grupo. Es un TOC. Tengo muchos TOC con la revista, tengo muchas discusiones, con Chiri de contenido y con María de forma. Es un juego.

Entró Josefina Licitra en el último año y ahora somos cuatro. Está Horacio Altuna en la parte de arte. Con Chiri dirigimos a los que hacen, ya no hacemos. La segunda etapa con Chiri la hacemos por WhatsApp. Tenemos un grupo en el que todo el tiempo nos reímos de los que están trabajando, de Josefina, de Martín Felipe. Él es muy jovencito, entró como corrector y ahora es editor y traductor de textos en otros idiomas y también es una bestia trabajando como Josefina. María sigue trabajando con la misma intensidad que la primera vez. María es la que entiende todo y Chiri y yo estamos muchísimo más que antes en la venta de la revista. En la creación de nuevas formas de comunicación con el lector por fuera de la revista, pero leyendo todos los textos que llegan. Cada vez que Josefina me dice “Ya edité tal”, leo la edición y cómo quedó. Estoy a favor o en contra de tal cosa. Discuto mucho más de forma que de contenido. Chiri discute más de contenido con Josefina y yo de

forma con María. Pero en la primera etapa era nuestro único trabajo. Nos levantábamos y lo primero que hacíamos era *Orsai*. Ahora Chiri está haciendo películas de cine y yo estoy haciendo veinte millones de cosas en el teatro. Entonces la revista cambió completamente desde ese lugar. Dejamos de hacerla cuando no vivíamos juntos, entre 2013 y 2017, y en esos cuatro años seguimos haciendo un montón de cosas que, cuando volvimos a hacer *Orsai*, no quisimos sacrificar. Entonces contratamos gente que hace nuestro trabajo de antes. Nosotros visualizamos y lo coordinamos, pero no estamos trabajando todo el día. Relajamos mucho los tiempos, que salga un número cuando se nos antoje.

¿Definirías a *Orsai* como una revista multimodal?

HC: Ahora lo que vamos a contar en el número cuatro o el número veinte es que sale la *Orsai web*. Vamos a poner todos los números para descargar, pero además una vez por semana vamos a poner uno o dos textos exclusivos para la web porque a veces me mandan ideas (la propia gente nuestra) como por ejemplo “Tengo en exclusiva a Nahir Galarza (cuando no había hablado aún con nadie). ¿Te gustaría para *Orsai*?”. Y le digo que vamos a salir recién en diciembre y eso es algo que funciona ahora. Cuando me pasó eso tres veces, dije “¿Vamos a hacer una web?”. Para no tener que decir que no a esos contenidos. Para poder ponerlos ahí, el día que sea necesario. El 1 de enero sale. Hay un editorial mío en audio. La mayoría de los textos va a tener la lectura del autor. Van a ser versiones cortas. Va a ser una versión más de “ir caminando”. Vas a tener la revista como lectura de fondo, con textos largos para leer más tranquilo y después auriculares o teléfono, estas versiones funcionan mucho en teléfono.

Desde 2011 hasta 2014 había una plataforma para descargar *Orsai*. Tuvo millones de descargas. Después, cuando dejamos de hacerla, pasó a una plataforma de lectura. Antes teníamos que pagar mensualmente para sostenerla y lo hicimos mientras entró dinero de la venta de revistas. Ahora se va a poder descargar nuevamente.

***Orsai* no ha sido atendida por la academia. ¿A qué creés que responde esa falta de atención?**

HC: Está bien que los más académicos ninguneen la revista. Es hasta necesario y mejor porque no teníamos mucha afinidad nosotros. No chupamos ese culo. Es muy necesario para ese mundo que estén haciéndoles que sí con la cabeza. Igual es una cosa que pasa en Argentina, vas a cualquier país de Latinoamérica y el académico está emocionadísimo junto con el estudiante. Cuando se le pega una patada a lo industrial entran también en la volteada el ambiente de la educación porque hay una relación muy estrecha con lo industrial. “¿Cómo van a hacer una revista en una casa? Eso es demasiado amateur”. De manera premeditada no tenemos ninguna presencia en ningún lugar donde nos invitan, preferimos no ir. Preferimos organizar nuestras propias presentaciones, de forma más independiente, que tengan más que ver con el lector que con el dueño de la cosa. Nunca hemos ido, entonces cuando no vas, no te hacés amigo. No me parece un proyecto intelectual, me parece un juguete de la gente, un juguete que hacemos para nosotros. Es cultural, pero no intelectual. Siempre hemos encontrado en los estudiantes, a los que no les importa un carajo ninguna de estas cosas, una aceptación mucho más nutrida.

¿Por qué hay tantas referencias a cifras, números y cantidades en la revista?

HC: La referencia a los números es porque tuve que empezar a usar el Excel. Cuando empecé a interiorizarme sobre cómo se gestaba una editorial, al principio de todo, yo empecé a usar el Excel y me empecé a obsesionar mucho. Es una obsesión mía eso, no es de Chiri. El tema numérico es mío, estuve mucho tiempo pendiente de cuánto y cuánto y cuánto. No tengo voluntad de hacer las cosas bien, sino de hacerlas yo. Con el teatro también. Trato de que no haya ticketeras, de que me puedan comprar las entradas a mí. Me divierte. Le encontré el gusto a cosas que hace diez años me parecía que no eran artísticas que eran más de administrador y le encontré una vueltila creativa. Es como escribir un soneto. Sabés que tenés once sílabas, catorce versos, el uno rima con el tres, el dos con el cuatro es casi matemático. En un punto es matemático. Lo que le ponés adentro es artístico. Entonces quiero hacer un espectáculo en el Konex, en el Konex hay 600 butacas, tengo que venderlas a tanto para pagarle a los músicos el 30% de eso. Eso es un soneto. Cuando termina el show y todos cobraron y se llenó y yo me fui a mi casa, terminó el soneto y lo que pasó esa noche es la poesía.

¿Se puede definir a *Orsai* como una “utopía antimercado”?

HC: No estoy en contra del mercado, *Orsai* es antihijos de puta, no es antimercado. No pagarle a alguien por su trabajo es de hijo de puta. La publicidad a mí me parece una basura en todos los sentidos, en el sentido de ida y en el sentido de vuelta. Me parece una basura. Nunca tuvimos ni vamos a tener publicidad y es casi el sello. Las Sobremesas y la falta de publicidad es lo que hace que *Orsai* sea *Orsai*. Después le podés poner cualquier cosa, un

día puede ser de fotos, pero mientras tenga Sobremesas y no tenga publicidad, se puede seguir llamando *Orsai*. En el número tres tuvimos la sensación de que las Sobremesas era una idea que nos ponía demasiado en foco a nosotros. Entonces lo sacamos y fue tal el odio que les dio a todos que dijimos “No, me parece que era una buena idea” y nunca más la sacamos. Lo que genera tener publicidad, lo debo haber dicho en algún editorial, es que ellos deciden hasta cuándo. Por otra parte, condiciona los contenidos, pero antes que eso, aunque sea la publicidad más ética del mundo, aunque sea publicidad de angelitos, los angelitos deciden hasta cuándo. El angelito dice “No pongo más la contratapa” y no hay más revista. ¿Cómo va a decidir otro la duración de tu sueño? Pero, además, nunca son angelitos. Nunca. Es la fundación del banco tal que tiene que lavar plata, es Coca Cola, es Iberia y no solamente deciden, sino que no podés hablar de ellos. Eso se llama chantaje. Y así hasta donde quieran. Es una ridiculez en la que se apoya todo el mundo porque no se le ocurre de qué manera seguir haciéndolo sin eso y la manera es simplísima.

¿Cuáles son los antecedentes de *Orsai* y cómo influyeron en ustedes?

HC: Hay una tradición en la que se inscribe *Orsai*, tiene que ver con *Puro cuento* de Mempo, *Cerdos y peces* de Symns, *Co & Co* del gordo Chimirri y Horacio Altuna que eran nuestras lecturas. Nos enseñaron la pulsión de querer algo con muchas ganas. Me acuerdo sobre todo la *Puro cuento*, salía cada mes, después trimestral y después desapareció. Pero saber que una vez por mes, del 1 al 5 iba a haber una *Puro cuento* nueva e ir al quiosco para ver si ya había llegado y volverte frustrado porque no había llegado al pueblo o ir a Buenos Aires porque sabías que allá sí había llegado a mí me parecía fascinante.

Cuando empezamos a hacer *Orsai* era una época en donde todo era muy fácil de conseguir. Todo. Querías la discografía de Caetano Veloso, te la bajás, escuchás dos temas y papelera de reciclaje. Querés tal cosa, te lo bajás. Después empezaron a salir los diarios gratuitos. Salías del subte y te daban un diario gratis, al rato lo tirabas. Y lo primero que dijimos con Chiri fue “Que esto sea complicado de conseguir”. Por eso la gente no la tiró nunca. Si la hubiéramos hecho gratis, la tirás a la mierda porque no te importa esa revista. A las revistas *Puro cuento* las tengo guardadas y de cada una me acuerdo cómo la conseguí. A esa emoción el millennial la pierde. Posiblemente *Orsai* sea la última cosa del siglo XIX que se está produciendo en el siglo XXI. La primera temporada de *Orsai* fue eso, ir a la casa de otro, subirse a un colectivo, ir a buscarla, eso es necesario porque crea en tu cabeza un mito que después contará. En el futuro esto va a tener un olor, ya lo tiene, pasó tanto tiempo que ya lo tiene. Me parece que jugábamos a eso, a crear no una revista sino una experiencia alrededor de la revista. En todos lados pasó que la gente se juntaba en un bar a buscar la revista y nos mandaban la foto. Empezó a pasar en forma espontánea en Dublín, en Río Cuarto, en Zaragoza. Hubo gente que se ha casado porque se conocieron así y después te mandan la foto de los hijos. Son cosas divertidas que pasan. Lo virtual termina llevando a cosas distintas, a dos cuadras había alguien que tenía los mismos gustos que vos.

Es algo que en esa época pasaba por primera vez y es algo que ahora pasa todo el tiempo. Hoy no es noticia. Con *Orsai* pasó por primera vez. Empezamos a descubrir las herramientas, que la gente del barrio se podía juntar porque era más barato recibir así algo del correo. Nos preguntamos “¿Cómo hacemos para que esto cierre?”, si hay 40 tipos en Córdoba, hay que mandarlo todo junto, no hay otra manera porque sino no se puede seguir

haciendo. Le explicás a la gente, les mandás un mail a todos: “Che, se las vamos a mandar a Juan Carlos”.

¿Por qué terminó la primera etapa?

HC: Chiri se volvió a vivir a Argentina en el número catorce y tratamos de hacerla por Skype. Se volvió a Argentina porque el papá de María, la esposa y directora de arte, se estaba muriendo y quería estar con el papá los últimos meses y se quedaron. Estábamos haciendo el quince por Skype y era al pedo. Si era una cosa que inventamos para estar fumando porro juntos. Hacerla por Skype la vuelve un trabajo, había que controlar la hora, el horario de él y el mío. Le dije que cerremos el año. Pero inmediatamente que volví la hicimos otra vez y sale mucho más linda. Es mucho mejor revista hoy. Antes yo pensaba todo el tiempo en logística, ahora leo cuentos. Sabemos hacerla mucho mejor.

Es notable la preferencia por algunos géneros, ¿a qué responde esa recurrencia?

HC: La crónica, el folletín y el policial aparecen frecuentemente por gusto, porque nos divierten a Chiri y a mí mucho. Cuando nos juntamos nos contamos historias policiales que pasaron, del folletín nos divierte que sea una literatura de capítulos y la crónica del yo es casi un distintivo de *Orsai*. El autor que se pone en primera persona a contar algo es lo más divertido del mundo. Después hay muy pocas cosas, cuentos, literatura pura. No hay grandes producciones fotográficas, eso no nos interesa.

Pero una de las primeras impresiones es que abundan las imágenes.

HC: En *Orsai* hay ilustración, no fotos. No somos muy amigos de poner fotos en una revista porque entendemos que hoy en internet una foto se puede ver más grande, mejor, se puede ampliar. Por eso poner una foto en papel me parece ridículo. En cambio, el dibujo para mí es mucho más valioso, pedirle a alguien algo muy puntual que después de leer un cuento sale de su cabeza. Me parece divertidísimo cuando llega algo, cómo María lo va a calzar. Es una revista muy visual, pero desde el dibujo. Una foto la podés levantar de donde quieras. Agarrás cualquier revista cultural con muchas fotos y esas fotos son de bancos de imágenes que pagás por mes 22 dólares y tenés un montón de fotos que las podés usar como si fuera Spotify. Una ilustración es algo casi tan caro como un texto. Cada vez que tenemos presupuesto para un texto con ilustración es el 50% para el que escribe y un 50% para el que dibuja. Cada contenido de *Orsai* está saliendo entre 1000 y 1600 dólares entre edición, textos, etc. Porque lo queremos pagar como se paga en España. Queremos mantener ese estándar de pago. Menos yo, todos los demás, Chiri, Josefina, María y Martín Felipe son empleados, todos cobran un sueldo. No es que van a riesgo. Yo soy el único que va por fuera de eso. Si no vendo mucho pongo plata de mi bolsillo

¿Cómo surgió la idea de hacer presentaciones en teatros?

HC: Las obras surgen porque tuve un infarto en Montevideo y dejé de escribir, como no escribía, tuve que hacer esas cosas. Dejé de escribir porque no podía fumar. En realidad, tuve que dejar de fumar por un tema de salud y cuando me senté a escribir la cabeza me hizo clic y me di cuenta de que nunca escribí sin fumar. Escribo desde los trece años y

fumo desde los trece años. Cada vez que escribía algo, fue fumando. Me quise poner a escribir y empezaba a tantear el tabaco y no podía seguir. Dije “Bueno, no sigo más”. No me iba a poner a escribir sin placer, es una ridiculez. En el momento en que dejé de escribir la cabeza sola empezó a buscar la creatividad en algún lado. Lo primero que hice fue radio y, al mismo tiempo, me pedí un teatro para leer en voz alta y resultó muy divertido. Todo el tiempo se llena. Siempre terminás haciendo las cosas porque funcionan. Primero incorporé a mi familia, después a músicos que me gustan mucho, después lo empecé a hacer solo. Ahora lo estoy haciendo solo porque puedo ir a más lugares. Ahora, después de tres años, pude volver a escribir, empecé hace tres semanas. Ya no tengo casi ningún recuerdo del cigarrillo. Me puedo sentar a pensar una historia. Para el año que viene recorté muchísimo mis presentaciones teatrales, voy a hacer cosas solamente la segunda semana de cada mes. Eso significa que tengo entre cada una de esas presentaciones un mes entero de concentración para escribir.

¿Estás escribiendo algún libro?

HC: Nunca armé ningún libro. Escribo. Se me ocurre una cosa que me pasó y la escribo, la subo al blog y cuando hay cuarenta cosas más o menos parecidas se convierten en libro, pero eso es después. No tiene sentido estar pensando porque para mí sigue siendo publicar gratis donde se me ocurra y quiero que siga siendo así porque me va bien. Me funciona bien la cabeza. La revista digital es lo más importante para el año que viene, vuelve a ser mi juguetito.

¿La editorial Orsai sigue activa? ¿Tienen contacto con otros editores?

HC: La editorial sigue porque salen mis libros de ahí. Todos los años saco un libro. De hecho, sigo manteniendo las dos direcciones, la de Buenos Aires y la de Barcelona, porque se sostienen bien. Mis libros se venden mucho, a mí me sorprende mucho eso. Para 2019, Chiri y María me propusieron hacer una colección que se llamará “Vecinos”, que es lo que ellos entienden que es la mejor novela de cada país vecino: Uruguay, Chile, Paraguay, Bolivia, Brasil y después supongo que seguirán por Perú, seguirán subiendo. Pero inicialmente los limítrofes. Va a salir el 1 de enero la primera. Están leyendo mucho.

La editorial no mantiene diálogo con otras editoriales, jamás he hablado con nadie. En general no mantengo diálogo con nadie porque me aburre mucho, a veces voy caminando por un costado y escucho en una feria del libro de lo que hablan y no me interesa nada. Me aburro, me quedo dormido, no sé bien qué hay que decir, nunca me parece que yo esté a la altura de las conversaciones que tienen. Siempre me parece que soy un estúpido mirando a gente inteligente que habla de autores. En algunos casos he detectado que es pose y en otros que es gente sumamente inteligente y que yo no puedo llegar ni al 10% de lo que está pensando. Además, como soy un poco antisocial también, ya de por sí prefiero evitar todo.

Una vez me acuerdo de que estuve en una mesa en Lima hace muchos años. Estaban el director de *El malpensante* de Colombia, el director de *Etiqueta negra* de Perú, el director artístico del diario *El país* de España, me invitaron a mí. No pude ni hablar, nunca entendí ni una sola palabra de lo que dijeron y las que entendía me aburrían y pensaba “¿Cuándo empiezan a hablar del Barza?, ¿cuándo empiezan a hablar de fútbol?”. Nunca hablaron de fútbol. Me aburrí y tomé nota mental de que nunca más iba a aceptar una invitación a algo

así. No estoy capacitado. Chiri a veces va, lo he visto interactuar con esa gente y es mucho más inteligente que yo. Sabe de lo que hablan.

¿Con qué rol te sentís más cómodo, con el de editor o el de lector?

HC: Somos más lectores. Entre estar en una mesa con editores, prefiero mil veces estar en una mesa con los lectores de la revista *Orsai*. Siempre es más divertido por ahí sí se ponen a hablar del Barza o de una serie, pero desde ningún lugar. No como si fueran los dueños de la cultura que puede hablar. Siempre me he sentido mucho más cómodo, cuando voy a algún lugar, si estoy con los lectores. Ese grupo de gente que se saca la foto con la revista. Siempre es mucho más divertido porque me siento más parecido a esa gente que a la otra que parece que se comieron algo y se creen que son alguien.

¿Cómo consiguen las entrevistas exclusivas?

HC: El primer número fue el único complicadísimo. Estuvo Nick Hornby, Altuna cuando no lo conocíamos personalmente. Fue el único complicado porque no teníamos nada para mostrar y no le podíamos decir a nadie quiénes éramos. Después de la existencia del número uno con su peso específico, tratar de convocar a otro autor complicado o tratar de generar algo fue más fácil y con el tiempo se fue haciendo cada vez más fácil. Ahora a muchos autores les decís *Orsai* y saben de qué se trata, no hace falta explicarlo tanto. También funciona mucho la empatía porque lo de Hawking, por ejemplo, pasó porque un amigo de él, un científico argentino que era lector de la revista nos dice “Che, yo tengo

llegada a este tipo” porque había leído en algún lado que dijimos que era lo único imposible, lo único que no íbamos a conseguir. No queríamos el típico reportaje que le hacía todo el mundo a Hawking que era mandarle un formulario con preguntas que él contestaba, no, nosotros queríamos estar tocándole los botoncitos de la silla de rueda, preguntándole boludeses. No si Dios existe. Lo dijimos con Chiri de una forma utópica y un lector de la revista, íntimo amigo de él, viviendo en Oxford nos escribe para hacer algo. Esa es la empatía que se generó siempre. Con Spinetta lo mismo. Gente que lo conocía nos dice “Él hace unas cosas con photoshop y está todo bien si le pedimos algo”. Son lectores que funcionan como la mejor red. De hecho, está pasando ahora. Chiri consiguió un cuento inédito de una autora belga que vive en una isla sin teléfono, solo tiene un fax. También por una lectora que tiene un marido que es belga y que su madre fue amiga. De nuevo, una manera rarísima que me parece que es la mejor manera de encontrarse con las perlitas. Los despleables también siempre fueron gustos. Nunca pensamos “Este número quedamos en rojo”. Muchas veces quedábamos en rojo, pero por querer darnos ciertos lujos. Para lo del Indio Solari, por ejemplo, había que irse a Nueva York, era un quilombo y no teníamos plata destinada a eso. Pero pensamos qué importa, dentro de un año nadie se va a acordar de la plata. En cambio, lo otro queda. Es pensarlo más como vacaciones que como un trabajo. *Orsai* son las vacaciones.

¿Qué balance hacés del proyecto?

HC: A las amistades de la infancia, la única manera de sostenerlas vivas y no desde la nostalgia es generando permanentemente actividades y *Orsai* es la actividad que tenemos

Chiri y yo para seguir siendo amigos. Funciona desde ese lugar, sino estaríamos hablando de la secundaria. Yo no soy editor ni director de una revista, soy escritor. Cuando escribís cosas y sos autorreferencial todo el tiempo que me pasa de puro perezoso (porque hay que estudiar para escribir sobre el siglo XVII o sobre el Rey Juan Carlos) no te podés poner como héroe. Tenés que contar lo peor tuyo, sino sos una propaganda, no sos un escritor. Voy a buscar lo mío, generalmente lo más patético porque hacer lo contrario está mal, hay que mostrar lo peor. Sino el otro se va a poner a leer el panegírico tuyo. Trato de escaparle a la heroicidad.