

PROPUESTAS PARA FOTOLIBROS LATINOAMERICANOS SOSTENIBLES

No es el fin del mundo: hay proyectos fotográficos que no funcionan en formato libro. Escúchalos.

Auto publicación: el libro es un medio de comunicación. Si querés conectar contigo más que con los/as lectores/as, el libro que necesitás es un diario personal. Escuchate honestamente.

Si no hacés, no entendés: experimentá produciendo (muchas) maquetas, es fundamental para entender qué podés pedirle a un fotolibro.

Instagram es otra cosa: el libro persiste en el tiempo y necesita de tiempo para ser desarrollado.

Sostenibilidad es colectividad: nunca vas a tener la misma experiencia que editores/as, diseñadores/as y productores/as gráficos/as. Colaborá con ellos desde las primeras etapas.

Pagá las cuentas: remunerar de forma justa a todos/as los/as profesionales involucrados/as en el proceso editorial –no solo la gráfica– también es sostenibilidad.

Local y honesto: valorá materiales y técnicas que podés encontrar en tu territorio. Son parte de tu identidad.

Adaptarse o morir: renunciar a algunos deseos, trabajar con profesionales locales y evolucionar juntos/as en el proceso es lo que transforma expectativas frustradas en prácticas sostenibles.

Rompé el círculo: no empieces un proyecto editorial sin tener en cuenta su circulación desde el momento uno.

ACCESIBLES

No hay atajo sin trabajo: salí del mundo fotográfico; arriesgate a conectar con nuevos públicos y lenguajes. No es nada fácil, pero es necesario.

Hacemos historias: tratá de mostrar al público que los fotolibros contienen historias igual que los cómics y películas.

El lector es tu pastor: un fotolibro es un espacio de libertad artística y experimentación, pero tené cuidado de no intimidar a quienes nunca leyeron uno o creen que no saben leerlo.

Cantidad no define accesibilidad: no pienses en cuántas copias hacer hasta que reflexiones y defines quiénes son tus lectores/as.

Menos premios, más alcance: un fotolibro funciona cuando alcanza su público objetivo, no necesariamente cuando gana un reconocimiento.

Cobrar menos, comprar más: mantené un precio justo para que tu libro pueda estar en más estanterías.

Sé hormiga: por pequeño que parezca, cada esfuerzo es importante para alcanzar a nuestros/as lectores/as.

REBELDES

Pensar es rebelde: la fotografía no cambia el mundo, pero los fotolibros pueden ser herramientas de discusión que aborden asuntos urgentes para la sociedad.

Productos leíbles, temáticas cercanas: no olvides que el libro nació como un soporte democrático; trabajá para conectar el fotolibro con el mundo real.

Quiero que consumas lo que hago: tené cuidado de no imponer lo que hacés. Sé humilde y apasionado/a.

Más mestizaje, más diálogos: el fotolibro puede alimentarse de hibridismos con otros lenguajes, circular por ellos y aproximarse a nuevos/as potenciales amantes del formato.

Rebeldes con causa: recordá que incluir estrategias de activismo en tu práctica editorial puede generar fotolibros que beneficien a grupos concretos.

Honor al sacrificio: respetá los árboles que se cortaron para convertirse en papel; publicar no significa vanidad, quiere decir hacerlo público.

Motores creativos: mantenete al tanto de lo que pasa a tu alrededor, trabajá con más gente y horizontalmente, discutí tus ideas para generar publicaciones eficientes, con un mensaje claro y un público objetivo definido.