



Tessio Conca, Eliana Silvia

La edición independiente de libros : estrategias comerciales de pequeñas editoriales en Paraná (Entre Ríos) y los incentivos estatales para el sector en el período 2007-2013.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.

Atribución - No Comercial 2.5

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Tessio Conca, E. S. (2017). *La edición independiente de libros. Estrategias comerciales de pequeñas editoriales en Paraná (Entre Ríos) y los incentivos estatales para el sector en el período 2007-2013. (Tesis de maestría).* Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/772>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

La edición independiente de libros. Estrategias comerciales de pequeñas editoriales en Paraná (Entre Ríos) y los incentivos estatales para el sector en el período 2007-2013.

TESIS DE MAESTRÍA

Eliana Silvia Tessio Conca

silviatessioconca@gmail.com

Resumen

Las preguntas que guían el trabajo se orientan a dilucidar cómo se construye el campo editorial independiente de libros en una ciudad capital de provincia, en un contexto de concentración de grupos empresariales editoriales y cuáles son las estrategias de producción, comercialización y distribución que las pequeñas editoriales en ciudades capitales de provincia desarrollan vinculadas con las políticas públicas nacionales, provinciales y municipales para el sector editorial de libros.

La tesis propone como objetivo general analizar la construcción de campo editorial de pequeños sellos independientes de libros en la ciudad de Paraná y su articulación con las políticas públicas nacionales, provinciales y municipales para el sector editorial, en un contexto de concentración empresarial.

Director de Tesis: Dr. Guillermo Mastrini

A Martina, Candelaria y Fernando.

A los editores en Paraná, Santa Fe y Córdoba, entrevistados durante la realización de este trabajo: Lucas, Laura, Julián, Manuel, Daniela, Luis, Maximiliano.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Estado de la cuestión	7
Enfoque metodológico	9

CAPÍTULO 1: Marco teórico

Estructuración y concentración en las Industrias Culturales, según la Economía Política de la Comunicación	12
Los procesos de trabajo industrial en el sector editorial y su valorización	15
La edición de libros independiente y en pequeña escala	16
El campo editorial y las estrategias, desde la perspectiva de Bourdieu	17
Políticas públicas para el sector editorial	18
Repensando la industria editorial	20

CAPÍTULO 2: Industria editorial de libros en Argentina

Un recorrido histórico en la evolución de la Industria del libro en Argentina	22
Datos y estadísticas sobre el desempeño de la Industria Editorial en el país	24
Títulos y ejemplares, según el registro ISBN	25
La Industria editorial en Entre Ríos: un análisis general	33
Consideraciones sobre la industria editorial entrerriana	36

CAPÍTULO 3: La participación de las políticas públicas para el sector: normativa e instrumentos de incentivo al sector editorial

Ley nacional 25.446 de promoción del libro y la lectura	38
El tratamiento legislativo de la ley 25.446 y el veto presidencial	40
Ley nacional 25.542 de defensa de la actividad librera	41
El Instituto Nacional del Libro, un proyecto inconcluso	42
La Resolución 453/2010 de la Secretaría de Comercio Interior para el control de peligros derivados por el uso de tintas con alto contenido de plomo	43
Ley provincial 7823/87 y creación del premio Fray Mocho a autores entrerrianos	44
La ordenanza municipal 8595 de la ciudad de Paraná y la creación del Fondo de Estímulo a la Cultura, la Ciencia y las Artes (FEICAC)	45

Instrumentos de incentivo al sector editorial, un balance posible	46
---	----

Una evaluación de las políticas públicas	47
--	----

CAPÍTULO 4: Las editoriales de libros independientes en Paraná: del trabajo artesanal al ISBN y las políticas públicas

Cuatro editoriales paranaenses: orígenes, catálogos y rutinas de trabajo	51
--	----

Vinculaciones editoriales: ferias, eventos culturales y redes sociales	69
--	----

Las experiencias editoriales en Paraná: artesanado, estrategias comerciales y un recorrido en los márgenes del mundo editorial a gran escala.	72
---	----

Balance de la industria editorial paranaense, en la experiencia de cuatro editoriales independientes	75
--	----

Conclusiones	78
---------------------	----

Bibliografía general	86
-----------------------------	----

Anexos

Ley nacional 25.446 de promoción del libro y la lectura

Ley nacional 25.542 de defensa de la actividad librera

Resolución 453/2010 de la Secretaría de Comercio Interior para el control de peligros derivados por el uso de tintas con altos contenidos de plomo

Ley provincial 7823/87 para la provincia de Entre Ríos y el Premio Fray Mocho a autores entrerrianos.

Ordenanza municipal N° 8595 de la ciudad de Paraná y la creación del FEICAC.

INTRODUCCIÓN

“Serán pequeñas, mas tendrán sentido”. Con estas palabras, Celina Manzoni (2001) comienza su ponencia dedicada a las editoriales pequeñas en Argentina, calificación a la que agrega la condición de independiente por trayectoria, recursos técnicos y capacidad de distribución. Esa frase -tomada casi poéticamente-, alude al motivo de este trabajo: llevar a cabo una descripción del trabajo editorial de pequeños sellos independientes de grandes grupos empresarios editoriales o instituciones estatales, en la capital provincial de Entre Ríos, Paraná.

En esta investigación, se observará el desempeño de pequeñas editoriales de libros en Paraná entre el 2007 y el 2013, período en el cual se concretaron ferias y rondas de negocios promocionados por el Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA), dependiente del Ministerio de Cultura de la Nación. De esos encuentros participaron editoriales entrerrianas, escritores, ilustradores y dibujantes, quienes recibieron viáticos, traslados y alojamiento para los participantes proporcionados por el Ministerio de Cultura y Comunicación de Entre Ríos. Asimismo, 2007 es el año en el que se consolida el trabajo editorial de los sellos paranaenses que se estudiarán como ejemplos en este trabajo.

Las preguntas que guían el trabajo se orientan a dilucidar cómo se construye el campo editorial independiente de libros en una ciudad capital de provincia, en un contexto de concentración de grupos empresariales editoriales y cuáles son las estrategias de producción, comercialización y distribución que las pequeñas editoriales en ciudades capitales de provincia desarrollan vinculadas con las políticas públicas nacionales, provinciales y municipales para el sector editorial de libros.

La tesis propone como objetivo general analizar la construcción de campo editorial de pequeños sellos independientes de libros en la ciudad de Paraná y su articulación con las políticas públicas nacionales, provinciales y municipales para el sector editorial, en un contexto de concentración empresarial. Según cita Szpilbarg (2012) “a partir de las últimas dos décadas del Siglo XX nos encontramos ante la transformación de las industrias culturales, en base a la concentración de la propiedad, centralización de capitales e ingreso de capitales financieros a una escala inédita hasta ese momento” (p. 451). La autora explica que en términos de la historia de la industria editorial, entre 1930 y 1970, la Argentina tuvo el liderazgo de la actividad editorial en Sudamérica y la dictadura militar marca el fin de esta hegemonía; como se verá más adelante, la década de los '90 es el período en el que se concretarán las ventas de empresas editoriales a grupos trasnacionales empresarios.

Como objetivos específicos se proponen:

- caracterizar los procesos de trabajo, su valorización en las pequeñas editoriales independientes de libros en Paraná y las relaciones sociales que construyen los sellos entre sí dentro del campo editorial local, regional y nacional;
- indagar acerca de estrategias de mercantilización e industrialización en pequeñas editoriales independientes en Paraná, en un contexto de concentración editorial y su vinculación con los instrumentos financieros y de fomento que habilita la legislación para el sector
- describir las modalidades que asumen los instrumentos públicos de incentivo para el sector editorial, a partir del marco legal para el sector (Ley nacional 25.446 de fomento del libro y la lectura; Ley nacional 25542 de defensa de la actividad librera; Resolución 453/2010 de control de cantidades de plomo en tintas utilizadas en la industria editorial; Ley provincial 7826/86 que establece el premio literario Fray Mocho, y la Ordenanza municipal 8595 de creación del Fondo de Incentivo a la Cultura, las Artes y las Ciencias –FEICAC- en Paraná).

Las editoriales pequeñas de provincias argentinas no disponen de la escala propia para sostener en forma rentable la cadena del libro que garantice diversidad de autores y temáticas en libros, dentro del Núcleo Editorial Comercial (NEC), en un entorno geográfica y empresarialmente concentrado como el que presenta el sector editorial en el país. Vanoli y Saferstein (2011) explican que el cálculo de editoriales según tamaño de la empresa no es exacto: los rangos de facturación de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) comprenden micro empresas (hasta \$ 900.000), pequeñas empresas (hasta \$ 5.400.000), medianas empresas (hasta \$ 43.200.000).

El Informe N° 7 sobre Producción Editorial Argentina de enero de 2012, elaborado en forma conjunta por el Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM) la Cámara Argentina del Libro (CAL), la Dirección General de Estadísticas y Censos del Ministerio de Hacienda y el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, señala que el Núcleo Editorial Comercial (NEC) es un recorte conceptual hecho para dar cuenta del nivel de actividad y de la evolución en el tiempo de la producción de los sellos editores que orientan su producción al canal librero.

Vanoli (2011) afirma que el 86% de las empresas del sector facturan menos de 10 millones de pesos. Las grandes editoriales de capitales extranjeros controlan el 75% del mercado, en tanto que 20 editoriales extranjeras controlan el 50% de los títulos, según

información que el mismo autor toma de Becerra, Hernández y Postolski (2003, citado en Vanoli, 2011).

El texto *“Producción editorial argentina. Un informe en base a los datos del ISBN”* (2012) aporta datos sobre la concentración geográfica de la industria editorial: en el primer semestre de 2011, el 71,2% de los títulos registrados y el 80,6% de los ejemplares producidos fueron realizados por editoriales, organismos o instituciones en la Ciudad de Buenos Aires (CABA). En conjunto con la provincia de Buenos Aires – que editó el 10,2% de los títulos y 16,7% de los ejemplares- ambas jurisdicciones concentraron el 87,3%, casi la totalidad de la producción editorial del país. Provincias como Córdoba (4,4%) y Santa Fe (3,9%) tuvieron algún aporte de peso en la publicación de títulos, aunque esto no se replicó en la producción de ejemplares.

A los fines de fomentar el desarrollo en las provincias con menor capacidad de producción, tanto el Estado nacional como las provincias y municipios generaron legislación específica con incentivos para el sector, además de proponer un campo de acción para que las editoriales construyan estrategias comerciales en el mercado editorial local y nacional. El Ministerio de Cultura de la Nación –durante las administraciones de 2007/2011 y 2011/2015- gestionó espacios de encuentro para editores de todo el país a través del Mercado de Industrias Culturales (MICA) cuyo objetivo fue mejorar la producción, visibilidad y comercialización de los productos de las industrias culturales en todos sus sectores (diseño, audiovisual, videojuegos, artes escénicas, editorial y música).

En Entre Ríos, la ley 7823 de 1986 estableció la realización anual del premio literario “Fray Mocho” destinado a promover nuevos autores y títulos en la provincia y la publicación en la Editorial de Entre Ríos –dependiente del Estado provincial- de la obra ganadora, a lo que se añade su difusión al público, a cargo de la Secretaría de cultura, si el autor galardonado lo solicita. En la ciudad de Paraná, el gobierno municipal dispuso mediante el Fondo Económico de Incentivo a la Cultura, las Artes y las Ciencias (FEICAC) diferentes líneas de incentivos económicos para la producción editorial, entre otras expresiones artísticas en la ciudad.

Estado de la cuestión

Las investigaciones referidas a las pequeñas editoriales de libros en Argentina focalizan su análisis en diferentes líneas de trabajo, ya sea que éstas se orienten a detallar la trayectoria histórica de las editoriales de libros en Argentina, a análisis estadísticos sobre producción, distribución y comercialización de libros a nivel nacional y/o a plantear estrategias de editoriales independientes en la difusión de la cultura literaria. Sin embargo, es menos frecuente encontrar abordajes sobre la construcción de estrategias comerciales que los

fundadores y colaboradores de editores de pequeños sellos en provincias y su vinculación con los incentivos estatales para el sector.

En el trabajo “Cultura literaria e industria editorial. Desencuentros, convergencias y preguntas alrededor de la escena de las pequeñas editoriales”, autores como Vanoli y Saferstein (2011) indagan en la idea de las pequeñas editoriales independientes constituyen un observatorio de las transformaciones de la cultura literaria en las últimas décadas en el país, subordinando la faceta comercial a la producción literaria en sí. Los autores plantean la posibilidad de analizar repertorios de acción, tácticas y estrategias que posicionan a las editoriales independientes como ‘usinas de sociabilidad’ (p. 163) capaces de representar tensiones, contradicciones y percepciones comunes que actúan como un observatorio para pensar los modos de ‘leer socialmente’ diseminados en acciones y productos de las editoriales, y de propiciar un ‘estado de la imaginación social’ (p. 163) que delinea algunas condiciones para la producción y circulación de las experiencias literarias. Este trabajo aporta claves para analizar el modo en el que la cultura literaria tracciona a las editoriales independientes de Paraná, y la articulación de los sellos locales con las políticas públicas para el sector.

Por otra parte, Román (2013) en su texto “Estrategias empresariales de las pymes editoriales argentinas a principios del siglo XXI” aborda la temática desde una perspectiva de estrategias empresariales de pequeñas editoriales independientes en la posdevaluación de 2001, haciendo una referencia histórica del sector editorial de los libros. En su análisis, Román incluye una descripción de las acciones de fomento al sector editorial a través de la actividad de cámaras empresariales (CAL y CAP), del surgimiento de carreras universitarias vinculadas al sector editorial, de los cambios tecnológicos, de las posibilidades de análisis dentro de la categoría de ‘generación y edad’ de los nuevos editores y el impacto que se suscita con la creación de puestos de trabajo para el sector. De este texto se considerará la influencia de los sectores empresariales y las cámaras que agrupan a los editores que para la tesis será útil en el capítulo referido a las políticas públicas para el sector.

Leandro de Sagastiazábal (2009) en el libro “El mundo de la edición de libros: un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general” realiza una descripción de los diferentes pasos para la producción, distribución y comercialización editorial, presentado como manual de estudio y difusión para interesados en el sector editorial; el trabajo está conformado por ponencias escritas con un estilo ensayístico a cargo de profesionales del sector, expertos en las diferentes áreas de la edición de libros, como aporte al conocimiento técnico de la producción editorial. La sistematización que esta obra ofrece sobre el trabajo de la edición de libros aporta datos para analizar y comprender la tarea llevada a cabo por las editoriales independientes en Paraná.

Las publicaciones del SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina) “Valor y símbolo” (2005) y “Libros, música y medios” (2007) se enfocan en la descripción industrial e histórica del sector editorial. La segunda publicación mencionada contiene un capítulo referido a la legislación en materia de libros en las distintas provincias argentinas, señalando la realidad heterogénea de cada instrumento legal en el país. Similar cometido de recopilación histórica, política y económica de las editoriales y las políticas para el sector se registra en el texto ‘Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2010’ de José Luis De Diego. En este texto se estudia la industria editorial en el período citado y se analiza los avatares de una autonomía amenazada tanto por la política como por el mercado, según plantean los autores del libro mencionado. Ambos textos ofrecen información organizada sobre el desempeño del sector y permiten una mejor comprensión de la industria en una evolución histórica, como se verá en el capítulo 2.

Igarza (2013) en “Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica” aborda la cuestión de políticas públicas relacionadas al sector editorial en un texto elaborado a pedido del Centro Regional de Fomento del Libro para América Latina y el Caribe (CERLALC). El análisis enfoca las formas tradicionales en el mundo del libro y de la lectura, en la producción, distribución, mediación y en el acceso a los contenidos y en la protección de los derechos de los creadores. Particularmente importante para este trabajo es el capítulo referidos a los roles del Estado en cuanto al libro y la lectura. Igarza plantea que el Estado reúne tanto un rol de ‘agente regulador de los intercambios entre privados, prescriptor del contenidos culturales, promotor de lectura, agente fiscal, productor de contenidos y facilitador de las infraestructuras sociales’.

En referencia a la edición independiente de libros, algunos autores describen los procesos de concentración del sector (Schiffrin, 2000; Herralde, 2009; Becerra et.al., 2003; Botto, 2006) y las consecuencias experimentadas por las editoriales y los editores que protagonizaron los procesos de fusión empresarial. En una misma línea, las Actas del Primer Encuentro de editores independientes de América Latina, organizado por la Organización de Estados Iberoamericanos y realizada en París en 2000, recopilan una serie de exposiciones sobre la edición independiente de libros en América Latina. Particularmente relevante para este trabajo, es la presentación de André Schiffrin titulada “¿El fin del editor?”, ahí el autor define la edición independiente en dos sentidos: la creciente dependencia de las empresas asimiladas a grandes grupos editoriales y la preservación de alguna forma de independencia nacional de los sellos editores comprados por empresas y corporaciones multinacionales.

Enfoque metodológico

El trabajo adopta un enfoque cualitativo interpretativo que resalta *“los casos como entidades complejas (...) y subraya la importancia del contexto”* (Della Porta. Keating, 2013, p. 13), mediante el análisis de la producción independiente de libros en Paraná en cuatro sellos editores en la ciudad (Editorial La Hendija, Gigante editores, Parientes editores y Abrazo editores), en actividad y con producción anual permanente al presente, considerando el entorno de concentración editorial en el país.

La selección de los sellos editoriales fue decidida y se hizo posible por el acceso a planillas de registro que el Centro Experimental de Industrias Culturales (CEICER) sistematizó a partir de los datos de los participantes del PreMICA 2012 en Córdoba. Estas editoriales seleccionadas brindaron referencias de otros sellos y tales datos contribuyeron a la inclusión de los mismos en las entrevistas realizadas. También se consideró el acceso y disposición de instrumentos públicos de fomento al sector editorial del que hicieron uso las editoriales, o la prescindencia de los mismos.

La descripción del sector a través de datos estadísticos referidos a títulos, ejemplares y tiradas de libros en base a datos de ISBN proporcionados por el Sistema de Información Cultural Argentino –SINCA- y de la Cámara Argentina del Libro (CAL) forma parte de las decisiones metodológicas asumidas. La información estadística toma datos consolidados en el período 2004-2014, un lapso más amplio de aquel en el que se desempeñan las editoriales descriptas y que aporta información de contexto en una serie de una década. En el período mencionado se efectuó un recorte desde 2007 a 2012 para la descripción del sector editorial en Entre Ríos, en función de que las editoriales elegidas consolidan su trabajo en ese período, posibilitando una indagación focalizada de las estrategias de comercialización.

Para este estudio, se realizarán entrevistas semiestructuradas y en profundidad a los dueños de las editoriales que conforman los casos elegidos y a funcionarios provinciales que trabajan en la Secretaría de Cultura de Entre Ríos. Los datos obtenidos se procesarán mediante unidades de análisis que consideren:

- **prácticas**, que *“se refieren a una actividad continua, definida por los miembros de un sistema social como rutinaria”* (Hernández Samperi et. al, 2006, p. 108), que en esta tesis describen la modalidad de trabajo con los autores y sus textos, la confección de los catálogos, los criterios estéticos de maquetación, la impresión y distribución;

- **relaciones**, que constituyen *“díadas que interactúan por un período prolongado o que se consideran conectadas por algún motivo y forman una vinculación social”* (Hernández Samperi et. al, 2003, p. 109). Se focalizará el análisis en los vínculos que las editoriales seleccionadas construyen en espacios de ferias del libro, reuniones culturales de lectura en vivo, organizadas

desde los gobiernos nacional, provincial o municipal o en forma independiente por otros grupos culturales en la ciudad de Paraná o en otras localidades de provincias argentinas y la utilización de fondos públicos para el fomento editorial, tanto en la producción de nuevos títulos como en el fortalecimiento de vínculos comerciales.

Se describe cinco instrumentos legales a nivel nacional, provincial y municipal que regulan el sector editorial: la ley nacional 25.446 de fomento del libro y la lectura; la ley nacional 25542 de defensa de la actividad librera; la resolución 453/2010 de control de cantidad de plomo en tintas utilizadas en la industria editorial; la ley provincial N° 7823 y su decreto reglamentario N° 2967/87 que establece el Premio provincial literario “Fray Mocho” en Entre Ríos; la ordenanza municipal de la ciudad de Paraná N° 8594 que crea el Fondo Económico de Incentivo a las Culturas, las Artes y las Ciencias de la Secretaría de Cultura y Deporte de la Municipalidad de Paraná”. También se hace referencia al proyecto de creación del Instituto Nacional del Libro y a la realización de los encuentros del PreMICA, fundamentalmente el concretado en 2012 en la ciudad de Córdoba. Las unidades de análisis seleccionadas para los documentos mencionados son: tipo de incentivo (monetario, en recursos materiales, capacitación); destino que se asigna a los fondos otorgados (publicación de obras inéditas, realización de viajes para contactar otros editores, promoción de autores y/ nuevos títulos).

La tesis se estructura en cuatro capítulos: el primero desarrolla el marco teórico sobre el que se fundamenta el trabajo; el segundo, describe la industria editorial en Argentina, desde un enfoque histórico y estadístico; el tercero, presenta los instrumentos normativos e instrumentos de incentivo al sector editorial; el cuarto y último capítulo describe la situación del sector editorial en Paraná analizando el desempeño de cuatro editoriales locales.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

El trabajo de tesis se fundamenta teóricamente en cinco ejes:

- la estructuración (construcción de hegemonía y mercantilización) y concentración en las Industrias Culturales (IC) de la Economía Política de la Comunicación (EPC).
- la edición de libros definida como 'independiente' y en pequeña escala, para lo cual se empleará la definición propuesta por el colectivo EDINAR (Editores Independientes de Argentina),
- el campo editorial y estrategias, entendidas desde la noción bourdiana de *hábitus*;
- los procesos de trabajo industrial y su valorización, a partir de Ramón Zallo;
- las políticas públicas de fomento al sector editorial, con una mirada al marco normativo-legal y las modalidades de financiamiento a la producción editorial local independiente de libros.

Estructuración y concentración en las Industrias Culturales, según la Economía Política de la Comunicación (EPC)

Al inicio de este apartado temático, conviene una primera definición sobre lo que se entenderá por Economía Política en esta tesis. Mosco (2006) proporciona dos definiciones sobre la Economía Política, una de las cuales dice:

en un sentido estricto, economía política es el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación. (p. 59)

El autor le atribuye un valor práctico a esta definición, y focaliza en el modo con el que opera el negocio de la comunicación. Sin embargo, advierte una cierta ambigüedad en esta conceptualización, en el modo por el que se constituye un productor, distribuidor y consumidor. Más adelante, Mosco (2006) señala que:

frente al planteamiento tradicional de la economía política que se concentra en estructuras tales como la empresa y el Gobierno, repensar la Economía política conduce a enfatizar el cambio social, el proceso social y las relaciones sociales. Esto significa que el cambio social es ubicuo, que las estructuras e instituciones están cambiando permanentemente y que es más útil desarrollar puntos de partida que caractericen procesos a simplemente identificar instituciones relevantes. (p. 66)

La EPC adopta tres procesos de entrada en sus análisis (Mosco, 2006): la mercantilización -el proceso de transformar el uso para intercambiar valor-, la espacialización - la transformación del espacio con el tiempo o el proceso de extensión institucional del poder

corporativo de las industrias de la comunicación-, y la estructuración,-el proceso de constituir estructuras como resultado de la acción social-. En este trabajo, se pondrá atención en la estructuración y una de las actividades más importantes en la misma: el proceso de construcción de hegemonía¹.

Los economistas políticos describen la forma en que algunos medios, aunque marginales, se resisten a participar en el proceso hegemónico de individuación y sugieren formas de expresión colectiva y democrática. Más allá de las tensiones y conflictos dentro de los diversos procesos de estructuración, los medios están organizados en formas dominantes, de oposición y alternativas. Mosco señala que la hegemonía es una red viviente de significados y valores mutuamente constituidos, los cuales en tanto son experimentados como prácticas, se manifiestan confirmándose mutuamente.

Tal como se analizará en este trabajo, el proceso de concentración en las IC es fundamental para comprender a la industria editorial y las estrategias asumidas por los pequeños sellos editores frente a este marco. Miège (2006) analiza la concentración de las IC como un 'punto de partida para comprender la transformación del negocio de las comunicaciones' entendiendo que,

la reestructuración global ofrece numerosas oportunidades de extender el control de los conglomerados a toda una gama de alternativas flexibles (...) Los principales requisitos incluyen el control de los puntos centrales en la producción, distribución y procesos de intercambio.(p. 156).

En tanto que los cambios en la propiedad de las IC y las mutaciones asociadas a los mismos -internacionalización del control, reagrupamiento de empresas, entre otras cuestiones- pueden identificarse con suficiente claridad, las consecuencias que generalmente se dan en la producción cultural son menos posibles de demostrar. Miège (2006) señala una serie de razones para este fenómeno: se manifiestan sobre todo a largo plazo, como consecuencia directa de las modificaciones producidas en el capital de los grupos; el debilitamiento de la producción independiente de dimensión nacional o regional-y más aún su desaparición- no se

¹ La hegemonía en este trabajo es pensada tomando lo que los autores Szurmuk, M y McKee Irwin R (2009) refieren de Antonio Gramsci. En esa reflexión, se cita que Gramsci sugiere que la hegemonía implica *“que los valores y visión de las clases dominantes se convierten en una especie de ‘sentido común’ compartido por los grupos dominados, en virtud del cual terminan aceptando –aunque no necesariamente justificando- el ejercicio del poder por parte de los grupos dominantes”* (p.s/d). En esta formulación del concepto de hegemonía hay tres elementos que deben destacarse: el carácter dinámico del proceso que conduce a la misma, “no es un momento estático en el proceso histórico, sino el resultado de un continuo cotejo de formas complejas y articuladas de dominación y resistencia” (Szurmuk M. Y McKee Irvin, R., 2009, s/d); en segundo lugar, esta formulación subraya la importancia de entender el papel activo de los grupos subalternos en el proceso histórico y en tercer lugar, la noción de hegemonía nos permite pensar en la articulación entre formas económicas, jurídicas y políticas de poder, como veremos en el análisis de este trabajo.

observa en la mayoría de los casos; la extensión de la mercantilización no da lugar necesariamente a una industrialización de los contenidos.

Respecto a la mercantilización y su industrialización en las pequeñas editoriales independientes, es adecuado recurrir a lo señalado por Colleu (2008) quien expresa que en este proceso los modos de producción se adecuan a los modos de distribución; de tal modo, se tiende a establecer el potencial ideal de distribución sobre la capacidad de absorción del mercado.

Según el autor, *“el papel del editor en este modelo es suministrar el aparato logístico, productos y gamas adaptados a las coerciones temporales de los flujos (p.32)”*. Colleu continúa argumentando que el modelo de gestión en los grupos multimedia se financiariza cada vez más y se orienta a dar rentabilidad al capital invertido, con la adopción de una gestión contable a corto plazo centrada en un nivel de rentabilidad financiera según el desempeño general de los mercados financieros². Sobre la rentabilidad se puede citar a Zallo (1988):

que el motor de las industrias culturales sea la rentabilidad, tiene efectos importantes en la producción cultural. Los grandes grupos se centran en ella y en pocos títulos (fast-sellers) de alto coste, con un importante recurso al star-system, muy promocionado y con previos y exhaustivos estudios de mercado. El resultado es una aceleración de la difusión, una relativamente breve vida comercial, la estandarización de la producción y de los formatos y una tendencia a una cultura clónica y seriada que pone en dificultades tanto a las ofertas locales como a las PYMES. (p. 170)

En relación al fenómeno de la concentración en las IC, Becerra y Mastrini (2006) señalan que se trata de una nueva fase de la economía mundial, caracterizada por el surgimiento de espacios de regulación de las actividades económicas que superan la capacidad de gestión e intervención eficaz del Estado en cada país: la internacionalización productiva significa otro nivel de integración de la economía mundial con su flujo de capitales financieros y comerciales, también internacionalizados, como así también supone la deslocalización productiva y la centralización del control de las funciones de producción.

En su obra “Periodistas y magnates” (Becerra y Mastrini, 2006) sus autores estudian la eficiencia en el mercado comunicacional en un entorno concentrado y el comportamiento competitivo de los operadores, al que caracterizan como ‘alejado de ser ideal’,

² Al respecto, André Schiffrin (2001) argumentaba que “lo que sucede con todos los grandes grupos en Estados Unidos, como Murdoch, Bertelsmann, entre otros, es que ninguno ha logrado tener en el terreno editorial la rentabilidad que esperaban (...) se tiene un cuadro curioso en el cual las editoriales que han sido compradas cambian la línea de lo que han publicado, con un énfasis hacia los best Sellers y los títulos comerciales y una pérdida respecto a la línea editorial que tenían hasta ese momento (...)” (p. 4). La opinión de Schiffrin es particularmente interesante dado que él mismo reflexionó sobre la situación de las editoriales francesas que enfrentaron los procesos de compras a cargo de grandes capitales transnacionales.

Aparecen políticas de precios predatorios destinadas a eliminar la competencia, se establecen cuellos de botella entre la producción y la distribución, y se fijan potenciales controles oligopólicos sobre la red de distribución de contenidos (...). La ventaja de la concentración se centra en el incremento de eficiencia o el crecimiento de poder de mercado: en la economía la expansión puede ser positiva porque genera una mayor eficiencia en la administración de recursos, o negativa cuando la ampliación de las cuotas de mercado implican barreras para otros competidores (...). (p. 50)

Sólo para aportar un párrafo sobre la situación de empresas editoriales argentinas y extranjeras en nuestro país -tema que será descripto en el capítulo II de este trabajo-, en la década del '90 desembarcaron en América Latina sellos editoriales españoles que iniciaron un proceso de adquisición de empresas locales (Szpilbarg, 2010). Esta dinámica se repitió en la Argentina, donde se verificó la desnacionalización de las editoriales tradicionales. Desde 1992 y hasta el 2000 se produjeron grandes compras de editoriales locales, como Santillana, Alfaguara, Emecé, Seix Barral, Ariel y Sudamericana.

Sobre el fenómeno de la concentración empresarial del que venimos conversando, Gómez Escalonilla (2010) señala que estos grupos empresarios 'imponen su dinámica al resto del grupo' (p.5) y agrega que la concentración "favorece que se dedique todo el esfuerzo de distribución, marketing y promoción en unos escasos títulos que, lógicamente, se venden por millones" (p. 6). Es importante considerar la influencia que la venta de best sellers tiene en la oferta editorial.

La diversidad de títulos publicados por pequeñas editoriales se enfrenta a grandes grupos, propietarios de derechos de autor consagrados, que aseguran las ventas y van en detrimento de autores noveles que se gestan en pequeños sellos. Gómez Escalonilla (2010) cita como ejemplo "los 3,5 millones de euros que Random House Mondadori adelantó a García Márquez por 'Vivir para contarlo' (p.6).

Los procesos de trabajo industrial en el sector editorial y su valorización

Las prácticas editoriales de los pequeños sellos independientes de producción de libros serán vistas desde del proceso de trabajo y de valorización del mismo en las industrias culturales, según la perspectiva de Ramón Zallo (1988). El autor dice que el proceso de trabajo produce "(...) valores de uso, transformación de materias primas, materiales y trabajos en nuevos valores de uso" (Zallo, 1988, p. 63). La producción de valor es al mismo tiempo - dice Zallo- producción de mercancías y de plusvalía.

Además, el autor citado (Zallo, 1988) define como primer criterio para el análisis el nivel de integración del trabajo cultural en la industria y en segundo lugar, el principio dominante

(autonomía, cooperación, especialización, mecánica, taylorista, fordista, automático) como ordenador del trabajo,

en la medida del grado de introducción del capital y la búsqueda de que la sumisión sea formal o real del proceso de trabajo a los imperativos de la valorización, se advertirá que conforme surgen históricamente y se desarrollan las industrias, el grado de autonomía y el peso del trabajo creativo se reduce de modo gradual (...) se dirige cada vez más a la definición de una novedad (...) que al conjunto de fases de formación del producto (...) en todos los casos, predomina el trabajo intelectual, aunque más como un trabajo de definición del producto que como un trabajo de control del proceso de producción, marcado por la lógica del capital y, sólo en ese marco, por los oficios. (p. 68)

Tal como se analizará en el capítulo referido a la descripción de cinco editoriales en la ciudad de Paraná, estos principios ordenadores del trabajo cultural a nivel industrial definidos por Zallo aparecen en cada sello editor analizado. Según el autor citado, el capital tiende a atraer parte del trabajo, dándole nuevas funciones y dejando fuera otras, pero fundamentalmente, organizando la propia creación.

En continuidad con su análisis sobre el sector de las IC referido a editoriales, Zallo (1988) da cuenta de un incremento en la “disposición de stock de información pasada, como así también de los sistemas que permiten su gestión” (p.83). Las formas de organización de las empresas editoriales que proveen títulos y ejemplares para el circuito comercial como primera meta de ventas -más aún aquellos sellos que han sido adquiridos por capitales de empresas trasnacionales-, avalan lo explicado por Zallo en cuanto a la incorporación de estos sistemas de gestión en sus esquemas de trabajo. En los siguientes capítulos se describirá las estrategias de articulación entre procesos de trabajo, disposición de tecnologías para la impresión y el manejo de los circuitos de distribución que logran gestionar las pequeñas editoriales en Paraná.

El ‘stock’ que una editorial genera en cada título y su gestión es un tema importante en la tarea diaria de las pequeñas editoriales que no disponen de una escala productiva para destinar ciertas cantidades de ejemplares en consignación a grandes superficies librerías.

La edición de libros ‘independiente’ y en pequeña escala.

En relación a la definición de *independiente*, Vanoli y Saferstein (2011) indican que este concepto funciona como un significante que “articula una serie de discursos que circulan alrededor del campo editorial y literario, que habilita prácticas y posicionamientos” (p. 88). Vanoli (2011) considera que las editoriales independientes son modos de articulación de lo emergente en términos de campo editorial y modos de emergencia de lo des-articulado en el campo literario.

EDINAR -Editores Independientes de Argentina- (en Vanoli y Saferstein, 2011), propone la figura del editor como independiente de creación según el tamaño y estructura del capital financiero y en ejemplares y títulos; la constitución del catálogo; la difusión, comercialización y distribución, en sus intercambios con librerías independientes y el control del editor en la difusión de sus libros; y una ética y compromiso, en la vinculación entre los editores y la búsqueda de mejoras en materia de legislación cultural.

Es interesante notar que en un entorno concentrado como se definió anteriormente, y con procesos de trabajo que se estructuran en base a la creación de valor y plusvalía para un sistema de mercado en el que los libros son 'una opción de mercancía más', esta articulación recoge los capitales simbólicos de los actores que conforman la cadena de libro en sus diferentes eslabones. La definición de 'independiente' caracteriza este tipo de organización de trabajo cultural y aporta visibilidad en el contexto descrito anteriormente, otorgándole una posición específica en el campo editorial, como se define a continuación.

El campo editorial y las estrategias, desde la perspectiva de Bourdieu

Bourdieu (2011) explica que cada editorial ocupa, en un momento dado, una posición en el campo editorial (p. 224), el que se presenta como 'espacios estructurados de posiciones (o de puestos) cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios' (Bourdieu, 2008, p. 119).

En ese campo editorial –se entiende en este trabajo- confluyen relaciones sociales determinadas, definidas por la posesión y producción de formas específicas de capital simbólico que según el propio Bourdieu (2008)

radica en el dominio de recursos simbólicos fundados en el conocimiento y reconocimiento como la imagen de marca, la fidelidad de la marca, poder que funciona como una forma de crédito, supone la confianza o la creencia de quienes la padecen porque están dispuestos a otorgar crédito. (p. 222)

Cada campo es –en mayor o menor medida y siguiendo a Bourdieu- autónomo. Al interior de ese campo, los grupos asumen posiciones dominantes o dominadas que – para el objeto de esta tesis- pueden ser consideradas según el planteo de Bourdieu (2002) que dice

los artistas y escritores burgueses (DOMINANTES-dominados) gozan del reconocimiento del público burgués (...) en cambio, los sostenedores del 'arte social' (dominantes-DOMINADOS) encuentran en su condición económica y su exclusión social el fundamento de una solidaridad, cuyo primer principio es siempre la hostilidad hacia las fracciones dominantes de las clases dominantes y sus representaciones en el campo intelectual. (p. 109)

Tal como se abordará en este trabajo, el editorial es un campo con una estructura específica. Por tanto, es necesario entender que la estructura de ese campo,

es un estado de la relación de fuerzas entre los agentes y las instituciones que intervienen en la lucha, de la distribución del capital específico que ha sido acumulado durante luchas anteriores y que orienta las estrategias ulteriores. (Bourdieu, 2002, p. 120)

Los actores deciden su participación en dicho campo, utilizando estrategias determinadas. El autor francés señala también que en un estado determinado de la relación de fuerzas generada en determinado campo, quienes monopolizan el capital específico, se inclinan hacia estrategias de conservación, en tanto que quienes disponen de menos capital “se inclinan a utilizar estrategias de subversión: la de la herejía” (Bourdieu, 2002, p. 121). El autor francés dice que “la aparición de un nuevo agente eficiente modifica la estructura del campo”. (Bourdieu, 2008, p. 230)

El concepto de estrategia se define en una relación consciente entre un hábitus, entendido como “estructuras estructuradas y estructurantes que son el principio generador y unificador del conjunto de las prácticas de un grupo de agentes” (Bourdieu, 2002, p. 107) y un campo particular, que en este trabajo es el editorial.

En este trabajo, se observa la modalidad en que las estrategias editoriales de los pequeños sellos se sirven de los instrumentos y regulaciones que el Estado nacional, provincial, municipal proponen y

la competencia entre las empresas asume la forma de una competencia por el poder sobre el poder del Estado, en especial sobre el poder de reglamentación (...) en los intentos de modificar en su favor las ‘reglas del juego’ las empresas dominadas pueden utilizar su capital social para ejercer presiones sobre el Estado y obtener de él la modificación del juego en su beneficio. (Bourdieu, 2008, p. 232).

Políticas públicas para el sector editorial.

Frente a lo antes expuesto, las políticas públicas para el sector editorial contribuyen a asegurar la divulgación de ideas a través del libro, para lo cual es necesario incentivar su producción y distribución³. La bibliografía sobre políticas públicas propone diversas

³ Zallo (2011) señala que dada la naturaleza de la cultura, siempre hay una intervención de las administraciones (...) que no pueden desentenderse de unos bienes con tendencia a ser bienes públicos con impacto social. Intervienen tanto en aspectos financiadores como reguladores. (p.169)

definiciones, que dependen en gran parte del enfoque utilizado y de las consideraciones normativas y prescriptivas se le asignen al concepto⁴.

Tamayo Sáez (1997) dice que

"las políticas públicas son conjuntos interrelacionados de objetivos, decisiones y acciones, desarrolladas a instancias o por el mismo gobierno, y que tienen como finalidad dar respuesta a un problema público que ha sido identificado como prioritario o pertenece al conjunto de obligaciones que en un momento determinado se le atribuyen al gobierno". (Tamayo Sáez, 1997, p.1).

Velasco (2007) define las políticas públicas como programas de acción que encaran problemas en un sector de la sociedad, y recurren a instrumentos normativos como parte de la intervención en sectores concretos, y a instrumentos financieros que impulsan un curso de acción determinado en un ámbito concreto.

El gobierno es protagonista de las políticas públicas –señala Bertranou (2014)-, pero esta condición no es exclusiva. El gobierno, en cualquiera de sus jurisdicciones -nacional, provincial o municipal- tiene autoridad para imponer decisiones y acciones en un ámbito territorial determinado. Las políticas públicas se encuadran en esta facultad del gobierno, la de instituir reglas sobre el resto de los actores; pero estas pueden realizarse a través de empresas, organizaciones no gubernamentales, así como las puede llevar a cabo el estado con sus propios agentes o en alianzas con otras organizaciones.

⁴ Sin intención de desviar el eje de la argumentación del trabajo, conviene hacer una serie de consideraciones sobre el estudio de ciencias de las políticas, y desde allí focalizar el análisis de las políticas públicas que se definen en este apartado. Para ello, se acude a las explicaciones ofrecidas por el profesor Julián Bertranou en el seminario "Estado y políticas públicas" en la carrera de Ciencias Políticas de la Universidad Nacional de Quilmes. El docente plantea que luego de la segunda guerra mundial, toman potencia los argumentos de Harold Lasswell, quien define que las corrientes de las ciencias de la política son el humanismo (la prosecución de valores humanos), la racionalidad (el análisis de políticas debe desarrollar instrumentos y debe orientar las acciones en términos de resultados), la orientación a problemas (el análisis de políticas es una actividad científica eminentemente práctica, ligada a los problemas de los ciudadanos) y la interdisciplinariedad (al análisis de políticas contribuyen diversas disciplinas: sociales, naturales y tecnológicas). Lasswell, quien era politólogo, cree que la ciencia política debe dedicarse al análisis de políticas públicas, por todas las razones esgrimidas anteriormente. Desde un comienzo se desarrollan dos corrientes principales en el estudio de políticas: la corriente racional y la corriente incremental. La primera corriente confía ampliamente en la racionalidad, en el análisis costo beneficio, en los instrumentos de planificación, y se enfoca fundamentalmente en lo que Lasswell llama el análisis **en** el proceso de toma de decisiones, es decir, en la posibilidad de introducir cambios en el contenido de las políticas.

La segunda corriente (incremental), compuesta por cientistas sociales, se orienta en lo que Lasswell denomina el conocimiento del proceso de toma de decisiones, cuáles fueron las características del proceso decisional, y de por qué se llegó a esa instancia. Los incrementalistas realzan la interacción y la dinámica política como productora de decisiones viables.

Sobre los instrumentos de políticas públicas, Vedung (1998) cita a Karlsson (1993:141) quien explica que

“el estado emplea tres métodos de intervención: la provisión de algunos bienes y servicios, la tributación o el subsidio aplicado a algunos bienes y servicios y la regulación de la cantidad, calidad y el precio de algunos bienes y servicios, o del mercado o de la propia estructura social. (p. 8)

En tales procesos, el Estado es concebido como actor (Alonso, 2007) con capacidad concreta de acción y no sólo como espacio donde se expresan las demandas e intereses de los actores socioeconómicos, quienes deben disponer de la autonomía necesaria para definir sus propios objetivos.

Bertranou (2014) señala que la intervención del gobierno en la política pública va acompañada de algún tipo de formulación legal: ley, decreto, resolución; no sólo el Estado debe públicamente reglar su propia intervención y comportamiento ante un problema determinado, sino que en la mayor parte de los casos, esta formulación legal de la política regula la intervención de los demás actores no gubernamentales.

En cuanto al régimen legal del libro en Argentina, Borgarello et. al. (2009) en su análisis sobre el régimen legal del libro afirman que el estudio de la normativa sobre la protección del libro se refiere a la capacidad de reglamentación que tiene el Estado

Para analizar la normativa respecto a la protección del libro— particularmente del libro argentino- hacemos referencia a la posibilidad de reglamentación que tiene el Estado, es decir el llamado poder de policía como soporte de la libre expresión. Tal poder compete exclusivamente al Poder Legislativo o Congreso de la Nación (en el orden nacional), a la Legislatura (en el orden de las provincias) y a los Concejos Deliberantes (en el orden municipal). De modo que tal poder se expresa por medio de leyes nacionales, de leyes provinciales o de ordenanzas municipales, respectivamente. (p. 2)

Como se analizará en el capítulo 5, la normativa que promueve e incentiva la producción de libros en el país y específicamente en la provincia de Entre Ríos y en Paraná contribuiría a analizar el impacto de políticas públicas que protegen la divulgación de ideas a través del libro y fomentan la continuidad de escritores, editores y, en definitiva de públicos lectores.

Repensando la industria editorial

El marco teórico propuesto abre la reflexión en relación a que la concentración en la industria editorial en Argentina, marcada por la deslocalización productiva, el control centralizado de las funciones de producción y edición de grandes grupos editores trasnacionales, y un agresivo comportamiento de los grandes grupos editoriales

transnacionales en la fase de comercialización de títulos y en la generación de títulos mediante el control de los canales de distribución y venta de libros constituye un ámbito en el que las editoriales pequeñas de libros en capitales de provincia –como se plantea en el tema de la tesis- afrontan su circuito productivo en los márgenes del negocio, recurriendo a los instrumentos que ofrecen las políticas públicas de los gobiernos nacional, provincial y municipal en Paraná y a estrategias de asociación y de vinculación por fuera de los grandes circuitos comerciales de librerías y editoriales de gran escala, a nivel nacional y regional.

Estas decisiones de las pequeñas editoriales se llevan adelante en un campo – al decir de Bourdieu - en el que cada sello editor acude a sus estrategias de alianzas o complementariedad, haciendo uso de sus hábitos editoriales, lo cual transforman el negocio editorial por una serie de ‘alternativas flexibles’ como señala Miège.

Alternativas que, por otra parte, se estructuran en un espacio simbólico dotado de un ‘sentido común’ que, de algún modo más o menos explícito en las estrategias desplegadas por los actores que juegan los ‘juegos’ del campo –al decir de Bourdieu- se estructuran y van llevando adelante un cambio social ubicuo, sin salir completamente de las reglas de la corriente hegemónica para la circulación de autores y títulos.

En este proceso complejo, las pequeñas editoriales de libros como ‘grupos subalternos’ cumplen un rol fundamental en la provisión de títulos y temas en estos márgenes de la corriente hegemónica de la producción de ideas e ingresan o se resisten a dicho ingreso, con diferentes modalidades, como se describirá en el capítulo 4, referido a las editoriales pequeñas independientes en Paraná.

La relación de fuerzas que se plantea en este campo incluye, necesariamente, al gobierno y las políticas públicas para el sector: las mismas, encarnadas en un Estado con capacidad de acción, proponen un entramado normativo orientado a incentivar la producción de nuevos títulos y la generación de autores locales. No obstante, como se analizará en los capítulos posteriores, estos incentivos aportan herramientas que trasladan la acción al lado de las propias editoriales, preparando más bien algunas ‘reglas del juego’ en determinadas fases de la cadena industrial del libro y subsanando parcialmente la problemática de las pequeñas editoriales independientes de libros en ciudades capitales de provincia, como se está analizando en este trabajo.

Estas primeras notas de cierre irán encontrando argumentos en los capítulos sucesivos, como se propone en la lectura del presente texto.

CAPÍTULO 3

LA INDUSTRIA EDITORIAL EN ARGENTINA

La tesis plantea un análisis del desempeño de pequeñas editoriales de libros en Paraná entre el 2007 y el 2012 como recorte temporal que comprende un marco más general en el que el sector editorial se desarrolla⁵. Este capítulo describe la situación de la industria editorial en Argentina, a partir de datos estadísticos consolidados en el período 2004-2014 que el SINCA toma a nivel nacional y de datos difundidos en 2013 por el Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM) la Cámara Argentina del Libro (CAL), la Dirección General de Estadísticas y Censos del Ministerio de Hacienda, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y el SINCA. La información se orienta a describir la conformación del campo editorial independiente de libros a nivel nacional en el contexto de concentración de grupos empresariales editoriales.

En una segunda sección del capítulo, se describe la estructura económica de la industria editorial del libro en Entre Ríos, a partir de información sobre títulos y ejemplares registrados por sellos editores provinciales en el ISBN, con datos obtenidos de los registros de la CAL y del CEDEM en el período 2007-2013. Se considera dicho lapso dado que las editoriales independientes analizadas en el próximo capítulo inician su actividad en 2007, y que el trabajo de campo realizado en esta tesis concluyó en 2013.

Un recorrido histórico en la evolución de la Industria del libro en Argentina.

Argentina fue históricamente protagonista de los mercados vinculados a la industria editorial hispano parlante, explica el estudio *“Libros, música y medios”* (2007) publicado por el Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorriti: en los años ‘50 producía alrededor de 30 millones de ejemplares por año, de autores nacionales y de los traducidos al español.

A mediados de los ‘70, el número de ejemplares publicados había llegado a unos 50 millones, tanto por el poder adquisitivo del público en aquel momento como por el clima de agitación cultural, política y social que vivía la sociedad. Tras el golpe de Estado de 1976, el

⁵ Vanoli y Saferstein (2011) repasan el desarrollo del mercado del libro en Argentina, enfocándose en la evolución de títulos, ejemplares y tirada promedio entre 1994 y 2008. Este recorte temporal es útil en proporcionar elementos que enriquecen el marco general económico del sector. Según los autores, “si en los ‘80 esta industria presentó los niveles más bajos de producción en ejemplares de los últimos 50 años, en los ‘90 mostró un importante crecimiento y se editaron un promedio anual de alrededor de 52 millones de libros” (p.53).

poder adquisitivo de la población se redujo notablemente, y se combinó con la represión y los exilios para iniciar una tendencia descendiente que se continuó con la recesión económica de los '80, en la que el volumen de ejemplares producidos rondaba los 17 millones.

Vanoli (2011) señala que aun cuando en los '80 la industria editorial presentó los niveles más bajos de producción de ejemplares de los últimos 50 años, en la década de los '90 se produjo un significativo incremento y se editó una media anual cercana a los 52 millones de libros. Los años 1997 y 1998 resultaron ser los mejores para esa década: el sector alcanzó un valor cercano a los 430 millones de pesos.

Siguiendo al autor (Vanoli, 2011), los índices relativamente altos de productividad en 1997-1998 se generan por una publicación de ejemplares a cargo de grandes empresas de medios gráficos impresos, con su distribución en quioscos de diarios y revistas. Este dato permite comprender la competencia que estas firmas imponen en escala productiva (impresión y comercialización) frente a pequeñas editoriales: resulta complejo equilibrar el volumen de impresión, el uso de insumos gráficos (papel, tintas, maquinaria para impresión) y la gestión de la distribución de ejemplares a favor de los pequeños sellos.

En la década de los '90 se termina de producir la concentración y extranjerización del mercado en nuestro país. Los efectos de la globalización se constatan en la industria editorial: la política de convertibilidad económica y la apertura de los mercados generaron condiciones favorables para el ingreso de grupos extranjeros que terminaron por fagocitar a las editoriales locales. Botto (2006, en Vanoli 2011) describe el comportamiento de los grupos transnacionales como propio de los grandes capitalistas guiados por su hostilidad al riesgo, e inducidos por la lógica militar de la competencia, que pretenden ocupar espacios sin tener en cuenta la especificidad del producto libro. Este proceder se complementa con la oligopolización de los canales de venta: 10 cadenas de libros concentran el 50% de la comercialización editorial de todo el país, según datos referidos al 2005 proporcionados por Sagastiazábal (citado en Vanoli, 2011). Esta información ilustra el desequilibrio en las condiciones de competencia por escala, también a nivel del eslabón de la cadena de valor editorial referida a la comercialización.

Las compras y fusiones de empresas dan cuenta de que 'el grupo editorial Norma de origen colombiano, compra las editoriales Tesis y Kapelusz' (Vanoli, 2011);

Por su parte, el Informe "Mercado editorial en Argentina y Ciudad de Buenos Aires de 2013 cita que

el grupo alemán Bertelsmann adquirió la editorial argentina más importante hasta entonces, Sudamericana. En 2001, el grupo español Planeta adquirió Emecé, otra de las grandes editoriales argentinas. Más recientemente, en 2007, la editorial Estrada, orientada al libro educativo y la de más extensa tradición editorial en Argentina (fue

creada en 1869) se vendió a Macmillan Publishers, controlada a su vez por otro grupo alemán. (p. 2)

Al final de la convertibilidad (Vanoli, 2011) los efectos de la recesión fueron notorios y en 2001 el sector sufrió un desplome por encima del 20%. La recesión obligó a un replanteo de las políticas comerciales de todo el sector: lanzamiento de menos títulos, publicación de obras de escritores que aseguraran ventas (autores consagrados) y reediciones de títulos exitosos. Para no asumir riesgos innecesarios se imprimieron tiradas inferiores y en algunos casos, soportaron reducciones de la publicidad gráfica y los catálogos.

El informe del CEP sobre la situación del sector (en Vanoli, 2011) agrega que en 2004 la industria editorial de libros manifestó un importante crecimiento, fundamentalmente en la tirada total, que llegó a los 55,8 millones de volúmenes –cantidad levemente inferior a la del 2001–. La cantidad de títulos publicados creció fuertemente, registrando un aumento acumulado del 86% entre 2002 y 2004 y alcanzando el año pasado el pico más alto de los últimos 20 años. Medida en términos de unidades (libros), la industria acumuló un aumento del 65,6% entre 2002 y 2004.

El crecimiento en la producción y en las exportaciones, sorprendente -si se tiene en cuenta que en 2002 el índice de producción de libros cayó un 25%-, se sostiene en los números de las grandes editoriales. En el mismo informe se consigna que las firmas que facturaron menos de 500 mil pesos anuales en el período 2002-2004, son quienes registraron, en promedio, un mayor aumento de la producción (47,7%), frente a las grandes empresas, que aumentaron entre el 23% y el 27%.

De acuerdo con el informe del Observatorio de Industrias Culturales citado por Vanoli (2011), la convertibilidad creó un saldo negativo de la balanza comercial causado parcialmente por la importación de máquinas y equipos -varios de última generación- que forjó una enérgica fuga de divisas, lo cual también permitió a las industrias locales actualizarse en materia tecnológica. Sin esta modernización, muchas de las editoriales no hubieran tenido suficiente capacidad competitiva en los mercados de la región. En este escenario, la competitividad da cuenta de una relativa recuperación de la industria, específicamente en el equilibrio en la balanza comercial.

Los obstáculos históricos al desarrollo de la producción continúan operando en el sector: el alto costo del papel, la amenaza del fotocopiado, la competencia de las editoriales extranjeras, lo comprimido del mercado local y la ausencia de una firme gestión de fomento a las editoriales nacionales frente a industrias editoriales muy protegidas como la mexicana o la española, señala Vanoli (2011).

Datos y estadísticas del desempeño en la industria editorial argentina

A los fines de analizar el nivel de actividad y la evolución de la producción de sellos editores, se toma el concepto de Núcleo Editorial Comercial (NEC) considerando lo definido en el Informe 7 de enero de 2012 sobre Producción Editorial Argentina⁶, elaborado en forma conjunta por el Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM) la Cámara Argentina del Libro (CAL), la Dirección General de Estadísticas y Censos del Ministerio de Hacienda y el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. El Núcleo Editorial Comercial (NEC)⁷ es un recorte conceptual hecho para dar cuenta del nivel de actividad y de la evolución en el tiempo de la producción de los sellos editores que orientan su producción al canal librero.

Títulos y ejemplares, según el registro ISBN

El análisis en base a las categorías títulos/ejemplares permite revisar la reformulación del negocio editorial, según el Informe del Observatorio de Industrias creativas 2013, que se ha transformado de un modelo basado en la oferta de catálogos editoriales –aún muy relevantes para los sellos editores consolidados- a un esquema de negocio centrado en producción de novedades y rotación de títulos permanente.

Para dar cuenta de esta transformación del modelo de negocios, se presenta el cuadro se grafica la variación interanual de títulos y ejemplares, según información procesada por el Observatorio de Industrias Culturales de Ciudad de Buenos, con datos del ISBN,

⁶ Para determinar la producción industrial de libros, se siguen los lineamientos del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), publicados en el Informe citado. Allí se define a las editoriales industriales como los agentes editores que anualmente y en forma sostenida, editan y publican alrededor de tres títulos al año o facturan más de USD 20.000.

⁷ Dado que en Argentina no existen estadísticas de ventas o de facturación de las editoriales, la definición del CERLALC se adaptó para el concepto de Núcleo Editorial Comercial (NEC), proporcionada en el informe publicado en 2012 con el título “Producción y comercialización editorial argentina” del Centro de Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM). En ese informe se presentaron las siguientes definiciones metodológicas, útiles para la operacionalización de los datos:

A) Títulos que pertenecen a sellos los últimos tres años. Como excepción a esta regla, también se incorporan los editoriales que, aunque sólo publicaron dos títulos en uno de los años tuvieron una tirada promedio en dicho trienio superior al promedio comercial.

B) Para formar parte del Núcleo Editorial Comercial, sólo se toman en consideración los sellos que tienen como principal canal de comercialización a las librerías.

Cantidad y variación interanual (%) de títulos y ejemplares según registro de ISBN. Argentina. Años 1994 a 2012.

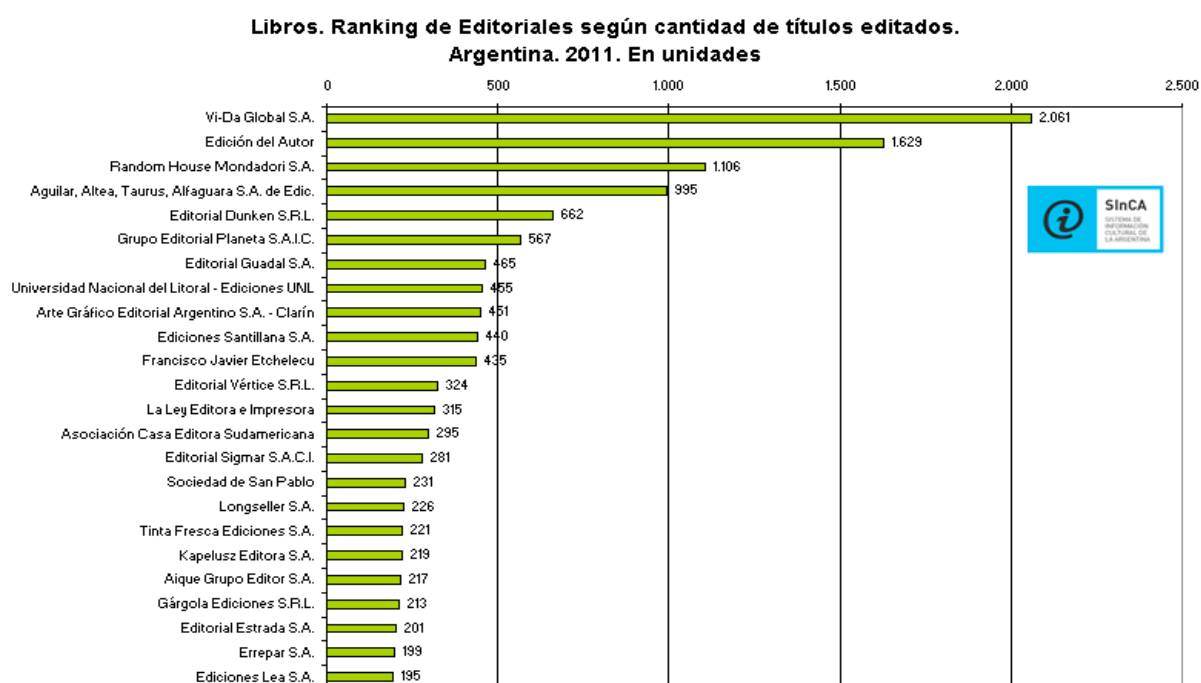
Año	Títulos		Ejemplares	
	Cantidad	Variación %	Cantidad	Variación %
1994	9.640		48.089.996	
1995	8.733	-9,41%	43.965.453	-8,58%
1996	9.915	13,53%	42.296.878	-3,80%
1997	11.875	19,77%	53.289.819	25,99%
1998	12.830	8,04%	54.490.652	2,25%
1999	14.351	11,86%	71.914.010	31,97%
2000	13.172	-8,22%	74.294.135	3,31%
2001	13.428	1,94%	59.008.384	-20,57%
2002	9.964	-25,80%	33.708.268	-42,88%
2003	14.375	44,27%	38.096.586	13,02%
2004	18.828	30,98%	55.985.843	46,96%
2005	19.636	4,29%	67.346.651	20,29%
2006	22.598	15,08%	84.998.863	26,21%
2007	26.320	16,47%	92.768.996	9,41%
2008	22.877	1,23%	97.083.918	4,65%
2009	23.605	3,18%	89.340.118	-7,98%
2010	26.387	11,79%	75.707.363	-15,26%
2011	31.691	20,10%	118.700.987	56,79%
2012	27.661	-12,72%	96.977.765	-18,30%

Fuente: Informe 2013. Observatorio de Industrias Culturales CABA. Nota: La cantidad de títulos y ejemplares puede ser mayor, dado que no es obligatorio el registro de las reimpressiones. Elaboración propia en base a datos de CAL. Datos a junio de 2013.

En esta línea, la labor editorial de pequeños sellos editores es afín a este ‘nuevo modelo de negocios’ contribuyendo con nuevos títulos y autores con gran vitalidad. Según se observa en la serie histórica, en 2003 se nota una tendencia positiva, aunque con ciertas caídas en los ejemplares impresos en tres de los cuatro últimos años registrados con este cuadro. Como se explica en el Informe del Observatorio de Industrias creativas 2013, “la *variación positiva interanual de 2011 (56,7%) supera la que se había dado en 2004 (47%) configurada en un escenario muy diferente de fuerte recuperación económica luego de la crisis general de inicios de la década (p.5)*”.

Por su parte, el SINCA da cuenta de los títulos publicados en el período 2011, citados en este trabajo como un ejemplo en un año ‘anómalo’ en producción editorial en Argentina, según el récord de producción respecto a años anteriores:

Gráfico 1: Ranking de editoriales según cantidad de títulos editados, en unidades. Argentina (2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la CAL correspondientes al ISBN

Fuente: SinCA, sobre base de datos del ISBN

En un primer lugar se encuentra la editorial “Vi-Da Global S.A.” de contenidos religiosos, seguido por las ediciones de autor, en un segundo lugar. El interés de editoriales independientes por registrarse con ISBN⁸ es un dato que se analizará en el próximo capítulo, y

⁸ De acuerdo al Informe de 2013 sobre Mercado editorial de Argentina y Ciudad de Buenos Aires,

sobre el cual se puede adelantar que importa en la 'visibilidad' comercial para la editorial y los autores.

Si bien hay fluctuaciones en el número de ejemplares editados, en los tres primeros trimestres de 2011⁹, la producción es superior al mismo período de 2010 ("Producción editorial argentina. Un análisis en base a los datos del ISBN"), editándose 24.542 ejemplares; en comparación con los mismos meses de 2010, se publicaron 30% más de títulos. En el lugar 3° y 4° del gráfico 1 se ubican editoriales de capitales extranjeros (Random House, Taurus, Altea, Aguilar, Alfaguara SA), con una trayectoria de adquisiciones, fusiones y compras por parte de empresas extranjeras: durante la década de los '90, estas firmas concretaron la compra de los fondos editoriales de sellos nacionales y reestructuraron su negocio basándose en el 'know-how' de editores con reconocida trayectoria editorial, también se obtienen títulos nuevos que emergen del sector 'independiente', descubiertos en ferias del libro o que acceden al circuito librero comercial, de la mano de distribuidores activos en diferentes circuitos literarios, de ferias y librerías.

En cuanto al desempeño de la edición de títulos de libros por provincia, la tabla presentada en la página 34 muestra el desempeño en la actividad del sector editorial de libros en Argentina, tomando como período una serie de 10 años.

La concentración en la actividad editorial de libros en los títulos publicados se manifiesta en Ciudad Autónoma de Buenos Aires en todo el período analizado (2004-2014), seguida por editoriales de la provincia de Buenos Aires. Muy por debajo en cifras, Córdoba ocupa un tercer lugar, seguido por la provincia de Santa Fe, en tanto que la provincia de Entre Ríos se encuentra alejada de sus pares de la Región Centro, por detrás de Salta y San Juan.

El desempeño editorial en publicación de títulos nuevos en Entre Ríos - tal como informan los datos del cuadro anteriormente citado, da cuenta de ciertas dificultades para la generación de un ámbito permanente destinado a la creación literaria local en ciudades con alta densidad poblacional que justifiquen tiradas masivas a gran escala.

Las ediciones con ISBN son producciones de muy diferentes características. Allí se encuentran desde libros lanzados por editoriales que venden exclusivamente o principalmente a través de las librerías, hasta ediciones que publican sin ánimo de lucro, fascículos incluidos con la venta de diarios y publicaciones de autor. Las publicaciones que realizan los grupos religiosos para distribuir en las iglesias y las que acompañan la venta de los diarios son de tiradas muy grandes por lo que su contabilidad puede ser distorsiva de las tendencias en el mundo editorial. (p. 7)

⁹ El Observatorio de Industrias Creativas de la CABA, en el informe 2013 "Mercado editorial de Argentina y ciudad de Buenos Aires" califica al 2011 de anómalo como récord de producción, con el aumento de 56,7% de la producción respecto a años anteriores. La explicación es que la producción editorial reacciona con retardo a la situación económica del año inmediatamente anterior al considerado en el análisis.

Tabla 2: Títulos editados por provincia, en unidades. Argentina- 2004-2014

Libros. Títulos editados según provincia. Argentina. 2004 a 2014. En unidades.

Provincia	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
(sin dato)	1.682	1.727	1.713	1.753	1.900	2.242	2.122	1.731	73	29	2.254
Buenos Aires	1.881	1.848	2.019	2.430	2.324	2.858	3.123	3.588	5.271	5.452	4.174
Catamarca	31	38	54	57	60	131	71	69	71	62	59
Chaco	22	36	29	46	33	69	75	77	90	125	155
Chubut	30	16	33	52	52	58	77	133	105	89	94
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	12.221	13.449	14.744	16.093	15.393	14.992	17.062	21.404	17.768	17.485	16.721
Córdoba	817	1.037	998	1.102	1.172	1.246	1.415	1.425	1.607	1.514	1.658
Corrientes	25	31	34	46	66	60	50	72	100	121	78
Entre Ríos	52	63	80	97	99	108	110	137	158	158	172
Formosa	12	8	6	13	6	13	15	15	20	18	24
Jujuy	39	43	41	63	70	53	39	93	128	123	111
La Pampa	24	25	35	33	45	44	39	48	47	55	37
La Rioja	13	5	10	1	7	4	31	37	20	52	37
Mendoza	153	141	135	168	156	154	196	201	248	283	282
Misiones	31	32	37	79	48	75	72	95	107	96	83
Neuquén	64	80	78	112	72	87	72	91	102	105	88
Río Negro	37	40	50	49	88	46	79	74	64	81	32
Salta	87	76	88	128	125	129	193	154	191	193	149
San Juan	80	62	66	66	68	86	79	107	130	200	475
San Luis	33	33	49	50	73	82	107	134	106	138	63
Santa Cruz	4	9	14	16	11	9	12	28	27	43	18
Santa Fe	634	636	726	889	840	985	1.085	1.158	871	880	831
Santiago del Estero	14	21	15	35	36	39	68	67	90	116	152
Tierra del Fuego	7	18	10	11	19	18	38	59	58	90	63
Tucumán	133	87	112	94	116	170	161	147	210	249	220
Total	18.126	19.381	21.176	23.483	22.878	23.556	26.391	31.142	27.660	27.757	28.010

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL)

Nota: Los datos corresponden al registro de ISBN (International Standard Book Number)

Como se verá posteriormente, es importante considerar la orientación de las herramientas de incentivo a la producción y comercialización de libros y evaluar si el impacto planificado subsana la escasa actividad editorial –en tiradas y nuevos títulos- en la provincia.

En cuanto a cantidad de ejemplares editados por provincia, se observa una tendencia a la concentración de la actividad editorial en Ciudad Autónoma de Buenos Aires, provincia de Buenos Aires, Córdoba y por detrás y más alejado en volumen, la provincia de Santa Fe y Entre Ríos. La tabla 3 describe la situación en la década de 2004-2014.

Tabla 3: Ejemplares editados por provincia, en unidades. Argentina- 2004-2014

Provincia	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
(sin dato)	1.162.971	1.057.563	833.209	1.045.933	965.081	967.978	956.686	515.699	25.335	7.900	775.474
Buenos Aires	7.809.906	5.315.270	9.343.706	13.552.180	11.451.865	23.262.572	15.162.704	19.471.452	11.581.230	11.180.263	15.492.210
Catamarca	14.400	16.440	28.765	19.070	9.320	15.145	13.592	21.205	13.630	15.060	12.250
Chaco	10.240	14.252	10.801	18.400	13.600	11.650	17.820	32.451	44.215	60.784	70.001
Chubut	26.000	10.000	28.050	33.250	44.350	40.360	45.302	69.051	59.700	39.750	64.250
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	45.265.443	55.992.442	65.678.920	65.690.006	81.783.473	62.476.219	56.869.557	95.140.305	82.619.820	73.717.519	109.686.308
Córdoba	983.689	1.181.454	845.761	593.912	646.391	670.861	863.416	840.131	1.096.522	1.159.959	975.814
Corrientes	7.600	5.700	10.500	8.700	19.000	12.100	9.401	12.350	20.330	38.430	13.950
Entre Ríos	61.100	69.445	29.270	41.001	42.549	91.220	79.455	66.910	47.640	59.810	52.110
Formosa	5.800	4.300	1.950	3.700	1.500	7.150	12.100	5.350	7.900	1.950	4.650
Jujuy	21.650	12.702	17.945	19.690	17.690	27.750	15.200	28.204	29.862	21.870	25.260
La Pampa	13.150	11.650	15.370	16.080	20.400	14.280	15.585	24.100	18.500	19.330	12.150
La Rioja	11.600	3.200	9.150	1.000	2.200	1.900	16.050	21.000	6.160	15.050	14.300
Mendoza	351.141	179.525	385.110	236.267	148.096	241.500	123.801	291.036	176.130	565.443	277.553
Misiones	12.150	15.100	20.351	102.770	41.600	79.700	34.900	38.238	94.264	21.601	29.450
Neuquén	141.380	73.100	87.030	347.581	97.220	181.110	120.180	39.191	29.092	55.460	28.220
Río Negro	74.600	40.650	45.500	139.350	497.070	100.370	71.350	50.550	51.620	32.495	16.000
Salta	43.786	61.100	43.250	59.670	460.450	233.800	73.406	267.257	179.473	386.375	103.575
San Juan	21.060	10.110	12.390	14.620	25.611	14.275	22.701	26.420	36.021	83.039	106.000
San Luis	30.830	12.450	19.175	27.787	85.362	115.450	73.840	166.814	32.395	28.076	51.005
Santa Cruz	12.450	12.150	10.450	3.900	10.270	1.600	5.620	14.912	16.950	27.050	4.300
Santa Fe	471.780	535.304	771.650	654.947	628.910	723.546	1.023.271	698.486	583.997	533.504	1.034.077
Santiago del Estero	5.850	5.210	4.970	7.070	9.950	8.060	12.580	11.975	17.196	19.825	16.270
Tierra del Fuego	1.650	14.000	9.100	10.100	23.050	8.870	14.350	23.150	15.300	33.200	14.769
Tucumán	46.260	79.380	83.395	41.000	38.910	84.681	53.197	50.630	174.567	48.007	49.314
Total	56.596.486	64.732.697	78.345.768	82.687.984	97.083.918	89.392.147	75.706.063	117.926.867	96.977.849	88.171.750	128.929.260

Fuente: SInCA. Ministerio de Cultura de la Nación. Según datos proporcionados por la CAL.

Las cifras dan cuenta de una escala productiva pequeña y no competitiva en volumen de ejemplares y títulos que –de algún modo- conspira con cualquier posibilidad de incentivar emprendedores que editen en Entre Ríos y encuentren económicamente atractiva y rentable la actividad editorial. La producción de libros es elegida como una segunda opción laboral complementaria al ingreso principal de los editores locales. La actividad es asumida como un ‘modo de vida’ relacionada a una vocación más cercana al amateurismo focalizado en el impulso a la cultura literaria local antes que a la búsqueda de lucro, con criterios financieros y

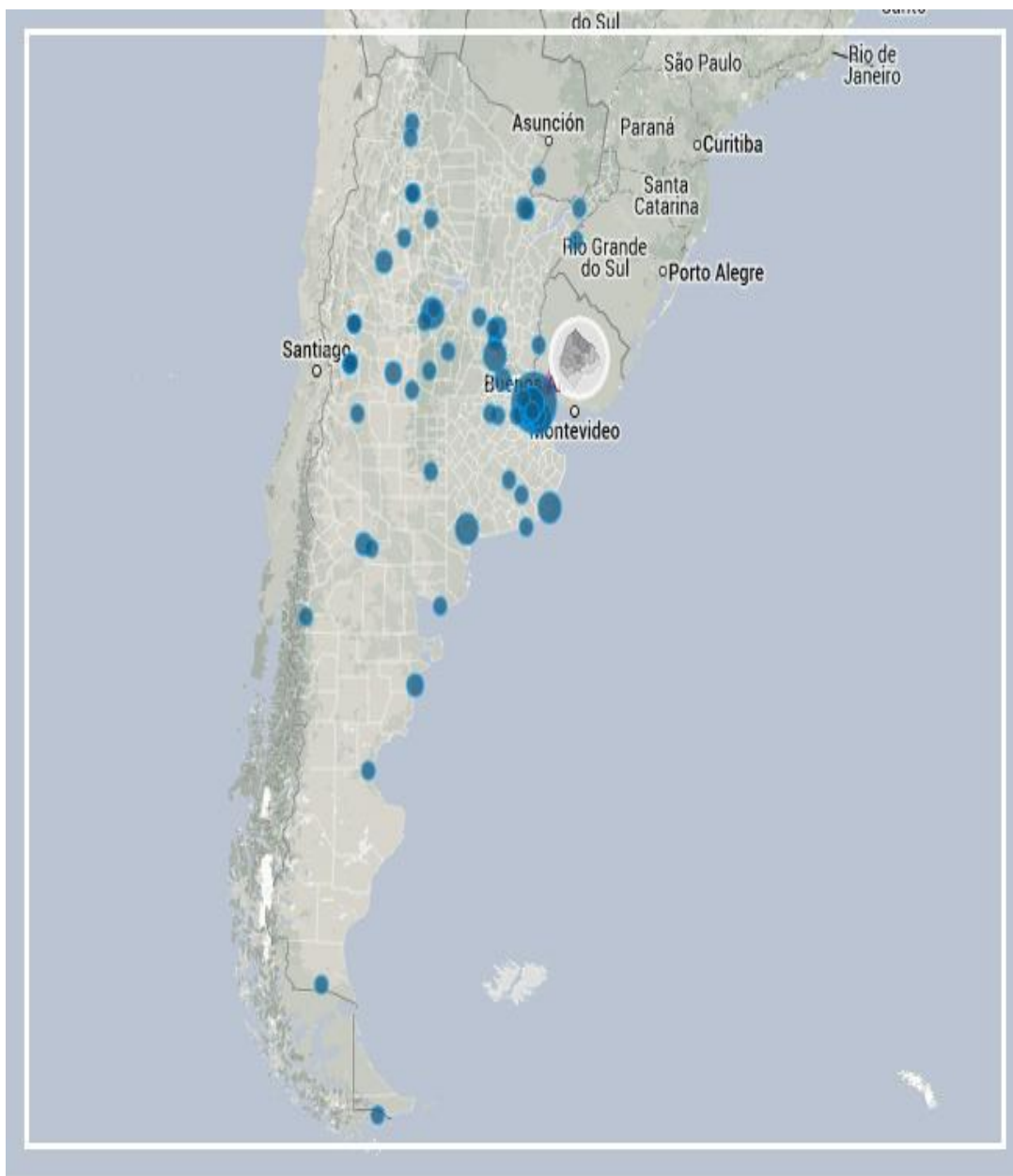
de gestión como en un esquema de negocios orientado a colocar ventas en el circuito comercial.

Otra categoría que ilustra la situación de 'concentración de empresas' es la referida a la ubicación geográfica de las empresas editoriales activas en Argentina. A los fines de visualizar los datos, se presenta el mapa 1 de la página 41, publicado en la web del Sistema Nacional de Información Cultural Argentina (SINCA) en 2013. Como se observa, la producción editorial y su distribución plantean inequidades de escala en logística, y, consecuentemente, diferentes ritmos y posibilidades de acceso a nuevos espacios de vinculación con editoriales y públicos. El libro actúa como 'mercancía' a la que se le asigna un valor de cambio similar a un producto de cualquier otro sector industrial (indumentaria, alimenticia, entre otras). Las decisiones empresariales se toman en un esquema capitalista, subordinando las fases de la cadena de producción y distribución de libros al 'impacto de mercado'. El buen desempeño para una editorial está condicionado por la diversidad de los mercados, como señala Zallo (2011):

los mercados son muy diversos (...) unos son extremadamente segmentados y acumulativos transnacionalmente, otros están muy bien definidos como es el caso de los medios de comunicación o de las empresas locales. Hay economías de escala en producciones solventes a escala mundo; hay economías de gama alrededor de géneros, de formatos, de símbolos o de ventanas comerciales y hay economías de club en la conexión a la red, por lo tanto, la red vale más cuanto más usuarios haya mientras el costo por acceso pueda bajar. (p.177).

Esta dinámica del mercado editorial es útil para comprender el desempeño variable del sector relacionado a modelos de negocio con alto grado de incertidumbre.

Mapa 1: concentración de empresas editoriales de libros en Argentina. 2013.



Fuente: Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA) Ministerio de Cultura de la Nación

La industria editorial en Entre Ríos: un análisis general.

La concentración editorial define un escenario con un alto porcentaje de títulos y ejemplares producidos, distribuidos y comercializados en CABA y provincia de Buenos Aires. Este trabajo de tesis plantea analizar la situación editorial en Paraná, para ejemplificar el desempeño de los sellos editores locales, observando la escala productiva y la diversidad de títulos y autores vernáculos.

En el análisis de la situación editorial entrerriana se considerarán los datos que ofrece el registro de títulos en el ISBN provisto por la CAL, tomando en cuenta el período 2007-2013, lapso en el que surgen y se desarrollan las editoriales que se presentan en el próximo capítulo.

El registro de títulos y ejemplares en el ISBN es significativo para las editoriales paranaenses analizadas en este trabajo: según se verá en el próximo capítulo, otorgar un número de ISBN a cada título, los coloca en un campo de 'visibilidad' dentro de la industria editorial. El registro se vincula más al carácter simbólico de pertenencia al rubro de sellos editoriales registrados, que a una ventaja efectiva para la comercialización y la obtención de ganancias en el mercado editorial. A los fines del análisis estadístico, el registro es particularmente útil porque permite una descripción de la situación de desequilibrio en escala productiva de los sellos editoriales en Paraná, en el contexto general del país.

El "sector libro"¹⁰ en Entre Ríos, incluyendo a ferias de libros, librerías, y bibliotecas populares presenta la siguiente situación en la provincia¹¹:

Tabla 4: Sector Libro en Entre Ríos – 2007/ 2012

Ferias del libro	3
Librerías	42
Editoriales	41

¹⁰ La clasificación es tomada del título por el cual el Atlas cultural de la Argentina editado por el SINCA en 2014 agrupa datos sobre ferias, editoriales, librerías y bibliotecas especializadas en las distintas regiones geográficas del país.

¹¹ Según datos del último Censo Nacional de población 2010, la provincia tiene 1.235.994 habitantes. En ese total poblacional, la capital de Entre Ríos -Paraná- registra 283.710 habitantes; Concordia: 152.282 habitantes; Gualaguaychú: 83.116 habitantes y Concepción del Uruguay: 80.000 habitantes. Las ciudades citadas son las que siguen a Paraná en población y en actividad industrial, política, cultural y educativa. Las condiciones antes señaladas contribuyen a explicar la presencia de actividad editorial y del sector del libro en general.

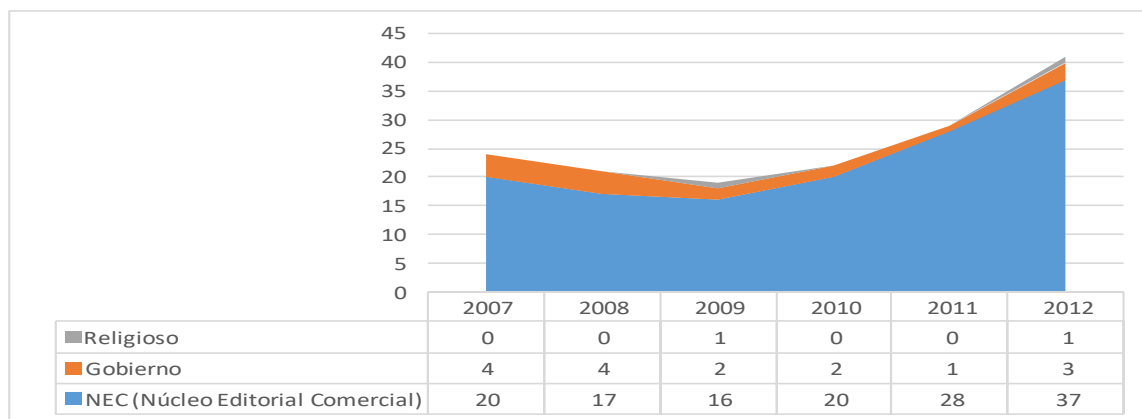
Fuente: elaboración propia, sobre datos del Atlas cultural de la Argentina. SINCA. 2012.

Las ferias de libros en la provincia se llevan a cabo en distintos momentos del año, en ciudades tales como Paraná (capital provincial), Concordia y Chajarí -estas dos últimas ciudades sobre la costa del río Uruguay. Las localidades mencionadas son tres de las más densamente pobladas en Entre Ríos, con una activa vida cultural, económica y social. Como se analizará en el próximo capítulo, estos espacios de encuentro entre editoriales, autores y públicos se constituyen como ámbitos de intercambio para aquellas editoriales sin vías comerciales de envergadura que faciliten el acceso a diferentes públicos y a potenciales compradores.

En cuanto a las librerías¹², la distribución se concentra en cuatro ciudades: Paraná (11), Concordia (7), Concepción del Uruguay (3) y Gualeguaychú (3).

La actividad editorial en la provincia -analizada en este trabajo entre 2007 y 2013- muestra variaciones anuales en la producción de títulos y autores en el período citado, como se ve en el gráfico 3. Los datos se agrupan en NEC, gobiernos que financian publicaciones y entidades religiosas:

Gráfico 3: Títulos registrados en el ISBN. Entre Ríos- 2007 / 2012

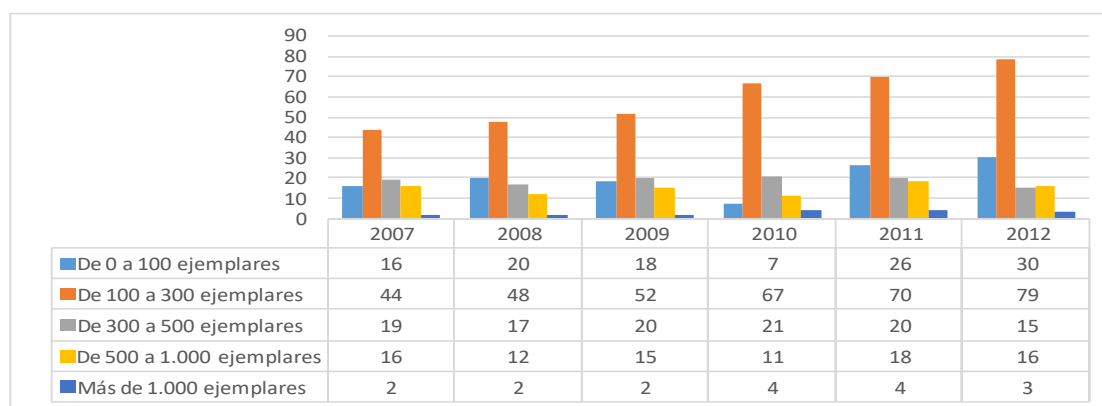


¹² La Ciudad de Buenos Aires desarrolla una interesante encuesta sobre comercialización de libros, basada en cantidad de libros vendidos con ISBN nacional y extranjero, facturación en ambos casos, personal ocupado y cantidad de locales disponibles, metros cuadrados destinados a la venta de libros, expectativas económicas a futuro y el listado de los 20 más vendidos. En relación a información similar para Entre Ríos, la indagación efectuada para este trabajo mostró la inexistencia de datos sistematizados bajo esos ítems y más aún, el escaso registro de títulos y autores en el ISBN. Cualquier referencia consistente a nivel provincial en relación a la actividad librera queda ceñida a cantidad de librerías, según datos de la CAL, a través del ISBN.

Fuente: elaboración propia, sobre datos del registro en ISBN en la CAL (datos anuales en 2007 al 2012)

Las tiradas de los libros entrerrianos registrados en el ISBN informan un predominio de ejemplares que ingresarán para la venta en el canal librero comercial. Las áreas temáticas editadas se ubican mayormente en literatura, en asuntos jurídicos y -en menor escala- aparecen publicaciones patrocinadas por gobiernos municipales y provinciales

Gráfico 4: Tiradas de libros registradas en ISBN. Entre Ríos – 2007 / 2012

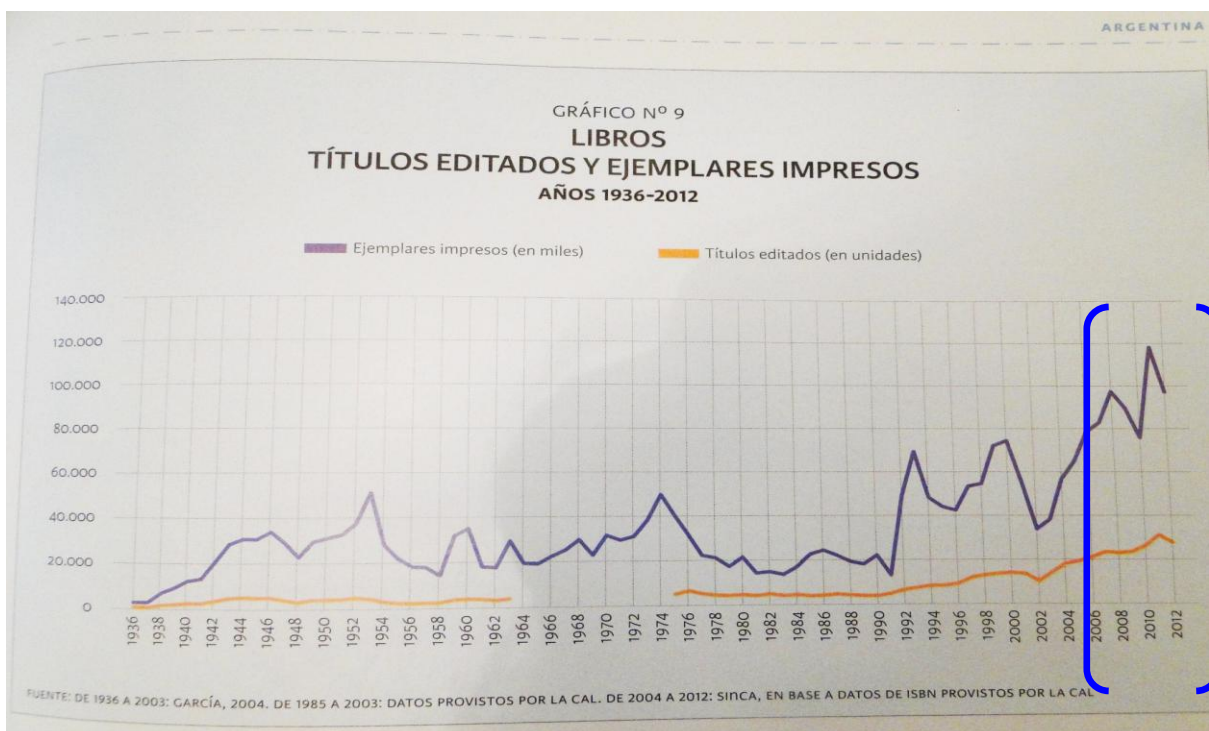


Fuente: elaboración propia, sobre datos del registro en ISBN en la CAL (datos anuales en 2007 al 2012)

Como muestra el gráfico, la mayoría de las editoriales en la provincia, deciden tiradas entre 100 a 300 ejemplares: en 2007, 44 editoriales hacen tiradas entre ese rango; en 2008, 48 editoriales; en 2009, 52 editoriales; en 2010, 67 editoriales; en 2011, 70 editoriales y en 2012, 79 editoriales registran títulos con tiradas entre 100 y 300 ejemplares. Estos datos dan cuenta de decisiones orientadas a publicaciones 'a demanda' para minimizar los costos de excedentes que no logran ser vendidos en los circuitos libreros locales, regionales o nacionales, dato que se obtiene a partir de los comentarios de editores entrerrianos entrevistados para este trabajo.

Comparativamente, si se observa una serie histórica de tiradas y títulos publicados a nivel nacional con los datos presentados anteriormente en el ámbito de la provincia de Entre Ríos, es notoria la diferencia en escala: las cifras justifican el calificativo de 'pequeñas editoriales' que se da en este trabajo a los sellos editores provinciales entrerrianos. El Atlas cultural de la Argentina, publicado por la Secretaría de Cultura de la Nación, la Dirección de Industrias culturales y el SINCA, ofrece el siguiente gráfico que describe la situación a nivel país en un período extenso destacado en corchete el lapso analizado en Entre Ríos:

Gráfico 5: títulos y ejemplares editados período 1936 / 2012



Fuente: Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA) Atlas cultural de la Argentina.

Es coincidente el incremento tanto en tiradas como en títulos publicados en 2011, a nivel nacional como en Entre Ríos, considerando que gran parte de las publicaciones obedecieron a temáticas vinculadas al Bicentenario del 25 de Mayo. Resulta notoria la evolución de la industria editorial en los últimos años que analiza el gráfico – del 2006 al 2012-, lo cual también es coincidente con los anteriores gráficos sobre el desempeño del sector editorial en Entre Ríos. No obstante, huelga señalar que las cifras de Entre Ríos -en tiradas y en títulos registrados- impactan ínfimamente a nivel nacional, lo cual ya se señaló anteriormente.

Consideraciones sobre la industria editorial entrerriana

Las cifras de la industria editorial nacional muestran que su desempeño pueden ser analizados según modelos de acumulación basados en concentrar recursos y costos productivos (papel, tinta, maquinaria), de distribución (transporte, fletes) y de comercialización (acceso a puntos de venta en grandes cadenas librerías en todo el país) en grandes centros urbanos. La dificultad de gestionar una empresa editorial con una escala productiva de envergadura, en forma constante y sostener un circuito de comercialización estable y que

ofrezca información sobre su crecimiento son una barrera de ingreso alta para numerosos sellos editores pequeños en todo el país.

La concentración empresarial de la que se habla en esta tesis no es sólo económica, sino también geográfica y favorece a los centros urbanos más densamente poblados con mayor capacidad de compra: la actividad editorial es un fenómeno fundamentalmente urbano.

Las cifras analizadas, dan cuenta de una redefinición del modelo de negocio editorial, más centrado en la generación frecuente de nuevos títulos y autores por sobre mayores tiradas de ejemplares que acompañen la oferta destinada al circuito librero comercial. En este contexto, la actividad editorial entrerriana ocupa una posición marginal en volúmenes de venta, cantidad de títulos y autores, de las que no se dispone de información publicada y accesible a la consulta. A esto se suman las limitaciones en logística (transportes y fletes) por las distancias geográficas para llegar a nuevos públicos en localidades de menor densidad poblacional.

Los datos aportados a nivel entrerriano sobre el sector libro permiten señalar que las decisiones de los editores locales se focalizan en lograr acceso a ciudades con más densidad de habitantes: Paraná, Concordia, Gualaguaychú, Concepción del Uruguay. No sólo es una lógica de escala, sino que también está basada en condiciones que aseguren la mayor cantidad de ventas.

En tal contexto, la actividad editorial queda circunscripta al descubrimiento y generación de nuevos títulos y autores que puedan aspirar a ser conocidos en los circuitos comerciales de mayor envergadura. Dada esta situación, los espacios de difusión que ofrecen ferias de libros son un campo propicio para dar a conocer nuevas producciones, respondiendo a esta tendencia observada en la transformación del modelo de negocio y la fragmentación de la oferta editorial. Este cambio de paradigma de negocios anticipa una cierta 'desindustrialización' en términos de laxitud referida a cifras precisas de producción y de gestión financiera, con opacidad en la publicación de datos. La gestión comercial se orienta más al amateurismo con dificultades para el acceso y permanencia en circuitos libreros.

El registro en el ISBN constituye otra herramienta para la visibilización de títulos noveles. Según las cifras disponibles, la escasez de una escala considerable para que el 'negocio editorial' sea rentable en términos de mercados robustos por cantidades y cifras de facturación -dato difícil de obtener en circuitos tan pequeños como los analizados- aporta márgenes estrechos para acciones 'creativas' en entornos fuertemente concentrados a nivel empresarial editorial.

CAPÍTULO 3

La participación de las políticas públicas para el sector: normativa e instrumentos de incentivo al sector editorial

El presente capítulo analiza el marco legal para el sector editorial: Ley nacional 25.446 de fomento del libro y la lectura; la Ley nacional de Defensa de la Actividad Librera N° 25.542, la Resolución 453/2010 de la Secretaría de Comercio Interior la Ley provincial 7826/86 que establece el premio literario Fray Mocho, y la Ordenanza municipal 8595 de creación del Fondo de Incentivo a la Cultura, las Artes y las Ciencias –FEICAC- en Paraná.

La descripción responde a uno de los objetivos de la tesis que propone analizar los instrumentos de las políticas públicas para el sector editorial, y las modalidades que los mismo asumen como incentivos, en subsidios para la creación de nuevos títulos y autores, de vinculaciones entre sellos editoriales y autores o bien en restricciones que compensen las desigualdades en escala económica.

El análisis toma como categorías: tipo de incentivo (monetario, en recursos materiales y de vinculación entre sellos editores, capacitación), y destino que se asigna a los fondos otorgados (publicación de obras inéditas, promoción de autores y/ nuevos títulos).

Ley nacional 25.446 de promoción del libro y la lectura

En 2001 fue sancionada la ley nacional de promoción del libro y la lectura, que proponía eximir del pago del IVA a la producción y comercialización de obras literarias y de texto en todas sus etapas. Además, la ley aprobaba que los autores tuvieran un derecho de propiedad intelectual ‘diferente y autónomo’, que limite el de los editores a la diagramación, composición tipográfica, diseño, digitalización y otras ideas originales que hagan a la generación de títulos a editar propiamente dicha. Otro aspecto legislado es el punitivo, que considera el castigo a la reproducción facsimilar de obras completas, y otros delitos tales como la utilización indebida de los estímulos impositivos previstos por la ley.

Borgarello y otros (2009) en su análisis sobre el régimen legal del libro afirman que el estudio de la normativa sobre la protección del libro se refiere a la capacidad de reglamentación que tiene el Estado, en su condición de ‘poder de policía’ como soporte de la libre expresión. La ley nacional sancionada en 2001 fue promulgada parcialmente en 2002.

En el artículo 1°, la ley establece la política integral del libro y la lectura, y sus condiciones al tiempo que señala que el Estado nacional “reconoce en el libro y la lectura, instrumentos idóneos e indispensables para el enriquecimiento y transmisión de la cultura, y

adoptará las medidas necesarias para el cumplimiento de los objetivos señalados por esta ley”.

En el artículo 3°, inciso “L”, la ley nacional fija objetivos para la política del libro y la lectura: apoyar a los autores, editores, comercializadores e industriales gráficos del libro, asegurándoles los estímulos, capitales, materias primas, equipos y servicios que garanticen el desarrollo sostenido y democrático de la cultura del libro y la lectura.

La ley nacional, entre sus principios generales, establece el **federalismo** expresado en los artículos 6 y 7, que refieren a la constitución y funcionamiento de la Comisión Asesora del libro, formada por los titulares de los organismos máximos de cultura de las provincias; el **carácter de internacionalidad**, que ordena la catalogación en fuente, instrumento que amplía las posibilidades de inserción del libro en distintos mercados, internos y externos, proporcionando datos bibliográficos exactos sobre la obra solicitada o adquirida por una librería, distribuidora, o incorporada en cualquier base de datos; la **protección y difusión del patrimonio literario nacional** refiriendo a la ley 23.351 de creación de bibliotecas populares; la **protección del derecho de autor** y la **libertad de expresión** en los artículos 14 y 15; la **promoción** a la cultura como obligación del Estado expresada en los artículos 1 y 3; la **igualdad de oportunidades** con la incorporación de los discapacitados al fomento del hábito de lectura expresada en el artículo 3.

En relación al fomento, la normativa nacional establece la promoción de la demanda editorial y de los hábitos de lectura, la organización de concursos literarios, exposiciones y ferias en el orden nacional, regional, provincial, municipal y del MERCOSUR; la adquisición de obras con destino a las bibliotecas públicas y populares, archivos y centros de documentación; la modernización de todos los centros bibliográficos; la adopción de toda medida conducente a la democratización del acceso al libro y la lectura como obligaciones de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, definida en su carácter de autoridad de aplicación para la política integral del libro y la lectura. Respecto a otros aspectos del fomento al sector editorial promovidos por la ley nacional, Borgarello y otros (2009) mencionan a los créditos bancarios (artículos 11 al 16).

Respecto a las medidas para la protección del derecho de autor, la ley contempla que en todo libro impreso o editado en la República Argentina conste el lugar y fecha de su impresión, número de la edición y cantidad de ejemplares, el nombre y domicilio del editor e impresor y el número del sistema internacional normalizado para los libros (ISBN) y la ficha de catalogación en fuente. En este sentido, la ley nacional considera infractor y sin posibilidad de tener beneficios legales, a todo libro que no incluya los datos requeridos o los incluya de manera incompleta o inexacta. El mismo tratamiento se asigna a libros impresos, editados y

reproducidos sin autorización o con incumplimiento de las normas establecidas por la Ley 11.723, lo cual habilita la prohibición de las fotocopias de libros.

Las sanciones son un aspecto que, en las editoriales de pequeña envergadura suele no ser tenido en cuenta, y la situación se define por una elección de cierto soslayamiento de la efectividad en términos reales de estos beneficios legales. En el capítulo que describe la situación de pequeñas editoriales en Paraná, los entrevistados se refieren a este mecanismo sancionatorio.

La ley nacional establece los actuales métodos de catalogación en fuente, el reconocimiento del MERCOSUR, la necesidad de fomento de la lectura, la prohibición de fotocopiar libros y, fundamentalmente, el reconocimiento expreso de la libertad de expresión sin censura previa, señala Borgarello (2009).

El tratamiento legislativo de la ley y el veto presidencial

En 2001, el Poder Ejecutivo vetó los artículos referidos al soporte económico orientado a la promoción de la industria editorial de manera efectiva, con lo cual la ley quedó circunscripta a un enunciado de propósitos, señalan Borgarello et al (2009).

Según explica Mihal (2014), la Ley de Fomento del Libro y la Lectura,

Dejó afuera artículos sumamente importantes para el sector, afines a la aplicación de exención del IVA para toda la cadena de valor, la exención de gravámenes en la importación y exportación de libros, así como de insumos y materiales necesarios importados (principalmente tinta y papel cuyos precios se comercializan en dólares). (p.4).

Esta definición del Poder Ejecutivo nacional, sobre una ley muy esperada en el sector editorial argentino concitó un debate que recogió reclamos y posiciones de empresarios editoriales, cámaras empresariales, escritores e interesados en este sector. Los artículos vetados –entre el 11 y el 16 de la ley- consideraban:

- En el artículo 11 se establecía que la producción y comercialización de libros estaría exenta del IVA en todas sus etapas y comprendía en esta exención a las librerías;
- En los artículos 12 y 16, el Poder Ejecutivo observó ‘graves fallas técnicas’ en su formulación. Según su redacción, ambos artículos liberaban de todo gravamen a la exportación e importación de libros y a las máquinas, servicios, materias primas e insumos importados para la producción; se aseguraba un reintegro fijo para la

exportación. Desde la Secretaría de Cultura, en ese entonces, se argumentó que había convenios internacionales con el MERCOSUR que no permitían que el reintegro se definiera con normativas taxativas como una ley;

- En los considerando del artículo 13 se define que “los autores que editen y/o comercialicen sus propios libros, quedarán exentos de todo tipo de obligación tributaria directamente vinculada con este hecho”;
- El artículo 26 contemplaba la exención del pago de impuestos a las ganancias de los autores, también fue vetado.

En una nota periodística publicada en el diario Clarín del jueves 26 de julio de 2001, la periodista Hinde Pomeranie citaba declaraciones del vicepresidente de la Cámara Argentina del Libro, Daniel Divinsky quien había señalado que el *‘espíritu de la ley era crear un incentivo a la producción’* y con el veto quedaba muy reducida esta capacidad de la ley.

Ley nacional 25.542 de defensa de la actividad librera

La Ley de defensa de la actividad librera N° 25.542, se sancionó en junio de 2001, se promulgó en julio y se encuentra vigente en la actualidad. La ley avala el precio uniforme de venta al público o consumidor final de libros que se editen o importen en el país

Por esta normativa, las editoriales “son las únicas que fijan el precio de tapa de los libros, lo cual obliga a que en todo el país en los distintos canales de comercialización del libro (librerías, supermercados, kioscos, etc.) se respete el mismo precio de venta” (Mihal, 2011, p. 5). Con esta ley se propone la protección de las librerías frente a la avanzada de grandes superficies comerciales en la fijación de precios de tapa de los libros y garantiza que los mismos tendrán el mismo precio en todo el país.

En relación al precio único de tapa, Raposo et al (2006) explican que aún cuando esta medida tienda hacia una igualdad de condiciones de competencia entre grandes y pequeños comercios, “el tope para el descuento que determina la ley es fácilmente burlado por las editoriales que cuenta con una librería del mismo grupo editorial y venden a consumidores que no tienen exigencia de factura (p. 292)”.

Los autores antes citados (Raposo et.al., 2006) explican que

durante la década del noventa, el proceso de concentración de las librerías fue acompañado por una integración de tipo vertical (...) permite a las editoriales exhibir de manera privilegiada sus obras en sus cadenas de librerías, lo que le resta mercados a los libros de otras editoriales y a los autores menos conocidos. (p. 289).

Igarza (2013) explica que en la cadena de valor del libro, las librerías y bibliotecas son los eslabones más débiles. Este autor añade que sus problemáticas radican en lo que fueron sus tres ventajas principales: 'la proximidad, la legitimación social y la visibilidad del contenido' (p.95). Frente a la transformación del modelo de negocio editorial con más títulos y ejemplares, y según señala el Informe 2013 del Observatorio de Industrias Culturales, actores del sector librero expresaron su alerta de cara a la 'sobre-oferta' en las librerías, con títulos que en muchos casos, ni siquiera logran permanecer en las mesas de venta al público ni un solo día. En otros casos, quedan guardados por una cuestión de espacio físico en las librerías, muchos títulos no salen de la caja en la que son enviados desde las editoriales más pequeñas.

El Instituto Nacional del Libro, un proyecto inconcluso

En el 2009, con la llegada a la Secretaría de Cultura de la Nación del antes diputado nacional, Jorge Coscia, cobró notoriedad un proyecto de ley (autoría de Coscia en su etapa de legislador nacional por la Ciudad de Buenos Aires, entre 2005 a 2009) sobre la creación del Instituto Nacional del Libro (INLA).

La iniciativa legislativa proponía la creación de un Fondo de fomento del libro argentino que –de acuerdo a lo propuesto en el artículo 8º- se compondría del 1% de las ventas de libros realizadas por empresas editoriales; el 0,5% de las ventas de libros realizadas por empresas distribuidoras y el 0,5% de las ventas de libros efectuadas en comercios que vendan libros al por menor. Como expresara el propio Coscia en el diario Página 12 el 19 de noviembre de 2009,

Con esta iniciativa, se disipa también uno de los puntos más discutidos que dominó la escena editorial en la última década: la distorsión fiscal que genera el Impuesto al Valor Agregado en la cadena de producción del libro. De ahora en más, las empresas podrán descargar los IVA pagados en el proceso productivo a cuenta de impuestos nacionales. Y el 30 por ciento de este monto pasará a integrar el Fondo con el que el Instituto apoyará la actividad de la industria.

El artículo 28 de esa iniciativa legislativa establecía que "las empresas inscriptas en el INLA podrán imputar, como pago a cuenta de los impuestos a las ganancias y capitales, todos los pagos de IVA que realicen en la compra de insumos o costos directamente vinculados con la edición o comercialización".

Como lo sintetiza Mihal (2011), la conformación del Instituto trajo aparejadas, conflictividades respecto a la incidencia que tendría para las grandes editoriales

representadas por la Cámara Argentina de Publicaciones (entre las que se pueden mencionar los editores de Planeta, Sudamericana, Santillana, El Ateneo, Kapelusz, Aique, Tusquets, Cúspide libros, Vergara y Riba y Sigmar, entre otras) el cobro de un porcentaje de la recaudación de las editoriales, distribuidoras y comercios por parte del INLA. (p. 9)

En un artículo publicado por el diario Clarín en 2006, bajo el título “Polémica por el proyecto para crear el Instituto del libro”, la periodista María Luján Picabea hacía referencia a una reunión en la que participaron los gerentes de las grandes editoriales agrupadas en la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP)¹³, quienes planteaban reunirse con el entonces diputado Coscia para argumentar en contra de la conformación del INLA. Durante esa reunión, según cuenta la crónica periodística, el propio Coscia dijo al periodista que lo consultó que la actitud de los gerentes de esta Cámara empresarial era “virreinal”, desconociendo que los grandes aportes del gobierno español a la actividad editorial habían posibilitado el crecimiento y expansión de los grandes grupos empresariales en ese país y que esas mismas editoriales mostraran su resistencia a la creación del INLA, como órgano de fomento para el sector editorial en todo el país, como política pública.

Resulta difícil señalar con precisión si el destino de este proyecto fue ser archivada en la Cámara de Diputados o de Senadores de la Nación, luego de haber obtenido dictamen favorable de la Cámara Baja nacional y pasar a debate en Senadores. Las búsquedas documentales del expediente CD 111/09 se diluyen en comentarios periodísticos referidos a las objeciones y planteos adversos para el Instituto, sobre el cual no se volvió a hablar en los años subsiguientes al 2009.

La Resolución 453/2010 de la Secretaría de Comercio Interior para el control de peligros derivados por el uso de tintas con altos contenidos de plomo

En 2010, la Secretaría de Comercio Interior emitió la Resolución 453/2010 que establecía controles y certificaciones tendientes a eliminar los peligros derivados del uso de tinta con altos contenidos de plomo en insumos utilizados en la industria editorial y en la gráfica.

En los considerandos, la Resolución citaba la necesidad de garantizar a la población la seguridad e información sobre los productos que se ingresaban al país y los que se utilizaban

¹³ La Cámara Argentina de Publicaciones (CAP) surgida en 1970 como una asociación de empresarios del sector, operó –explica Román (2013)- una serie de transformaciones como Cámara que, al inicio de 2007 la colocaron en un rol de ‘vocera’ de los intereses de empresas de libros, particularmente en representación de empresas trasnacionales como Bertelsman, Santillana, Planeta y Random House-Mondadori. Román explica que la CAP agrupa a editoriales que anteriormente formaban parte de la Cámara Argentina del Libro (CAL). A raíz de un conflicto interno entre 2001 y 2002 conformaron la CAP.

en la industria local, y que los mismos no afecten la salud de la población. En el párrafo séptimo, la resolución señala textualmente:

que la Federación Argentina de la Industria Gráfica y Afines (FAIGA) efectuó una presentación ante la Dirección de Lealtad Comercial dependiente de la Subsecretaría de Defensa del consumidor de la Secretaría de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Finanzas públicas, mediante la cual consideró necesario y conveniente solicitar el establecimiento de mecanismos de control tendientes a eliminar los peligros derivados del uso de tintas de alto contenido de plomo, en productos gráficos.

La normativa ordenaba a los responsables de la importación de mercaderías con tintas impresas, la presentación de certificados otorgados por autoridad regulatorio avalada por la Secretaría –en este caso esa responsabilidad recayó sobre el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)- a efectuar las pruebas de laboratorio que garanticen el contenido menor a 0.06 de plomo en las tintas utilizadas.

La resolución fue modificada en años posteriores, a través de otra normativa emitida en 2011 que reemplazó el artículo 1° de la resolución original y en 2015 que derogó el artículo 2° de la misma resolución. Tales modificaciones tendieron a simplificar los trámites, hasta llegar a su eliminación como requisito para el ingreso de productos para la industria gráfica y para la editorial, que utilizara tintas en su manufactura.

No pocas críticas generó la resolución, las cuales tuvieron su difusión a través de los medios de comunicación, especialmente la prensa escrita. Al cruce de versiones periodísticas que daban supuesta cuenta de contenedores con más de un millón de libros ‘paralizados en la frontera a punto de ingresar al país’ y trabados por la Aduana nacional, argumentando el cumplimiento de esta resolución, surgieron voces en defensa de esta normativa desde la Federación Argentina de la Industria Gráfica y Afines. La FAIGA señalaba lo oportuno de establecer controles en estos aspectos que promovieran la industria nacional al considerar como referencia los controles similares en países tales como Uruguay, Chile y China.

La ley provincial 7823/87 para la provincia de Entre Ríos y el Premio Fray Mocho a autores entrerrianos.

La provincia de Entre Ríos dispone de un incentivo para escritores a través del premio Fray Mocho establecido por la ley provincial 7823, del año 1987; no se registran otras leyes específicas para el fomento a la producción editorial en general o de fomento a determinadas fases de la cadena productiva del libro. Esta normativa establece la realización anual de una convocatoria en la provincia destinada a otorgar el premio literario Fray Mocho a la mejor obra

escrita por un autor entrerriano o naturalizado en esta provincia en alguno de los siguientes rubros: cuento, poesía, novela, obra de teatro, ensayo.

Según la ley 7823, el ganador del premio Fray Mocho, se hace acreedor a la edición de mil libros con su obra a cargo de la Editorial de Entre Ríos, de los cuales 200 se entregan al ganador y los otros se distribuyen en el salón de ventas de la Editorial de Entre Ríos, en bibliotecas y ferias donde participa la Editorial. A partir de los 55 años, el ganador del premio Fray Mocho accede a una pensión otorgada por el gobierno provincial a cada autor premiado.

Desde su implementación hasta 2012, el premio Fray Mocho ha galardonado a 50 autores en uno de los rubros mencionados: anualmente, se convoca a un rubro particular para la presentación de las obras. Las convocatorias se difunden a través de la página web institucional de la Secretaría de Cultura provincial, por las redes sociales de dicha repartición de cultura y por la difusión en la sección cultura de los diarios provinciales entrerrianos.

La Editorial de Entre Ríos -sello oficial del gobierno entrerriano- es poseedor de los derechos de autor de cada obra premiada y editada. Si los autores lo requieren, las obras se pueden editar con otros sellos, previa solicitud de cesión de los derechos de autor. Vanoli y Saferstein (2011) consideran que con esos incentivos lo que se construye es una visión individualista de las políticas culturales, que privilegian aquellas iniciativas cuyos efectos puedan impactar directamente en la comunidad, evitando así la intervención estatal. (p. 86)

La ordenanza municipal N° 8595 de la ciudad de Paraná y la creación del FEICAC.

La ordenanza sancionada por el Concejo Deliberante de la ciudad de Paraná en 1985 crea el Fondo de Estímulo a la Cultura, la Ciencia y las Artes (FEICAC). La gestión del FEICAC está a cargo de un Consejo de Administración constituido por un representante de cada una de las tres universidades públicas con sede en Paraná (Universidad Nacional de Entre Ríos, Universidad Autónoma de Entre Ríos y la Regional Paraná de la Universidad Tecnológica Nacional), además de un consejero del Concejo Deliberante y un representante de la Secretaría de Cultura municipal.

Los beneficios otorgados en el marco del Fondo y la presente reglamentación son subsidios, de efectivización única y periódica según la naturaleza del emprendimiento. El monto total por solicitante no podrá superar los montos que por resolución de la Secretaría de Cultura y Deportes de la Municipalidad se indique en cada convocatoria anual. Las convocatorias se anuncian a través de las vías de comunicación institucional de la Secretaría: correo electrónico, difusión en medios de comunicación locales y una ventanilla de distribución de las bases y condiciones de los premios, disponibles en el Teatro municipal 3 de Febrero y en la oficina de la Secretaría de cultura de Paraná.

El artículo 18º de la ordenanza señala que los subsidios contemplados en el marco del Fondo, están destinados específicamente a fomentar proyectos, programas y actividades vinculados con el desarrollo y la promoción de trabajadores de la cultura, las artes y la ciencias de la ciudad, con el fin de recomponer la cadena de producción cultural, promover las ciencias y resguardar el patrimonio de la ciudad contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad en sus diversas manifestaciones, en cuatro rubros:

a)-Micro emprendimientos de base cultural con proyección social y sin fines de lucro;

b)-Emprendimientos asociativos de base cultural, científica o artística, con beneficios para la comunidad, con o sin fines de lucro;

c)-Proyectos de producción de diseños, ediciones discográficas, editoriales y audio/visuales independientes;

d)-Proyectos destinados a la preservación, montaje, restauración y puesta en valor del patrimonio artístico, histórico y arquitectónico de la ciudad.

Como se puede analizar, estas políticas se piensan 'como potenciadoras de redes supuestamente existentes o en formación', al decir de Vanoli y Saferstein (2011) estructuradas según criterios de mercado. No se hace referencia a alguna incidencia sobre determinadas temáticas prioritarias a financiar, sólo se concentra en proveer incentivos monetarios a la producción editorial en términos amplios.

Instrumentos de incentivo al sector editorial: un balance posible

La realización de los PreMICA y MICA (Mercado de Industrias Culturales Argentina) a cargo del Ministerio de Cultura de la Nación, que contaron con el apoyo de los organismos de cultura de cada provincia, se inscribe en esta línea de fomento. Entre Ríos participó activamente en el PreMICA realizado en 2012 en la ciudad de Córdoba, para lo cual organizó y financió una convocatoria provincial de autores y realizadores culturales de todos los espacios abiertos para la vinculación empresarial y financió traslado y alojamiento de los inscriptos en esa actividad.

Según los registros de 2012 proporcionados por la Centro Experimental de Industrias Culturales en Entre Ríos (CEICER) dependiente del Ministerio de Cultura y Comunicación de la provincia, en dicha edición del PreMICA en 2012, por el sector editorial participaron

emprendimientos culturales y emprendedores de Paraná, Nogoyá, Gualeguaychú, Colón e Ibicuy. Por la ciudad capital –Paraná- asistieron 9 emprendedores editoriales, que reunió a referentes de la Editorial pública provincial, una de las editoriales universitarias de la provincia, una asociación civil que edita revistas con un perfil de inclusión de chicos de la calle en el proyecto editorial, ilustradores independientes especializados en cómics e historietas y autores independientes productores de revistas, cuentos y novelas.

La evaluación de esa participación fue positiva aunque sin logros significativos a nivel de la realización de negocios (ventas) a otros editores nucleados en esa Feria, datos obtenidos de las opiniones recogidas en una reunión organizada por el CEICER. Los años posteriores, Entre Ríos no promovió la participación de los emprendedores en los PreMICA y MICA, limitando su acción a fomentar la divulgación de las convocatorias a través de correos electrónicos entre los contactos recopilados en las bases de datos del Ministerio de Cultura y Comunicación, por intermedio del CEICER.

Una evaluación de las políticas públicas

La descripción de las normativas que fijan incentivos directos a la producción, distribución y comercialización destinada a editoriales pequeñas en Paraná da cuenta de instrumentos que otorgan recursos económicos (financieros en dinero) con diversos objetivos: a nivel nacional, los MICA funcionan como ámbitos para el fortalecimiento de la fase de comercialización de autores y sellos editores; en la provincia, se financia a la generación de nuevos títulos y autores, con menos impacto en la fase de comercialización, que sólo está considerada en específicas instancias –no siempre realizadas- de presentaciones a cargo de la Secretaría de Cultura provincial en distintas localidades, que se viabilizan a pedido de los autores beneficiados con el premio. A nivel municipal, los fondos se orientan a fortalecer la fase de impresión de títulos y autores ya generados por los sellos editoriales, dato que –por otra parte- es difícil de cotejar debido a la falta de información oficial publicada sobre los beneficiados por estos fondos.

Complementariamente, la diletancia en la gestión de estos instrumentos de fomento, desde los organismos culturales en todos los niveles –nacional, provincial y municipal- según las opiniones obtenidas en entrevistas a informantes y en la revisión de fuentes secundarias de información, tales como páginas web y portales oficiales de los organismos dedicados a la gestión cultural- dan cuenta de cierta debilidad en la implementación de políticas públicas robustas en el fomento efectivo al sector, especialmente entre las editoriales pequeñas en ciudades capitales de provincia, como Paraná.

Un párrafo aparte ameritan las normativas para el sector a nivel nacional con la ley de promoción del libro y la lectura y la fallida creación del Instituto Nacional del Libro: en esos ámbitos es donde se puede visualizar un campo de conflicto, en la exención impositiva a algunas actividades de la cadena de producción y comercialización del libro y en el rechazo de empresarios a la creación de un fondo de fomento, que proponía una suerte de redistribución de la recaudación del IVA para incentivar a los sectores más débiles del ámbito editorial como las librerías pequeñas y las editoriales independientes pequeñas. En esa misma línea de presión de cámaras empresariales también se puede analizar las tensiones generadas por la aplicación de la Resolución 453/2010 sobre control en las cantidades de plomo en insumos para la industria gráfica en general y, en esta, a la editorial.

La participación de las cámaras empresariales en los debates públicos y en la presión para la sanción o derogación de leyes específicas que incentivan o castigan determinados ámbitos en el sector industrial editorial, visibiliza la influencia que éstas tienen como articuladores de intereses económicos, políticos frente a las decisiones tomadas por las administraciones públicas. Las cámaras empresariales, con su capacidad de representar intereses sectoriales son agentes de vinculación y fortalecimiento de nexos productivos existentes o que se deben fomentar en relación con los instrumentos propiciados por las políticas públicas.

En cuanto a la ley de defensa de la actividad librera y la fijación del precio de venta al público, ésta resultó más exitosa en términos de fomento a un eslabón de la cadena que presentaba ciertas debilidades en un entorno de negocios altamente concentrado, aunque se vio solapada frente a la imposibilidad de las librerías de exención del IVA en los alquileres de sus locales, tal como se explicara anteriormente. A esto se suman otras problemáticas del sector librero, como la sobre-oferta editorial, la alta rotación de títulos en las librerías y las demoras en los pagos a las editoriales por parte de las grandes cadenas de librerías.

Tal incentivo, planteado desde una perspectiva de acción política centrada en una racionalidad instrumental, retomando en este punto al pensamiento de Laswell, desarrolla dichos instrumentos en términos de resultados, en muchos casos que culminan en ciclos de producción industrial caracterizados por el 'stop and go', de frenos y marchas que se activan al ritmo de los ciclos históricos de la economía y la política local.

La situación de concentración editorial descrita en el capítulo anterior no se ve compensada por instrumentos de incentivo a la producción y comercialización editorial a pequeña escala que asuman la acción de fomento a los sellos editoriales de manera continua. Como se verá en el próximo capítulo, las editoriales pequeñas conocen esta situación y en algunos casos deciden la alternativa de mantenerse al margen de toda acción de política

pública de incentivo editorial, entrando en un campo que puede ser considerado de resignación o mejor aún, de resistencia.

CAPÍTULO 4

Editoriales de libros en Paraná: del trabajo artesanal al ISBN y las políticas públicas

El capítulo describe el trabajo editorial de pequeños sellos independientes de grandes grupos empresarios editoriales o instituciones estatales, en la capital provincial de Entre Ríos, Paraná. La elección de los casos se decidió a partir del acceso que se tuvo a planillas de registro de las editoriales que participaron en el PreMICA 2012 de la Región Centro en Córdoba.

En este registro¹⁴ se consignaban nombres de editoriales que fueron contactadas en una primera conversación –caso de la editorial de la Fundación La Hendija- las cuales refirieron el trabajo de las otras editoriales que se mencionan en este capítulo. La vinculación con diferentes instrumentos de fomento público al sector editorial o de su prescindencia en la utilización de los mismos y la permanencia del trabajo por más de 3 años consecutivos en la edición, fueron las condiciones para la selección de los sellos descriptos.

La descripción se realizó en cuatro sellos editores en la ciudad: Editorial Fundación La Hendija, Gigante Editores, Parientes Editores y Abrazo Editores, puntualizando en aspectos vinculados a los orígenes de cada editorial, confección del catálogo y selección de autores y títulos, procesos de trabajo y la vinculación con los diferentes actores en los circuitos de producción y de comercialización del libro y su relación con los instrumentos públicos de incentivo al sector editorial.

¹⁴ El CEICER fue el organismo oficial en la provincia encargado de la sistematización de los datos de los participantes del PreMICA señalado. Las planillas dan cuenta de los siguientes campos de información: perfil de la empresa/emprendedor, tipo de servicio, oferta y demanda que pretende aportar en las rondas de negocios del PREMICA. Si bien proporciona una descripción general del desempeño editorial en la provincia en un lapso puntual, la información no fue analizada en este trabajo en forma exhaustiva y ameritaría un estudio posterior.

Cuatro editoriales paranaenses: orígenes, catálogos y rutinas de trabajo.



La Editorial **Fundación La Hendija** de Paraná surge en 2007 como iniciativa complementaria a la actividad del Centro Cultural La Hendija. Su fundador es Armando Salzmänn. Según informa la Directora de la editorial, Laura Martincich en un comienzo del trabajo editorial, el fundador publicaba con Ediciones de la Intemperie, que posteriormente se disuelve como sello editor:

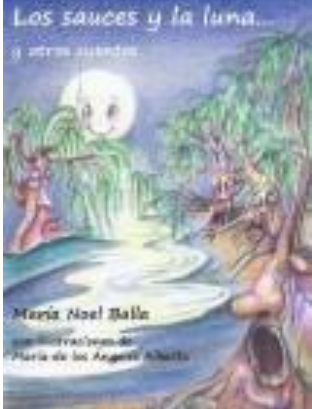
El ya venía publicando con el grupo de ediciones de la Intemperie, el grupo se separa, los chicos siguen con otras cosas y Armando sigue con esa inquietud y publica el primer libro con el sello de la editorial que es 'Sujeto y subjetivación', un libro de la Facultad de Ciencias de la Educación.

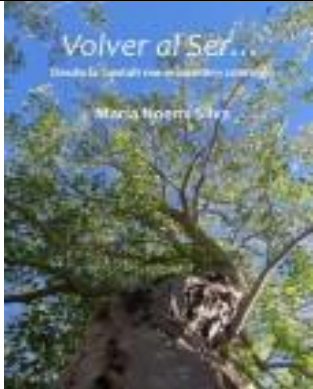
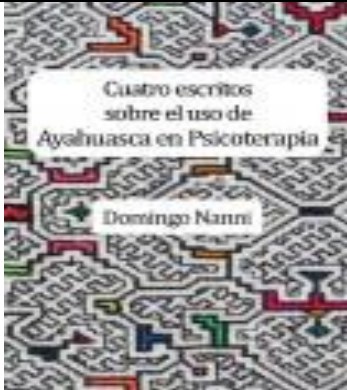
A fines de 2006 se incorpora la actual Directora al equipo de trabajo, quien desarrolla actividades de relación con autores, diagramación y relaciones públicas.

La vinculación con la Universidad pública entrerriana se mantiene en diferentes prácticas, más allá de la publicación de títulos generados desde investigaciones de grupos de estudio. Según comenta Martincich, en ocasiones instalan una mesa de venta de sus títulos al cierre de simposios o jornadas que se organizan en Facultades del área de las Humanidades, lo cual también incrementa la circulación de información y contacto con nuevas investigaciones en curso y que sean plausibles de futuras publicaciones con La Hendija.

Respecto a la confección del catálogo, la elección de autores se genera por referencias de otros escritores o información obtenida en reuniones culturales a las que asisten y se contactan con la editorial. En este sentido, el contacto que la Editorial tiene con el Centro Cultural del mismo nombre proporciona una 'vidriera' propia, que la Editorial utiliza en ocasiones 'cuando tenemos ganas, ponemos la mesa a la salida de algunas funciones de teatro en el centro cultural', comenta la coordinadora de Relaciones Públicas.

La información de la página web de la Editorial, muestra un catálogo conformado por 18 colecciones, con pequeñas tiradas (no más de 300 ejemplares cada una de ellas) tal como se muestra en el cuadro siguiente, con información de 2012:

Novelas (17 títulos)	Publicación homenaje al Bicentenario de Paraná (3 títulos)	Testimonio (8 títulos)	Un Spivacow de pan (6 títulos)
			
La Universidad Pública publica (13 títulos)	Papel cometa (3 títulos)	Pelota chamba (2 títulos)	Poesía (12 títulos)
			

Colección Del Estante (2 títulos)	Aquí y ahora (2 títulos)	Abajo el telón (2 títulos)	Investigación (22 títulos)
			
De Luz y Locura (2 títulos)	Devenires y contagios (1 título)	Ediciones amigas (8 títulos)	Educación (5 títulos)
			

En casos puntuales de ciertas colecciones (la llamada “Colección del estante” es uno de los ejemplos) su inclusión en el catálogo obedeció a que ésta fue adquirida de otro sello que cerró y liquidó su fondo editorial. El dueño de La Hendija –mediante vinculaciones con la Facultad de Trabajo Social y de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos- logró incorporar los títulos de dicha editorial, explica la Directora de la editorial.

La colección “La universidad pública publica” se efectiviza a través de los vínculos con catedráticos y equipos de trabajo universitarios en facultades de ciencias humanas y sociales. Respecto a las colecciones infantiles “Papel cometa” y “Pelota chamba” son las más recientes en el catálogo y algunos de sus títulos resultan de convocatorias a concursos para textos infantiles, en Paraná.

En cuanto a los procesos de trabajo, la toma de decisiones se realiza por acuerdos verbales entre el editor de la editorial y la Directora. La entrevistada indica que llevan a cabo una reunión semanal para definir prioridades de trabajo de impresión y que numerosas cuestiones se resuelven *‘conversando la tarea sobre la marcha’*.

Ante la consulta del modo en el que se realizan los controles durante el proceso de impresión, se destacó que -luego de ciertos contratiempos experimentados en la tarea diaria- se procedió a acordar verbalmente nuevas instancias de revisión del trabajo, siguiendo un parámetro de producción lineal de ‘paso a paso’, que ellos mismos realizan y controlan. Martincich comenta:

Tengo el recuerdo de cuando intercalamos Esparadrapo, que es una novela. Para 400 libros teníamos tabloncitos enteros con los pliegos e íbamos dando vuelta al tablón, poniendo hoja por hoja para armar el libro. Por eso, cuando andábamos buscando intercaladora, vimos una máquina chica de 6 bandejas. El dueño de la editorial dijo ‘te brillaron los ojos’...y la compramos.

Como se aprecia, esta forma de trabajo muestra procesos cercanos a las prácticas fordistas de ensamblado en línea, que insinúa una cantidad de tiempo de ‘hora-hombre’, transformando la tarea con la incorporación de maquinarias, significa una mejora en la productividad y más capacidad de aumentar los volúmenes de ejemplares. Es ilustrativa la explicación que da la entrevistada respecto a los niveles de incorporación de maquinaria en la propia editorial y los niveles de adquisición de alguna escala de producción por el uso de ese equipamiento:

Primero ves cuál es tu necesidad, qué tipo de máquina se necesita para este nivel de producción. El nuestro está considerado, si nos vamos a los parámetros europeos, a nivel educacional, por el tipo de máquinas. Son tiradas chicas, el binder nuestro lo prendés por cuatro horas y lo tenés que apagar porque más no lo podés tener

funcionando. La laminadora es una de escritorio, nosotros laminamos 300 ó 500 ó 1.000 tapas. Porque lo que le sigue es una escala industrial, la única máquina que tenemos a nivel industrial es una guillotina bastante grande, nosotros compramos las resmas de papel que vienen de 1.20 por 90 o 70 y lo cortamos al tamaño del pliego, que es una forma de economizar en ese sentido.

La editorial realiza el proceso completo de producción intelectual, material y comercial de los títulos que publica. Para iniciar la integración vertical en la editorial, fue necesario disponer de bienes de capital mediante un crédito bancario, otorgado por el Banco Nación. Para lograr este objetivo, La Hendija se asoció con otra empresa particular que cumpliera la tarea de imprenta, y de este modo distribuir la responsabilidad por la devolución del crédito a la entidad bancaria,

Para el taller, sacamos un crédito del Banco Nación donde nos pedían que nos sumáramos a otros emprendimientos. Ahí surge la asociación, con la gente con quien compartimos el lugar [se refiere al local donde se emplaza la imprenta] ellos son dos hermanos y fueron los que llevaron el proyecto de la radio a [Fundación] La Hendija, de generar una radio...escuchando radio, un día dijeron 'no hay nada para escuchar'. Y ahí se pusieron a armar la radio¹⁵.

En esta declaración, surge un dato sobre las formas de sociabilidad emergente con vigor en la década de los 2000: se concretan proyectos que se articulan entre sí mediante la organización de una radio comunitaria, un centro cultural, una editorial de libros. La espacialización - que transforma el proceso de extensión institucional del poder corporativo de las IC en el orden financiero y de penetración en el mercado-, encuentra en estos espacios otras estructuras que receptan una nueva acción social, cultural y, sobre todo, económica.

Respecto a los instrumentos públicos de incentivo al sector editorial, desde La Hendija mencionan que participaron como integrantes de la delegación que asistió al PreMICA 2012, sin mayores referencias a negocios concretados dentro de este espacio. No refieren relación con autores y títulos premiados en el Premio Fray Mocho, ni a participar solicitando incentivos del FEICAC. No obstante, usan los instrumentos legales que propone la ley nacional referida a registros editoriales, y tramitación de los derechos de autor, como explica la entrevistada:

nosotros le hacemos la tramitación de derechos, que no es una obligación sino un servicio. Y decirles que ellos ceden los derechos para esta publicación y que podemos acordar por cuánto tiempo lo ceden. Y si quieren publicar una segunda reedición con otra editorial o reimprimir con otro, son libres de hacerlo.

¹⁵ Cabe referir un párrafo a la Radio Cualquiera, nombre de la emisora que menciona la entrevistada. La estación de radio funciona en el Centro Cultural La Hendija, de la ciudad de Paraná, desde el 14 de septiembre de 2006. Es la más antigua de las radios consideradas comunitarias en la ciudad.

Como se analiza más adelante, la integración vertical de esta editorial, contribuye a generar una ventaja competitiva a su favor, destinada a la concreción de obras que aprovechen la economía de escala en el manejo de todas las fases de la producción, fundamentalmente.



Parientes Editora es un proyecto surgido en 2012 que inicialmente se dedicó a la producción de fanzines. Está a cargo de Julia Acosta y Lucas Mercado. Trabajan proyectos de gráfica, historieta y poesía, en un espacio que comenzó como un taller de crítica literaria y producción. Mercado cuenta sobre el surgimiento del grupo de trabajo que creó la editorial:

Nos fuimos conociendo a la vez de hacer eso, nos dedicamos a la tarea artística, a exponer, vivimos de la docencia y de nuestra obra, también. En período 2001-2002-2003 empecé haciendo historietas, siguiendo una tradición que hay por acá, de autoedición chiquita a la escala que siempre hubo. Muchos de nosotros, como artistas plásticos, poetas, tuvimos ligados a ese formato de circulación de nuestra obra. Hace 3 ó 4 años empezamos un grupo llamado Parientes, que era un grupo disperso, de gestión, de análisis de obra tipo clínica, hay un taller de dibujo, la parte editorial, hacemos un poquito de cada cosa. Se nos ocurrió que además de hacer nuestro propio fanzine empezamos con una línea con invitados. Así fue como empezamos con estos títulos.

Los procesos de generación de la editorial como proyecto de producción de libros asumen un carácter de experimentación, con algún amateurismo y sin un cálculo financiero, logístico, jurídico previo, como se prevé en empresas editoriales dedicadas al circuito comercial. Más aún, bajo la lógica experimentada en los talleres de fanzines, la creación de los títulos se originan en la captación de potenciales obras y autores, entre el público:

Lo que hacemos siempre con la gente que pasa por nuestro taller, es que nos vamos relacionando, los invitamos a que realicen su obra, que revisen su obra para ver la posibilidad de darles el formato de edición

En 2015, Parientes concretó la primera edición con inscripción en el registro de ISBN, y aumentaron la tirada de sus primeros títulos registrados con el código, pasando de 100 a 300 ejemplares.

El año pasado decidimos volcarnos al formato libro, hicimos la inscripción de la editorial al ISBN y probar a ver cómo hacíamos ediciones de 100 ejemplares, anteriormente. Al autor le damos el 20% de la venta o en publicaciones. De 100 nos estaban quedando 80, de los cuales hay 5, 6 ó 7 vas donando, canjeando. La diferencia de plata no era tanto en el precio unitario: en una edición nosotros hicimos 300, que está bien, pero lo que te sale uno en trescientos es lo que te sale uno en cien, tampoco 300 era mucho y dijimos: “vamos a probar”.

El cálculo que el editor comienza a realizar ni bien toma la decisión de formalizar su producción ante un registro como el que propone el ISBN es evidente, según se analiza de lo antes dicho por el entrevistado. La transformación del proceso de trabajo va a significar no sólo poner atención en seleccionar autores o centrarse en la estética de cada título, sino en obtener algún margen de ganancia o de ahorro frente al anterior esquema de trabajo más amateur.

La elección de autores y títulos a editar es -como lo define uno de los editores- ‘levemente caprichosa’: en ocasiones se considera que son artistas sin producciones publicadas, o que sus obras no circulan con frecuencia por los espacios culturales convencionales (grandes librerías, editoriales de mayor envergadura en la provincia y en Capital Federal). El entrevistado comenta:

En el caso de Enrique Rodríguez, dibujante de salón, de cuadros nos dijimos ‘¿qué pasaría si a sus dibujos los podemos adaptar a estos formatos?’; Miguel Bescos es pintor, pintor al óleo y también historietista y participó en Jirafas [editorial dedicada a la edición de fanzines].

Aún cuando en su proyecto editorial, Parientes no ha incorporado explícitamente el estudio de mercado para captar talentos escritores, lo expresado por el entrevistado da cuenta de ciertas estrategias que se acercan a la lógica de selección con el criterio de que ‘pueda funcionar’, siguiendo un planteo de Marketing comercial convencional aplicado a cualquier otro producto destinado a la comercialización. En otro párrafo, el entrevistado reflexiona sobre la selección de los autores, muchos de los cuales surgen del ámbito de las artes plásticas:

Fue una necesidad que sentimos: al haber carencias de otro tipo, pensamos que esto [el circuito de artistas plásticos] que podemos manejarlo nosotros es un rédito chiquito, pero permite que se siga haciendo y tomando una cerveza.

El editor razona con una lógica de obtener plusvalía, de modo tal que el autor proveniente de otro ámbito de la cultura (Artes plásticas) coopere en obtener tal plusvalía aún cuando sea 'chiquitito' y otorgue un cierto margen de ganancia para estar 'tomando una cerveza'. Estos espacios logrados también conducen a una estrategia orientada a incluir tiempos libres para generar autores noveles y títulos.

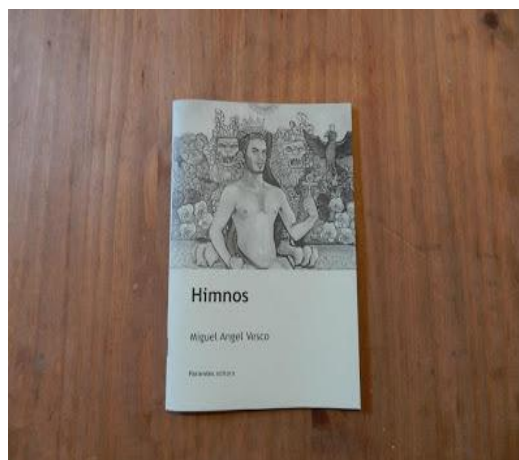
Respecto a los catálogos, el blog de la editorial muestra las colecciones con una fotografía de las tapas e interiores, como se observa a continuación:

Grisazul. Colección de poesía de Gustavo García, con ilustraciones de Eva Cabrera

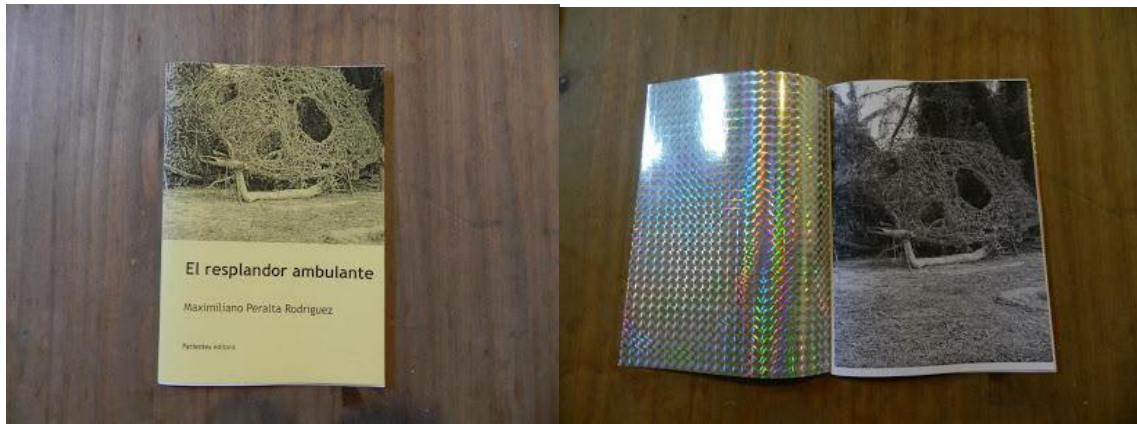


De otros mundos. Autora: Victoria Ruiz Díaz. Colecciona una serie de obras bajo dos ejes "Clorofilios" y "Lo que crece", donde se cruza flora-fauna-observación-detalles-paciencia-amor. Un registro zoológico fantástico, una vegetación que inunda. Edición numerada de 100, 20 x 14 cm. 28 páginas en Bookcel, portada en Vegetal y cartulina gris, impresión laser ByN.

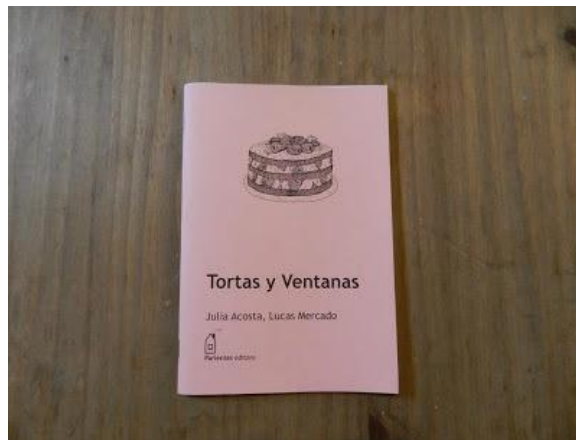
Himnos. Autor: Miguel Angel Vesco



El resplandor ambulante. Autor: Maximiliano Peralta



Tortas y Ventanas. Autores: Julia Acosta, Lucas Mercado



La editorial también dedica un espacio de su blog a un archivo de fanzines, que se presenta así en la página web y en el muro de Facebook del sello editor:



En cuanto a las rutinas de trabajo, los editores tercerizan su trabajo mediante la contratación de dos diseñadores: uno de los profesionales trabaja sobre la página web, el otro realiza el diseño de los libros, mientras que las redes sociales son administradas por los dueños de la editorial,

tenemos un chico que hace el diseño web, del Facebook nos dedicamos nosotros. De la punto.com se dedica un chico y después otro chico, diseñador gráfico que se encargó del diseño editorial. Lo armamos para estos tres, para decir, para tomarlo más armadita la cosa, pagándole a ambos.

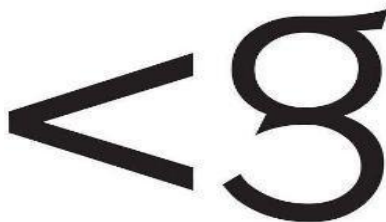
La experiencia en las artes visuales aporta conocimientos de gestión en espacios productivos de piezas de arte o –como en este caso- de textos, y se traslada tal experticia a la organización de la editorial, comenta uno de los editores de este sello. Luego de los inicios ligados a la experimentación en espacios de producción literaria de taller, a la realización de fanzines, el editor entrevistado comenta que se tomó la decisión de ‘tercerizar’ la producción:

La idea de cómo empezar a tercerizar, nos dijimos “ya lo hicimos mucho tiempo, vamos a empezar a verlo como negocio”. En el sentido, tratemos de que si vos hacés todo y no

hacés lo estrictamente que es mover los títulos, los autores, ya medio como que llegás cansado, entre que los hiciste, con tanto cariño. Ya está, salió tanto, pensar cómo moverlo, cómo venderlo e invertir y manejarnos desde ese lugar. Los chicos de Gigante manejan todo, tienen buena selección de trabajo, pero como que siempre están así, de a uno, de a uno. Yo me canso también.

Se observa una transformación orientada a incorporar algunos criterios de mercantilización como un proceso por el cual las técnicas aprendidas den paso a una delegación de tareas y que haya un lucro más allá del 'uno a uno' como compara el editor entrevistado, en relación con otra editorial colega.

En la vinculación con los instrumentos públicos de incentivo al sector editorial, en 'Parientes' están actualizados respecto al lanzamiento de convocatorias municipales de líneas de financiamiento. En el 2013 obtuvieron un financiamiento del FEICAC para la impresión de una colección que se encontraba retrasada por falta de fondos propios. El entrevistado reconoce que la postulación al FEICAC les proporcionó un margen para editar útil cuando ya se tiene diseñada alguna colección o un nuevo título. Sobre las posibilidades que aporta el registro definido en la ley nacional, también manifiestan que sus últimas ediciones ya cuentan con el trámite ante el ISBN, al cual consideran un instrumento importante para dar legitimidad a su trabajo frente a los autores que editan en ese sello.



Editorial Gigante surge en 2011 y está a cargo de dos editores, Julián Bejarano y Matías Podestá. De acuerdo a lo relatado por ambos, la conformación de la editorial se produce con posterioridad a otras experiencias con sellos editores pequeños en diferentes localidades de la provincia y de haber tenido vinculación con sellos independientes de Buenos Aires, que circulaban por los espacios literarios de poesía, fuera del circuito comercial de librerías y espacios comerciales locales y nacionales. Iniciaron su actividad con el nombre 'Gigante' luego de cursar un taller de encuadernación manual en Santa Fe, de donde obtuvieron algunas ideas para llevar adelante su emprendimiento. El relato de los entrevistados señala:

fuimos a tomar unas clases para coser libros, en Santa Fe. En el curso, charlando, se nos ocurrió una editorial. En realidad, comenzamos editándonos a nosotros mismos, autopublicándonos, para empezar y en paralelo, hicimos algunos textos de amigos nuestros.

Respecto a la conformación del catálogo de la Editorial, no es posible encontrar una publicación escrita que circule entre el público seguidor de esta propuesta editorial. Ante la consulta por los títulos editados, desde la editorial se informa la cantidad de publicaciones: 37 editadas desde 2011 a la actualidad. El criterio de selección sigue la lógica de vinculación a través de ferias de libros y reuniones de lectura de poesía, fundamentalmente.

La referencia de terceros que recomiendan a Editorial Gigante es un criterio relevante al momento de la selección de los títulos a editar. Los editores lo explican:

'llegamos a los autores, un poco con investigación, un poco de contacto con los autores. Ahora más que nada con Internet, utilizamos mucho las redes sociales, los circuitos de tumble, los blogs. Por ahí investigando un poco, los amigos nos recomiendan autores (...) tratamos de publicar aquellos autores que no se han publicado todavía su primer libro.

Respecto a los procesos de trabajo, ambos editores coinciden en que una de las primeras decisiones adoptadas fue realizar la producción de cada libro en forma integral y totalmente a cargo de los dos editores:

'con este nuevo proyecto, lo principal fue que decidimos comprar las máquinas y no mandar nada a hacer a imprenta. Laburar todo nosotros: eso nos dio una especie de libertad para hacer libros todo el tiempo. Tenemos el taller en casa, manejamos tus tiempos de impresión. No laburamos tanto en cantidad, sino ejemplares más a medida. Empezamos a darle más bola al diseño de interiores, se dejó de hacer foto en la tapa.

Los editores dan importancia al diseño de las tapas, a la presentación de los libros –la hacen en bolsitas selladas- con un criterio de minimizar detalles y concentrarse en buenos diseños:

nos dimos cuenta que todas las editoriales hacían lo mismo: la foto en tapa. Nos dimos cuenta que a la gente le gustaba el tema de los colores en tapa, las fotos, el diseño...jugar con las tipografías en los títulos. A la gente, en las ferias o a dónde íbamos, le llamaba la atención [*la tapa*] y compraba libros, tal vez ni conocía el autor.

La foto que se observa a continuación corresponde a una exhibición de libros editados y presentados en una de las ediciones del Festival de poesía de Rosario, en el que Gigante participó:



Para cada libro, en Editorial Gigante se dispone de dos clases de impresora, una para interiores, otra para tapa. Los programas utilizados pertenecen al Design y al Illustrator. Las tiradas son reducidas, a demanda. Los editores refieren a que algunas de las publicaciones tienen un 'lomito' más abultado y eso responde a que se maneja un mayor número de páginas por cada ejemplar editado. Los entrevistados comentan que en algunas ediciones de la Feria del libro de Paraná, la Sociedad Paranaense de escritores sólo consideraba como parte de la oferta posible en dicha feria los libros que 'tuvieran lomo', que mostraran volumen en su paginación.

La vinculación con instrumentos públicos de incentivo al sector editorial es nulo en esta editorial. Consultados sobre su opinión en referencia a una postulación a los premios Fray Mocho, mostraron una actitud escéptica de la efectividad de este instrumento para su editorial,

Con el Fray Mocho, no por ahora. Quizás, en algún momento, no lo descarto porque es una jubilación...te dan plata a partir de los 50, una jubilación de escritor. Te dan una beca.

Tampoco participan en el registro del ISBN, explicando que ese requisito no les parece fundamental para ofrecerlo como servicio a sus autores. No obstante, participan activamente de los subsidios que permitan movilidad y traslado a ferias del libro en la región. Uno de los entrevistados comenta,

El festival de Rosario lo hace la municipalidad y el gobierno de la provincia de Santa Fe. A nosotros nos pagan el pasaje y el hotel, por ejemplo. Siempre algún vínculo tenemos pero no de presentar proyectos que nos financien. Preferimos no hacerlo.



-Ediciones chiquitas pero juguetonas-

Abrazo Ediciones inició su actividad en 2009 y está integrada por Maximiliano Sanguinetti y Fernanda Puglisi. Iniciaron actividades autoeditando sus propias producciones literarias –las dos primeras producciones fueron los títulos “Expediciones botánicas” (una recopilación de poesías) y “Todos somos ovejas”, (una serie de tiras cómicas)-, en las cuales usaron materiales generados por su actividad literaria y periodística gráfica en dos medios de comunicación de Paraná. Con esa primera edición fueron invitados a la Feria de Navidad del 2009, organizada por la Fundación Editorial La Hendija, con quien mantienen vinculación y quien edita muchos de sus títulos.

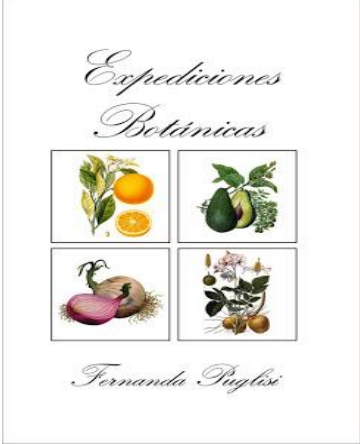
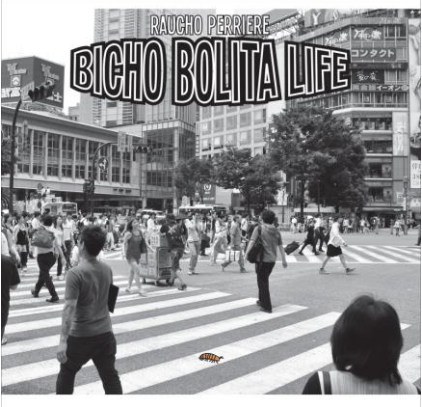
Sobre los orígenes del sello editorial, uno de sus editores explica:

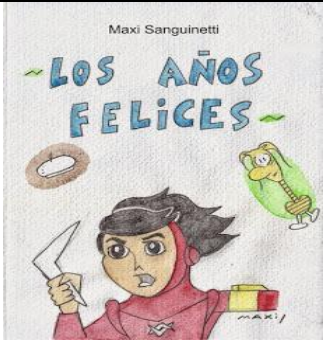
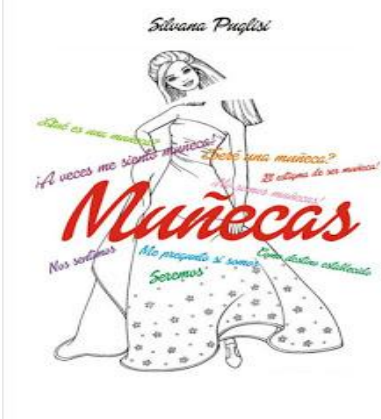
Yo siempre edité lo que se llaman fanzines, que son como revistas en fotocopias. Después, hice un proyecto de una revista cultural que se llama “Menos que cero”, una publicación de crítica cultura de la ciudad, siempre autosustentada, con la idea de mantener la independencia en todos los planos, en el de la libertad de trabajo y en el de la sustentabilidad. Capitalizamos esa experiencia que traíamos en el sentido de saber primero el trabajo de edición, de corrección, de cómo pensar en proyecto, cómo pensar públicos potenciales, cómo lo armás.

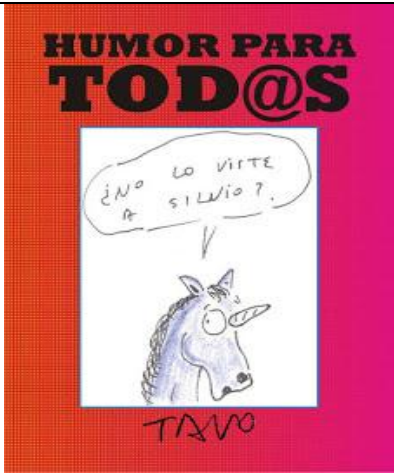
Respecto a la conformación del catálogo, desde la editorial señalan que su criterio es ‘captar las cositas nuevas que no tienen posibilidad de difusión’, y agregan que su modelo es el trabajo de otros editores tales como Jorge Álvarez o Ediciones de la Flor, ‘salvando las diferencias abismales’, acota uno de los editores, quien agrega ‘Paraná es muy chico y el ambiente cultural y artístico, también’.

El catálogo se consulta a través del muro de Facebook de la editorial o en cada publicación de un nuevo material, a través del blog del sello editor. Desde sus inicios a la fecha de cierre de esta investigación, han publicado 12 títulos y series de agendas y tarjetas navideñas en algunos años, complementando la oferta de la editorial. Los géneros editados abarcan poesías y tiras cómicas, aunque los editores señalan que no hay una selección que deje fuera la posibilidad de editar otros géneros si les gusta la propuesta o están en condiciones de hacerlo, con su equipamiento informático.

El listado elaborado a partir de la revisión de Facebook, del blog y de consulta a los editores muestra estos títulos, registrados al 2012:

Expediciones botánicas	Todos somos ovejas
	
Bicho bolita life	El humor de Marbot
	
Del amor y otros sueños	La chica que creía en los espejos

 <i>*Diseño de tapa tomado del aviso de presentación del libro, a través del Facebook de la editorial</i>	 <i>*Diseño de tapa tomado del aviso de presentación del libro, a través del Facebook de la editorial</i>
Poesías feas	Los años felices
	
Parque vial	Muñecas
	

Humor para tod@s	Tarjetas navideñas
	
Maxi Agenda 2013	
	

Sobre los procesos de trabajo, en **Abrazo Editores** realizan todo el trabajo de producción, desde la elección de autores y títulos, hasta la etapa de distribución y venta. Respecto el ingreso de nuevos autores a la editorial, sus dueños señalan que 'valoran mucho los viejos proyectos anarquistas, que se manejaban por afinidad, por las ideas'. Comparan su trabajo de selección de autores con las grandes cadenas editoriales, que 'lo que hacen es publicar más títulos, pero de tiradas más cortas', interpreta uno de los editores de 'Abrazo'.

En referencia al trato que la editorial entabla con los autores que publican con el sello, el editor señala que ofrecen la producción total de un título, pero si el autor prefiere un diseño de tapa o interiores con mayor elaboración, dejan la posibilidad de que el autor realice esa fase del diseño con otro profesional que no pertenezca al grupo de 'Abrazo':

hacemos todo lo que es proceso de edición. Depende lo que el autor quiere, hay gente que prefiere delegar todo, que vos armés los interiores, la tapa, otros que te dicen 'prefiero que al diseño lo haga un amigo que es diseñador'. Los diseños nuestros no son de diseñador: que uno sepa manejar los programas no significa que uno sepa diseñar. Sé de nuestras limitaciones en ese sentido, si el autor quiere dárselo a otra persona, lo respetamos.

La etapa de planificación presupuestaria también está a cargo de la editorial. Los editores explican que realizan pequeñas tiradas, con sucesivas reimpressiones, con el objeto de que los títulos no abandonen el catálogo y tampoco quede remanente sin vender. El editor dice:

se va imprimiendo a demanda. En experiencias anteriores, quién no se clavó porque hizo 500 revistas y vendió 300 y quedó la caja ahí, aparte sabe que hay plata gastada, yo no quería pasar por eso, porque si bien sé que no me da de comer tampoco quiero perder plata; la pretensión de mínima era esto: apuntar a que sea consistente.

La editorial asume la comercialización de sus producciones, que concreta a través de las redes sociales y de su participación en ferias y encuentros culturales tanto en Paraná, como en otras localidades a las que son invitados o toman contacto por escritores conocidos y referencias de amigos.

El ingreso de los títulos de la editorial al circuito comercial, no es considerado como un tema importante, ni se busca el registro de sus libros en el ISBN. El argumento dado es que no lo hacen 'un poco por vagos y otro porque tenemos derecho a editar'. En esa misma línea de prescindir de aplicar criterios de administración propios de empresas editoriales orientadas al circuito comercial, el entrevistado reflexiona sobre sus prácticas en materia administrativa y financiera,

si bien sé que no me da de comer tampoco quiero perder plata, pero la pretensión de mínima era esto: apuntar a que sea consistente, que hacemos una primera inversión en esos libros y después nos vamos financiando con las ventas de los anteriores...porque te digo, no tenemos ni una planilla Excel pero mal que mal ha ido pasando. Hay alguna previsión muy intuitiva, pero hay. Sabemos que se autosustentan.

Sanguinetti recuerda que, en muchas ocasiones y por la experiencia propia como empleados de una librería comercial en Paraná, los dueños de los locales comerciales les indicaban que no cargaran los libros sin ISBN, porque 'sabían que no se iban a vender'. Esto conducía a que cuando los editores consultaban en la librería sobre las ventas de sus títulos, se encontraran con la nula comercialización de los mismos, sin mayores explicaciones por parte de los dueños de las librerías. El editor entrevistado da su opinión al respecto:

Para nosotros, la idea es prescindir de la cadena de distribución y circulación de las librerías, porque en tanto y en cuanto el dueño de la librería no dimensione lo que vos le estás llevando, no valore, te cobra lo mismo con el descuento que le hace a cualquier otra editorial. A nosotros no nos sirve. Uno idealiza mucho la librería y el dueño es dueño, quiere vender.

La editorial no mantiene vinculación con instrumentos públicos de incentivo al sector, tal como se mencionó anteriormente. La postura manifestada explícitamente sobre el rechazo a la inscripción de los títulos en el ISBN define la estrategia de prescindencia respecto a instrumentos que provengan de fondos públicos para el sector.

Vinculaciones editoriales: ferias, encuentros culturales y redes sociales.

Las cuatro editoriales antes descriptas comparten una experiencia común: participan de ferias locales y regionales de libros, y son proclives a participar en reuniones culturales organizadas como espacios alternativos de contacto y vinculación con otros autores, editoriales y público interesado.

Vanoli y Saferstein (2011) al describir las editoriales independientes, en las condiciones estructurales de sector que se definieron en el capítulo 3, dicen que ‘lo que emerge es una nueva forma de activismo cultural’ en una ‘lógica neotribal de sociabilidad, donde las afinidades se constituyen en base a las microafinidades electivas y a la apropiación de diferentes territorios’. (p.176). En todos los casos analizados en este capítulo, que se lograron por vinculaciones de amistad previa y en tres de los cuatro sellos editoriales analizados fueron activadas y fortalecidas a través de las redes sociales, particularmente Facebook y blogs.

“**La Hendija**” relaciona la producción, comercialización y distribución de libros con una intensa actividad de divulgación cultural, que se lleva a cabo no sólo en el Centro Cultural del mismo nombre, sino también participando de ferias de libros regionales y provinciales (por ejemplo, feria de La Pampa, de Formosa, entre las últimas participaciones mencionadas en comunicaciones personales con el responsable de comunicación institucional de la editorial).

Han logrado vender dos de sus títulos en librerías Yenny y El Ateneo en Buenos Aires durante 2012, lo que ha significado un replanteo en su escala productiva. Respecto a la comercialización (distribuidores y librerías), la editorial establece contacto con distribuidores que colocan los títulos en librerías y cadenas de otras provincias y de Entre Ríos. La Directora de La Hendija opina al respecto:

Es todo un tema. Para una editorial chica es complicado sostener, si ellos [las grandes superficies comerciales librerías de Ciudad Autónoma de Buenos Aires] pidieran libros mucho más seguido, implicarían pasar a otra escala de producción, porque de entrada

sabés que tenés que contar con mandar 100 libros sólo a esa librería. Está bien que ellos tienen otras librerías, pero al resto tenés que mandar 50 para que lleguen 2 ó 3 a cada una. Nosotros ya mandamos. En la primera, nos pidieron varias cosas de Educación y de Trabajo Social. Nos hizo replantearnos seriamente qué queremos como editorial, si queremos pasarnos a otra escala o quedarnos.

En el caso de **Parientes editores**, una proporción significativa del trabajo está dedicada a la promoción de los libros y al contacto con los distribuidores, con quienes se vinculan –en primera instancia- a partir de la amistad. Mencionan su participación en ferias y destacan que en ocasiones comparten con las otras editoriales independientes que participan por Paraná el alquiler y la atención de los stands en las ferias de libros locales o regionales. Uno de los editores señala:

somos muy amigos de la editorial de Iván Rosado, de Rosario, también de Gustavo Lopez de Boxen, teníamos una referencia de otros proyectos autogestionados que tenían una pata editorial que nos fuimos interiorizando. Tenemos otro amigo, Javier Bendersky, que tiene una distribuidora que se llama La periférica, trabaja con editoriales chiquitas y tiene también editoriales universitarias, él está en Buenos Aires. Él es de acá, con Javier y Paola Calabreta tenían una librería que se llama Correveidile y yo me encargaba de las muestras de la librería, era como librería-galería. Ellos disuelven el proyecto, Paola se dedica como correctora y Javier se dedica a la distribución y nos da una mano para mover las cosas. Y con eso, estamos, saldando deudas.

Los editores de **Gigante** centran parte de su trabajo en entablar buenas relaciones con otras editoriales independientes pero fundamentalmente asisten a ferias y espacios culturales, con sus producciones, para conocer cuáles son los autores nuevos y los temas que convocan la atención del público lector de estos circuitos alternativos. En estos eventos y ferias se ‘maximiza los recursos disponibles y sirve como un canal de ventas privilegiado donde, al igual que en la venta online, se saltea la intermediación de libreros y distribuidores’ (Vanoli y Saferstein, 2011, p. 179). No obstante, no es la única motivación para estar presentes, sino que –compartiendo el criterio de los autores mencionados- tales ferias alternativas son un ‘desborde de la escritura por la sociabilidad’ (p. 180), y son ámbitos de confluencia y gestación de una cultura literaria que excede la intención mercantil.

Mencionan particularmente un espacio cultural de Rosario como un ámbito regional cercano más amplio para la circulación de autores y lectores que Paraná, en el cual encontraron nuevas vinculaciones:

ahora estamos a full, porque la semana que viene tenemos el festival de poesía de Rosario, que es como el más importante de Argentina en poesía. Invitan a un montón de poetas de Argentina, del mundo. Y el festival generó una feria dentro de todas las ediciones independientes. Ahí vamos todos los años, se vende muy bien. Hay muchos poetas y eso genera muchos compradores, en general se les vende a los mismos

poetas, más gente vinculada a la poesía. Es raro encontrar al lector vinculado a la poesía.

Para **Gigante**, el contacto a través de las redes sociales es una herramienta importante para conocer nuevos autores y vender sus títulos. A través de Facebook y por contactos vía correo electrónico, los editores de este sello obtuvieron la posibilidad de publicar poetas argentinos desconocidos en el circuito local y hasta poetas extranjeros que precisaron ser traducido por una colega poeta de Mar del Plata. Los entrevistados cuentan:

le escribimos a Enrique, que es un poeta chileno reconocido; le planteamos que no podíamos pagarle, si le sirve para difusión, le mandamos para que lo difunda. Katerina Pisicano ella hizo el único libro que tenemos traducido de un norteamericano que conocía (...) este norteamericano es un pibe como nosotros, trabajaba en un mercado con mexicanos. A Katerina que es de Mar del Plata le habíamos publicado un título, y le propusimos si quería hacer la traducción de un libro norteamericano, le mandamos los ejemplares a ella, y los mandamos a Estados Unidos.

En **Abrazo Editores** reconocen el apoyo inicial de la Editorial La Hendija fue como de 'los hermanos mayores', y con quienes compartieron un espacio de stand en diferentes ediciones de la Feria del libro local. El editor de Abrazo dice al respecto:

Se usa mucha redes sociales, muchos eventos culturales, ferias. Vamos, llevamos la mesita, también por Facebook nos piden mucho, cuando sale un libro, vamos y se lo llevamos, directamente se lo llevamos. El facebook es una herramienta recontra útil.

En este sentido, la calificación que Vanoli y Saferstein (2011) hacen sobre la lógica neotribal de estas editoriales, 'entreveradas y articuladas en el espacio virtual' es adecuado a lo planteado por los editores de 'Abrazo'. Frente a las estrategias que se incluyen en el NEC con proyectos puramente empresariales, en donde la web, los blogs y el Facebook son herramientas de marketing, el entorno virtual para estas pequeñas editoriales se conforman en un 'espacio cargado de subjetividades, al mismo tiempo que un sitio de encuentro privilegiado donde la cultura literaria redefine su perfil y sus alcances' (p. 179).

Las experiencias editoriales en Paraná: estrategias comerciales y un recorrido por los 'márgenes' del mundo editorial a gran escala.

La descripción de los cuatro sellos editoriales permite visualizar con mayor claridad estrategias y posicionamientos para la comercialización que las editoriales asumen en un entorno globalizado, como quedó señalado en el marco teórico: frente a la concentración de grandes cadenas editoriales y su alianza con grupos libreros concentrados, las estrategias asumidas y puestas en práctica –retomando a Bourdieu (2008) - se orientan a diferenciarse en ámbitos heterogéneos, uno de los cuales es la conformación de los catálogos de sus sellos: centrados mayormente en poesía local, en prosa sobre temas regionales o autores vernáculos, con atención en los detalles curiosos, fuera del gusto convencional que es posible encontrar en el circuito comercial estándar.

Giordanino (2010) señala que el catálogo es el capital intelectual fundamental de una editorial, donde se pueden percibir “los criterios de lectura de una época, los actores sociales que se piensan relevantes, los sistemas políticos deseados, los valores culturales estimados prioritarios, los modelos económicos, el lugar de la tradición y la modernidad” (p. 243). En ese sentido, cada catálogo es ‘el’ capital de las editoriales pequeñas analizadas, tanto en su aspecto material como simbólico, utilizando su condición de ‘independiente’ como un significante que articula discursos sobre prácticas y posicionamientos estéticos, políticos y económicos.

En este sentido, todas las editoriales coinciden en que sus elecciones son ‘por gusto, por afinidad’ más allá de que sean autores consagrados o permanezcan en el anonimato respecto a los grandes circuitos de comercialización editorial. No se percibe un trabajo sistemático de promoción de autores como ‘best-sellers’ desde el punto de vista de la promoción de la mercadotecnia, sino más bien un esfuerzo por visibilizarlos porque los propios editores consideran que su obra es merecedora de divulgación en los circuitos específicos de lecturas de poesías y de literatura regional.

En el caso de La Hendija, la trayectoria del dueño de la editorial como parte de un Centro cultural les permitió el acceso a autores reconocidos en ámbitos académicos universitarios – fundamentalmente en el ámbito de la Educación- o de las Ciencias Sociales ha posibilitado el ingreso a un mercado comercial nacional más amplio que el propuesto por grandes cadenas libreras. Es interesante notar que el empleo a los ‘capitales sociales’ de marca editorial como cultura alternativa entre el público paranaense y de contactos y vinculaciones con dueños de otras editoriales dedicadas a la publicación de libros académicos educativos, le proveyeron un catálogo que atrajo más ventas y otros autores, con lo cual ‘La Hendija’ se posicionó –a nivel

editorial y de comercialización- como líder local en el sector editorial, independiente de incentivos estatales directos.

El criterio de optar por 'los márgenes' del gusto literario para generar nuevos autores y títulos opera al nivel del diseño editorial: cuando los editores explican que 'se dan cuenta que la gente percibe que todas las tapas son similares' toman la decisión de hacer otro tipo de arte de tapa. Esta elección –presentada como una toma de posición de los editores con un cierto grado de 'independencia del gusto general en diseño de tapas'- constituye una estrategia para trazar formas específicas de 'capital simbólico' –nuevamente, siguiendo en este concepto a Bourdieu (2008)- mediante el reconocimiento de una imagen de marca editorial centrada en 'crear tapas de libros novedosas'.

Otro aspecto a destacar son las prácticas de posicionamiento comercial de la producción editorial de estos sellos analizados: se prefiere la participación en ferias y encuentros de una envergadura mediana y a nivel regional y ninguno de los editores menciona su participación en grandes ferias como la del libro de Buenos Aires. Dado que no se controlan los puntos de acceso a la distribución y los circuitos de intercambio al nivel de los grandes grupos editores concentrados, la opción es permanecer como opción 'alternativa' para generar otros espacios donde visualizar temas, autores y títulos. En este punto, el 'campo editorial' –de acuerdo a lo planteado en el marco teórico- toma como identidad los circuitos 'no masivos' para su difusión y articula lo emergente en el campo editorial provincial con la desarticulación en la circulación de nuevos autores y títulos en los grandes puntos de distribución y venta de libros en el país.

Cuando los niveles de rentabilidad son escasos, como planteáramos en el marco teórico refiriéndonos al entorno concentrado editorial, se refuerza entre los sellos editoriales locales en Paraná la necesidad de agruparse, compartir espacios y públicos a nivel local, sobre todo para la fase de comercialización y alquiler de espacios comunes en ferias de libros. Sin embargo, la rentabilidad propiamente dicha entre los sellos editores paranaenses¹⁶ –aún con el empleo de estrategias colaborativas como mencionan los editores al hablar de su participación en ferias, compartiendo stands- no influye a la hora de abaratar costos para la compra de papeles, tintas, máquinas para el cosido de libros y costos de fletes y transporte de ejemplares a otras provincias e instalación de los títulos en librerías de grandes ciudades.

¹⁶ Para analizar la rentabilidad de las editoriales paranaenses mencionadas, se encontró como limitante la falta de acceso a cifras de volúmenes de títulos producidos y vendidos anualmente por estas empresas. Ante la consulta a los editores, algunos prefirieron no dar respuesta a la pregunta sobre 'volumen de facturación', ni siquiera a nivel estimativo. En otro caso, los editores respondieron prontamente que 'ni siquiera llevaban un cálculo de cuánto vendían de cada título' porque no formaba parte de su trabajo incluir una contabilidad sobre volúmenes de ventas, y tampoco se disponía de registros en el ISBN para cotejar el ingreso de nuevos títulos editados por estos sellos pequeños en Paraná, en el período investigado en la tesis.

La diferenciación de los títulos se atribuye a la inclusión en los catálogos de publicaciones con género de viñetas humorísticas, dibujo a mano las tapas, numerar cada libro como único, vender libros cosidos a mano, publicar autores ignorados por los circuitos comerciales estándar: de cara a la hegemonía planteada por los grandes sellos editores y las cadenas de comercialización del libro a nivel nacional, estos pequeños sellos editoriales asumen estrategias dinámicas de resistir o de acoplarse, de algún modo y de acuerdo a su escala, en las propias estrategias de comercialización de los grupos dominantes en el mercado editorial. Hay una estructuración del campo editorial independiente paranaense tendiente a funcionar como espacios resultantes de las relaciones sociales de amistad, de conocimiento, de confianza aprendidas en 'el pago chico'.

La práctica de vincularse y compartir recursos se funda en la capacidad que cada sello editorial local tiene para hacer uso más eficiente de sus capitales sociales, culturales, tecnológicos, financieros. Cuando los capitales no resultan adecuados en forma individual, la estrategia es agruparse para ser visibles en los espacios otorgados en las ferias como alternativas respecto de los circuitos de comercialización masiva de libros. También es destacable la referencia que los editores más nuevos en el circuito paranaense hacen a que los editores de 'Fundación La Hendija' son como los padres fundadores. En tal sentido, este último sello logró avanzar en su economía de escala e insertó dos títulos en las cadenas librerías de Buenos Aires, para que fuera vendido en esa ciudad y sucursales al interior de país, es visto como referencia del rumbo que debería seguir la industria incipiente a nivel local.

El argumento de 'preferir la libertad de manejar la producción' es una respuesta 'estratégica' a la adecuación de los ingresos por ventas y un modo de compensar los gastos de producción y posterior comercialización de cada título. Siguiendo a Colleu (2008) y como se señalara en el marco teórico, se tiende a establecer el potencial ideal de distribución de acuerdo a la capacidad de absorción del mercado. Es así como resulta una ventaja para los editores independientes pequeños el disponer en sus propias máquinas para imprimir 'a medida'.

Otra estrategia posible es la de recurrir al sello editor que, dentro de la escala local posible, tiene mayor capital tecnológico, social y financiero para complementar aquellas fases de producción (la impresión a escala, por ejemplo) que algunas editoriales –tal es el caso narrado por **Abrazo Ediciones** al tercerizar la impresión de algunos libros en los talleres de la **Editorial La Hendija**- toman como una elección para abaratar costos en uso de equipamiento y personal para la impresión, que no sostiene en su propio sello, habiéndose éste concentrado en mejorar el diseño de tapa y en fortalecer la cartera de clientes, organizando grupos de lectura donde encontrar nuevos talentos.

Si bien existen rasgos compartidos en las prácticas y estrategias de las editoriales descriptas, aquellas que acceden a circuitos más amplios para la comercialización –el caso de la **Editorial La Hendija** y en menor escala **Parientes editora**– la opción de inscribir los libros en el ISBN marca una diferencia acercándose a prácticas de marketing propias de aquellos sellos que inscriben sus libros en circuitos comerciales a mayor escala y otorga un posicionamiento más próximo al lectores y autores. El ISBN funciona como una vía de acceso a los catálogos informatizados de las librerías comerciales y a que la venta figure en la facturación en blanco en estos comercios y en los registros del ISBN.

Hay criterios disímiles respecto al ISBN: en **Pariente Editora**, frente a la posibilidad de libros más voluminosos y a otro nivel de ejemplares por tirada, los dueños entienden que dar el ISBN a cada libro es agregarle un ‘plus’ a favor del autor, cuando no se le puede ofrecer mejores ingresos por la venta de sus libros. Contrario a esta posición, en **Abrazo Editora** señalan que no inscriben sus libros porque su anterior experiencia como empleados de una librería les mostró que los dueños de las librerías no anotaban textos nuevos de editoriales pequeñas, porque sabían de antemano ‘que no se iban a vender’. Similar criterio presenta **Gigante editora**, quienes directamente no inscriben sus títulos en el ISBN.

Balance de la industria editorial paranaense, en la experiencia de sellos independientes

El carácter independiente de las pequeñas editoriales analizadas en el ámbito paranaense provee una plataforma de visibilidad necesaria para la circulación en un mercado editorial altamente concentrado, como se habló en capítulos anteriores. Frente a una clara economía de escala a favor de las grandes empresas propietarias de editoriales, los sellos locales circulan por la vía de una ‘economía de club’, como se definía tomando el concepto de Zallo y llevan adelante producciones altamente segmentadas en títulos y cantidad de ejemplares por tiradas, a los fines de obtener ventajas en la gestión de cada obra optimizando el uso de máquinas para imprimir de pequeño porte o técnicas artesanales de ‘cosido de los libros a mano’, que se promueve como un diferencial frente a ejemplares de grandes tiradas.

Sin embargo, cabe destacar ciertas condiciones de manufactura de los libros en las editoriales paranaenses que se encuentran alejados de los criterios de ‘un libro atractivo visualmente y fácilmente vendible’: la calidad en la impresión, el tipo de papeles utilizados, las técnicas de pegado de las páginas y el volumen de cada ejemplar es pequeño en relación a las ofertas gestionadas por grupos editores trasnacionales. Igualmente, sería un elemento a analizar la selección de temáticas y la cultura literaria local que premia autores y títulos, muchos de los cuales no trascienden la frontera entrerriana para llegar unos pocos a las

grandes superficies comerciales, como es el caso de dos títulos de la Fundación Editorial La Hendija.

Esta estrategia se vale de circuitos alternativos para la captación de autores y de la difusión y posterior comercialización, que –cuando las editoriales aumentan su escala– comienza a entrecruzarse con algunas de las prácticas de los grandes grupos editores, como el caso de anotar títulos en el ISBN.

También es interesante notar que, cuando las editoriales paranaenses acceden a una escala mayor, tienden a solicitar el acceso a instrumentos de incentivo público ofrecidos: subsidios para movilidad hacia ferias y encuentros en la región, impresión de colecciones nuevas. El incentivo apoya la actividad editorial propia, aunque no la determina en primer término, o lo hace –como decíamos en el capítulo referido a políticas públicas para el sector– con una orientación individualista a potenciar autores y títulos. Los criterios para el financiamiento en Paraná y en la provincia de Entre Ríos no proponen temáticas específicas para otorgar fondos públicos, ni hay fase de la producción editorial que sea privilegiada.

Los editores coinciden en que los montos de los incentivos públicos ayudan a la concreción de determinadas estrategias de posicionamiento en el mercado, pero no son el motor central del crecimiento de estas editoriales. La lentitud de los desembolsos no es suficiente para fundamentar un planteo comercial centrado sólo en que ese incentivo motorice el crecimiento empresarial en escala.

En otros casos, las editoriales con menor economía de escala en la producción, se definen en una ‘explícita desobediencia’ respecto a la normativa para el sector, como lo muestra la decisión de no inscribir los títulos en el registro del ISBN, o no participar en los premios Fray Mocho, bajo el argumento de que ‘sería una jubilación asegurada’, como expresaron los editores de ‘Gigante’, por citar un caso.

La hegemonía planteada por los grandes grupos editoriales pone de relieve el rol activo de los grupos llamados ‘subalternos’ como las pequeñas editoriales independientes. Se articulan prácticas al margen de los procesos de trabajo en las grandes editoriales, como participar de ferias de libros alternativas, generar espacios de encuentro a través de las redes sociales más cercanas a una suerte de ‘amateurismo’ en sus estrategias comerciales y recuperar el sentido ‘romántico’ del editor independiente comprometidos con temas y autores que abordan temáticas diferentes a las publicadas en los circuitos editoriales de grandes grupos editores de envergadura a nivel nacional.

Una estrategia que cabalga a mitad de permanecer en la ‘mainstream’ de las editoriales grandes y conservar un espíritu de ‘independencia’ es ser proveedora de títulos y autores noveles para los grandes circuitos editoriales y librerías. Los procesos de producción de trabajo y el ‘capital simbólico’ de los pequeños sellos editoriales radica en concentrarse en el trabajo

intelectual de definición de un título o de autor novel, antes que en el control del proceso de producción marcado por la lógica del capital financiero centrado en maquinarias e insumos en volúmenes industriales a gran escala.

En este punto, las editoriales analizadas adhieren al nuevo modelo de negocio, que se planteaba en el capítulo 3: más títulos y más autores, generados por las pequeñas editoriales que asumen el costo de descubrir autores y temas, gestionar la producción de la obra, concretar su impresión, mientras que el nuevo modelo de negocios en el mundo editorial habla de grupos editoriales que compran derechos de autores consagrados y de aquellos noveles que se generaron y tomaron forma en el ecosistema editor paranaense.

En este punto, es interesante citar lo señalado por Vanoli y Saferstein (2011) sobre la lógica con la que operan las editoriales transnacionales en cuanto a autores y títulos ya prestigiados:

Esto le permite tener un catálogo que en el caso de los autores más establecidos (el caso de Cortázar en el sello Alfaguara del Grupo Prisa Santillana o de Juan José Saer en el sello Seix Barral del Grupo Planeta) genera un fondo estable (...) también son sensibles de absorber a los nuevos autores o editores que realizaron sus primeras publicaciones en editoriales literarias independientes, en base a contratos que, aunque magros dadas las dimensiones del mercado, éstas no pueden afrontar. (p. 78)

Las relaciones de las editoriales independientes en un ámbito competitivo y de marcadas diferencias de escala entre dominantes y los subalternos abrevia en que el sistema de relaciones competitivas entre estas editoriales se plantee como una vinculación cooperativa relativa, en términos de 'cada uno hace lo suyo, y todos nos conocemos'.

No obstante, se reconocen las diferencias entre aquellos más capitalizados y quienes optan por mantener su proceso de trabajo en los márgenes del circuito productivo y de comercialización. La disputa por el dominio del campo editorial y las apuestas a dominar las reglas del juego se organizan –en este ámbito editorial 'subalterno'- en función a quién es 'el dominante entre los dominados'¹⁷.

Las editoriales paranaenses independientes con capacidad de una escala productiva mayor son tomadas como 'faros' a seguir y a quienes pedir colaboración, como un ejemplo a seguir frente a estructuras cambiantes e impredecibles en un entorno altamente concentrado a nivel empresarial.

¹⁷ Es cierto que muchas de estas prácticas de comprar derechos de autores consagrados o de absorber autores nuevos estaban 'implícitas en el modelo de editoriales que funcionaron en el país desde la década del cuarenta', explican Vanoli y Saferstein (2011). Por tanto, la transnacionalización de la industria debe ser entendida más bien como una continuidad con el modelo editorial de aquellos sellos de la 'época de oro' argentina.

CONCLUSIONES

Al inicio de este trabajo se propuso un análisis de la construcción del campo editorial en pequeños sellos independientes en una capital de provincia, y su articulación con las políticas públicas para el sector. Dicho análisis se focalizó en los procesos de trabajo y su valorización en un entorno editorial concentrado, considerando las estrategias de mercantilización e industrialización que se generan y la vinculación con las herramientas propuestas desde los gobiernos nacional, provincial y municipal para incentivar a los sellos editoriales locales.

Desde el principio se sostuvo que las editoriales pequeñas que se desempeñan en forma independiente en capitales de provincia no disponen de escala propia en su producción, para sostenerse en forma rentable dentro de la actividad editorial industrial. Este enunciado es una de las claves para comprender las estrategias comerciales descritas en los cuatro sellos editores en Paraná.

Una de las estrategias comerciales de las editoriales independientes bajo análisis es la participación en circuitos alternativos de promoción y búsqueda de autores, títulos y nuevos mercados. También es necesario remarcar que estos espacios son alternativos a las convocatorias como la Feria del Libro de Buenos Aires, organizada por la Fundación El libro, por citarlo como caso paradigmático de un ámbito que - por costos - excede ampliamente las posibilidades de acceso a dichos circuitos de promoción comercial de los sellos editoriales.

El énfasis puesto por las editoriales analizadas en participar frecuentemente en ferias, encuentros de lectura, rondas de negocios es destacable. Esa 'vocación' por la vinculación permanente, el esfuerzo en considerar las relaciones públicas como una parte sustantiva en la valorización del trabajo editorial, hace pensar en un recorrido 'por los márgenes' de las grandes corporaciones editoriales, como una estrategia de 'herejía' al decir de Bourdieu (2002) y que fuera citado en el trabajo. Esta posición bourdiana es coincidente con lo que Mosco (2006) llama la 'especialización', o construcción de estructuras como resultado de la acción social.

Acción social que, en el campo editorial propuesto en esta tesis, está gestionando espacios y relaciones sociales que son 'puntos de partida' para caracterizar procesos, desbordando las instituciones conocidas y sus prácticas probadas. Cuando los editores optan por publicar autores desconocidos y diseñar tapas, superando un criterio estético estandarizado –conviene revisar las tapas de algunas publicaciones de Parientes editorial, con dibujos que asemejan trazos a lápiz a mano alzada – se acercan a tales estrategias de herejía, a la reconstrucción de un campo que - en cuanto a la relación de fuerzas dadas por

los recursos técnicos, financieros, logísticos y comerciales- se constituye como una brecha difícil de equiparar.

No obstante, las estrategias 'subalternas' tampoco son absolutas y sí responden a un 'hábitus' editorial que retoma aspectos del trabajo convencional para la generación de un libro. Es digno de observar el modo en el que se reproducen gustos literarios, que pone en circulación géneros tales como prosa y poesía con temáticas que retoman algunas temáticas locales, aunque no es un síntoma de retorno a lo idiosincrático o folclórico como única característica literaria de identidad. Asimismo, los diseños de interiores de los libros responden a criterios de maquetación en retículas que se emplean en editoriales de grandes grupos; las tapas son consideradas como espacios para la experimentación artística y la apertura hacia estéticas que superen las fotos o tramas obtenidas en fantasía por algún programa informático de diseño.

Las estrategias puestas en práctica visibilizan las posibilidades efectivas que las editoriales poseen en su acceso a materias primas (papeles y tintas), a tecnologías de impresión, equipamiento para el armado y encuadernación y desarrollo de una gestión del trabajo y los recursos que asimile los procesos de trabajo conocidos en el sector editorial y aprehendidos en la práctica de ensayo-error, antes que éstos hayan sido planificados con criterios comerciales de lucro.

El análisis de los procesos de valorización del trabajo permite rever si estas editoriales pequeñas e independientes apelan a estrategias de 'herejía' como opción por lo diferente en el planteo de las ideas, en la búsqueda de autores nuevos o en retomar títulos que ya circulaban en circuitos comerciales o alternativos, o bien es una respuesta a la que se ven obligados por el 'imperio de las circunstancias' planteado por la economía de escala del sector, por la rentabilidad planteada como 'lo deseable en términos de mercado' por los grandes grupos empresarios editoriales.

Respecto al desempeño industrial del sector visto en su conjunto, y haciendo foco en la realidad de las editoriales paranaenses analizadas tal como se dijo en el capítulo 2, es necesario hacer una distinción en la performance de todo el sector en cuanto a cantidad de ejemplares producidos y de títulos editados. El giro hacia un modelo de negocio editorial orientado a títulos con alta rotación en librerías y espacios de oferta al público encuentra en los sellos independiente de tamaño pequeño, como los que se analizan en esta tesis, un terreno fértil para generación de autores y temas novedosos, que puedan ser captados por grandes editoriales que componen el NEC.

La presencia de un agente nuevo – las editoriales independientes en todo el país – posiciona alternativas literarias en la escena editorial comercial dominante de los grupos editoriales concentrados. Lejos de ser una amenaza a la economía de escala planteada en el

mercado por estas grandes empresas que copan los espacios de comercialización convencionales (librerías, ferias) con un volumen de producción difícilmente equiparable, las editoriales independientes se transforman en valores de cambio que subsumidos y adaptados a los gustos literarios y culturales comerciales, ingresan como 'productos novedosos' con potencialidad de ser parte del 'star-system' literario editorial que ingrese al NEC.

La construcción del campo editorial independiente en pequeños sellos de capitales provinciales se desplaza entre formas complejas y articuladas de dominación y resistencia: a una fértil actividad de generación de títulos, autores y espacios culturales alternativos de lectura se acoplan estrategias de captación y uso a gran escala de circuitos logísticos de distribución masiva, compra de derechos de autores noveles y firmas de contratos de exclusividad con escritores consagrados, la creación de catálogos con autores adaptado al 'gusto burgués', al decir de Bourdieu (2002) con otros surgidos en los márgenes de la cultura literaria establecida en las instituciones tradicionales (grandes ferias de libros, superficies de librerías de gran tamaño y de cadenas libreras).

Tales actores se desplazan en una 'red viviente de significados y valores mutuamente constituidos' según Mosco (2006). Por lo tanto, no hay lugares categóricos 'dentro-fuera' del campo editorial tradicional y concentrado, sino más bien, posiciones ubicuas e históricamente situadas que asumen tanto los grupos concentrados como las pequeñas editoriales independientes que se han descripto y analizado en este trabajo.

Más aún y tal como se observó en la tesis, algunas de estas editoriales – el caso de Fundación La Hendija y luego de Parientes Editora – las estrategias comerciales fueron modificándose conforme se lograba una escala más cercana a una industrialización como en los grupos empresariales editoriales de mayor volumen de producción y ventas. De las entrevistas surgen algunas estrategias que ilustran el fenómeno señalado al inicio del párrafo: la gestión de créditos bancarios para la compra de maquinaria con mayor volumen de producción, la incorporación del registro ISBN como estímulo para los autores que publicaran en estas pequeñas editoriales, aún cuando las tiradas fueran reducidas; la vinculación con distribuidores de libros que demostraran tener trato comercial con grandes cadenas libreras en Buenos Aires. Cuando la relación de fuerzas se inclina hacia los grupos dominantes, las estrategias de herejía mutan a estrategias de conservación.

Aún así, las dos editoriales mencionadas particularmente ocupan – de acuerdo con lo dicho por Bourdieu (2002)– una posición estructuralmente ambigua, soportando las contradicciones propias y de por sí indeterminadas que se mueven entre la decisión de tercerizar la impresión para ganar alguna rentabilidad en la producción (el caso de Parientes), aunque después no se disponga de un registro contable accesible a la consulta, que posibilite analizar los volúmenes de producción y venta anuales en la Editorial. Similar situación de

indeterminación se aplica a algunas estrategias adoptadas por La Hendija, que ante las complejidades de mantener la provisión de títulos nuevos para cadenas librerías, optan por esfuerzos a participar en ferias de libros en las provincias o mantener vinculaciones con grupos de investigación y algunas facultades de la Universidad Nacional de Entre Ríos para producir y vender títulos en ese ámbitos. Tampoco llevan un registro contable tampoco accesible y sistematizado de los volúmenes de venta anuales, dada la diversidad de canales de comercialización, tal como se argumentó ante la consulta.

Existen variantes entre las estrategias editoriales en los otros dos pequeños sellos analizados: 'Gigante' y 'Abrazo'. Cuando las reglas del mercado editorial tradicional tales como contar con registro de ISBN de las obras editadas, ingresar títulos al circuito librero, lograr un incremento en la cantidad de ejemplares editados, son inaccesibles por falta de escala productiva en términos generales, los dos sellos mencionados optan por estrategias de herejía, desobedeciendo explícitamente a efectuar el registro ante ISBN, no firmar los derechos de autor con contratos, carecer de planificación financiera accesible que dé cuenta de un cálculo del trabajo realizado o por ejecutar. Y en esta herejía, también incluyen no requerir a líneas de financiamiento público nacional, provincial o municipal para la producción editorial, aunque sí se hace uso de los subsidios destinados a la participación en encuentros y ferias literarias, como lo expresaron desde Gigante editorial.

En la línea planteada por Zallo (1998) sobre la transformación de materias primas, materiales y trabajos dentro de la industria editorial en nuevos valores de uso, se repite la caracterización señalada precedentemente: 'La Hendija' y 'Parientes' encuentran que la inserción en circuitos comerciales libreros, con sus reglas de ingreso y permanencia como proveedor (plazos de pago, volúmenes de títulos requeridos, características temáticas de las publicaciones), combinado con la presencia en ferias y espacios alternativos culturales (un taller de producción de fanzines en el caso de 'Parientes', 'Radio Cualquiera' como oferta comunitaria dentro del Centro Cultural 'La Hendija') abre un campo hacia la 'especialización' diversificada, en un entorno concentrado con grandes barreras de ingreso a empresas sin escala productiva consistente. La transformación de una pieza creativa que naciera para ser una obra plástica –como decía el entrevistado en 'Parientes'- en una publicación escrita con formato de libro es una característica de industria cultural, aún en una escala reducida.

Hay una opción por una 'economía de club' –siguiendo a Zallo (1998)- más clara en 'Gigantes' y 'Abrazo', quienes optan por participar activamente en redes sociales y en circuitos de lectura y fomento de la cultura literaria fuera de los canales establecidos por grandes grupos empresariales editoriales. En este sentido, el desborde de la creatividad se combina con el amateurismo en la planificación comercial, lo cual conduce a obras reeditadas anualmente que circulan 'por demanda' a través de las redes sociales.

Una de las razones que dificulta ubicar exitosamente a estos sellos paranaenses en el negocio editorial analizados son las bajas tiradas en las ediciones, que se traduce en costos más altos por ejemplar, no equiparable al costo unitario de un libro producido por empresas editoriales trasnacionales. Las cifras presentadas en el capítulo 3 aportan datos de muestra de la situación, al tiempo que dejan al descubierto un vacío de información estadística precisa sobre volúmenes de venta en las editoriales entrerrianas, datos a los que no se pudo acceder por falta de documentación sistematizada oficial sobre la producción y comercialización en el sector editorial en la provincia. Las bajas tiradas están afectadas por la concentración empresarial y también geográfica que encarece no sólo los costos de impresión, sino también el transporte y flete de los libros para su venta en los canales librerías de grandes ciudades en todo el país.

Además de la dificultad de lograr rentabilidad aceptable que facilite el ingreso al circuito comercial o la opción por mantenerse 'al margen' de los canales productores, distribuidores, comercializadores comerciales convencionales, es necesario contar no sólo precios competitivos en el mercado y equiparar las diferencias de costos logísticos y de insumos, sino lograr una mejora en la calidad de la producción y de acceso a instrumentos financieros. Tales condiciones permitirían mejorar lo invertido y potenciar los capitales de cada editorial y sus procesos de trabajo, incluyéndolos en el NEC, como nuevas voces, nuevos temas y nuevos competidores para la oferta de títulos alternativos.

En cuanto a los incentivos y el fomento a la actividad editorial mediante políticas públicas para el sector, caben varias reflexiones. En un primer sentido, retomando a Bourdieu (2008), puede decirse que la competencia entre empresas toma la forma de una disputa por el poder sobre el poder del Estado. Tal como se analizó a través de las regulaciones y normativas para el sector editorial, hay intentos de modificar estas reglas del juego, a favor de unos u otros actores, tal como se visualiza en los reclamos ante el veto presidencial del 2001 a la ley de promoción del libro y la lectura, donde los resultados desfavorecidos los editores independientes que no fueron asimilados por grupos empresariales concentrados en la etapa de trasnacionalización de las editoriales argentinas; o cuando se reclama ante el autor del proyecto de ley fallido para la constitución del Instituto Nacional del Libro (INLA) y de ese proceso se benefician las empresas editoriales concentradas agrupadas en la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP).

El capital social de las editoriales 'independientes' no es suficiente o, comparado con el poder de influencia patentizado en el uso de capitales financieros, políticos, logísticos de los grandes grupos editoriales concentrados. Su capacidad de influencia es tan eficaz, que ante la legislación referida a la defensa de la actividad librera, las disposiciones de la normativa no compensan la crisis de este eslabón de la cadena del libro, que impacta en la circulación de

los títulos generados por editoriales independientes en capital de provincia: los plazos de exhibición son efímeros, la superficie física en las salas es estrecha y los requisitos puestos a pequeños editores son altos e impactan sobre sus procesos de trabajo. Hay que producir más cantidad de títulos, desplazarlos a las librerías y asumir el riesgo de una devolución de tres a seis meses, sin facturación. Ante esto, la normativa de protección o de incentivo no es suficiente.

La existencia de fondos destinados a la generación y promoción de autores es un 'faro' en un panorama complejo: tal como se señaló anteriormente, el vigor en la producción de títulos en Entre Ríos tiene correlato con el estímulo a la creación literaria, como el caso del premio Fray Mocho. Si bien ameritaría un estudio específico sobre el impacto del premio en la generación de autores y títulos, sí es un dato a considerar al momento de afirmar una vocación por mantener la actividad poética y literaria, viva y presente.

Aún cuando las editoriales independientes analizadas no se identifican y vinculan con los autores premiados por la provincia a través del Fray Mocho y, en ocasiones, algunos de los editores consultados la ha considerado, con cierta ironía, como una 'jubilación asegurada por escribir', esta herramienta no está exenta de algún mérito en las cifras que se proporcionan en el capítulo 3 sobre la actividad editorial en la provincia: el premio Fray Mocho opera como estímulo para los escritores, aunque no tracciona incentivos financieros para la industria editorial como tal, en todo su eslabonamiento productivo, de distribución y comercialización.

De todos modos, este incentivo debe analizarse en combinación con otras políticas de estímulo como las gestionadas por el Ministerio de Cultura nacional y el municipio paranaense. Estas políticas nacional y municipal se orientan a favorecer la producción editorial, aunque menos dicen o directamente no intervienen, en el eslabón de comercialización y distribución, ambos ejes débiles para las pequeñas editoriales independientes.

Frente a un 'problema prioritario' como es el de fortalecer y asegurar la producción y circulación de libros y autores en un contexto concentrado, las políticas públicas analizadas en el período planteado en este trabajo, se encuadran –siguiendo a Vedung (1998)– en métodos de intervención tales como la aplicación de exenciones a impuestos. Esta medida es incompleta porque no incluye a los alquileres de locales de librerías y transporte e incorpora la exención al pago del IVA a los derechos de autor; la regulación del precio de bienes, como es el caso de la fijación de precios de tapa – medida que, si bien no fue desarrollada en este trabajo – beneficia a muchas editoriales pequeñas; la intervención del mercado, que se puede observar en la Resolución de la Secretaría de Comercio Interior, que amparado en las cantidades de plomo admitida por los insumos para la impresión de productos ingresados al

país, intentó fomentar la producción editorial local, con no pocas críticas desde sectores concentrados editoriales.

Una respuesta al objetivo planteado en este trabajo sobre la articulación entre políticas públicas y estrategias comerciales de pequeños editoriales independientes se asienta sobre un dato recogido: las regulaciones motorizadas por los gobiernos, en general, son parciales y con un acotado impacto en la solución al problema de editar libros independientes, en un entorno concentrado.

La vinculación de editores independientes pequeños con los instrumentos ofrecidos por las políticas públicas satisfacen parcialmente algunas demandas de incentivo a la producción y generación de autores nuevos, pero no revierten las consecuencias económicas, políticas, sociales y culturales del fenómeno de la concentración de grupos editoriales en un largo plazo.

Antes del cierre, conviene evaluar alcances y desafíos planteados en esta tesis:

Uno de los méritos es el de haber propuesto pautas generales de la situación editorial de pequeñas editoriales independientes en una ciudad capital de una provincia sin una relevante actividad industrial editorial como es Paraná, Entre Ríos. Este trabajo puede abrir nuevas líneas de estudio y enfoques que fortalezcan el estudio del sector en la provincia;

Otro logro es poner en contacto instrumentos de políticas públicas nacionales, provinciales y locales con las prácticas concretas de las editoriales tomadas para el análisis, que puede trasladarse a otros sellos editoriales en la provincia, con recorridos específicos como el universitario, no contemplado deliberadamente por sus condiciones de trabajo específicas, con sus rasgos particulares.

En cuanto a las dificultades que se plantearon a lo largo del trabajo, es importante dar cuenta de:

La inexistencia de datos estadísticos consolidados en la provincia. La reelaboración de información fue efectuada sobre bases de datos nacionales provistas por el SINCA desde la Cámara del Libro y de esa información se infirió los datos que figuran en el capítulo sobre industria editorial en el país y la provincia.

El acceso a la información y a los beneficiados de los subsidios otorgados por el Municipio de Paraná y la falta de datos públicos sobre las fechas de convocatorias determinó que la descripción se realizara sobre la base del texto de Ordenanza municipal para el FEICAC. Es un desafío para los próximos trabajos indagar particularmente sobre las expectativas de los funcionarios del área de Cultura municipal en relación al fomento al sector editorial en particular. Lo mismo se aplica a las percepciones desde el Ministerio de Cultura nacional en relación a las políticas públicas para el fomento al sector editorial.

Finalmente, un párrafo sobre los editores consultados y su trabajo: en la profundidad de sus intenciones literarias, sus luchas individuales y colectivas, sus contradicciones en la

gestión de sus títulos y autores, pervive en cada uno una suerte de 'épica literaria'. Sus charlas y pequeñas colecciones tienen un inmenso sentido cultural e identitario. Y eso da esperanza en que el ingenio, la fuerza y la identidad local resiste, se adapta y hasta pareciera naufragar, tal vez... pero jamás morir. Como se dijo al principio, porque 'serán pequeñas, sí, pero tendrán sentido'.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, G. (2007). "Elementos para el análisis de capacidades estatales", en Alonso, Guillermo ed., Capacidades estatales, instituciones y política social, Buenos Aires, Prometeo Libros.
- Becerra, M., Hernández P. y Postolsky, G. (2003). "La concentración de las industrias culturales" en Secretaría de Cultura de la Nación. Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina. Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- Becerra M. y Mastrini G. (2006). "Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las Industrias culturales en América Latina", Prometeo, Buenos Aires.
- Borgarello E. et. al (2009) "Régimen legal del libro: un análisis desde la perspectiva nacional y de la provincia de Córdoba".
- Botto, M. (2006). "La concentración y la polarización de la industria editorial" en De Diego, José Luis. Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000. Buenos Aires: FCE.
- Bourdieu, P. (2002). "Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto". Buenos Aires: Montessor.
-(2008). "Las estructuras sociales de la economía". Buenos Aires: Manantial.
-(2011). "Intelectuales, política y poder". Buenos Aires: Eudeba.
- Colleu, G. (2008). "La edición independiente como herramienta protagonista de la bibliodiversidad". Buenos Aires: La Marca editora.
- De Diego, J. (2014). "Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2010". Buenos Aires: FCE.

- Della Porta, D. y Keating, M (2013). "Enfoques y metodologías de las ciencias sociales. Una perspectiva pluralista". Madrid: Akal.
- De Sagastiazábal. L. et al. (2009). "El mundo de la edición de libros: un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general". Buenos Aires: Paidós.
- Giordaningo, E. (2010). "Técnicas de registro y organización de materiales editoriales. Paratextos, metadatos y catálogos". Buenos Aires: Santiago Arcos editor.
- Gómez-Escalonilla, G. (2010). "Incógnitas del libro digital". En Comunicación y desarrollo en la era digital. Congreso AE-IC 3, 4 y 5 de febrero de 2010. ISBN 978-84-614-2818.2 p. 285.
- Hernández Samperi et. Al. (2006). "Metodología de la investigación". México: McGraw-Hill.
- Herralde, J. (2009). "El optimismo de la voluntad". Experiencias editoriales en América Latina. José Herralde. México: Fondo de Cultura Económica.
- Igarza, R. (2013). "Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica". Bogotá: CERLALC.
- Mihal I. (2011) "Bibliodiversidad: una mirada a las políticas culturales estatales". En Fundação Casa de Rui Barbosa. Disponible en www.casaruibarbosa.gov.br
- Miège, B. (2006). "La concentración en las industrias mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos", en Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Mosco, V. (2006). "Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después", en Cuadernos de Información y Comunicación vol 11, Universidad Complutense de Madrid

- Raposo M, Perelman P, Seivach P. (2006) "La industria editorial en la Argentina. Cadena de valor del libro". Anuario ININCO/ Investigaciones en Comunicación N° 1, Vol 18, Caracas. Junio 2006.
- Román, V. (2013): "Estrategias empresariales de las pymes editoriales argentinas a principios del siglo XXI Revista Latina de Sociología, n° 3: 133-148. Disponible en: <http://revistalatinadesociologia.com> ISSN 2253-6469".
- Schiffrin, A. (2000). "La edición sin editores". México: Editorial Península.
- Szurmuk, M y McKee Irwin R. (2009). "Diccionario de Estudios culturales latinoamericanos". México: Siglo XXI editores.
- Szpilbarg, D. (2010). "La vuelta al libro: Representaciones de editores "artesanales" sobre la industria editorial". En revista Afuera. Estudios de crítica cultural. Publicación semestral, n° 9. Disponible en: <http://www.revistaafuera.com/articulo.php?id=115&nro=9->
-(2012). "¿Es posible hablar de un 'campo editorial global'? un análisis acerca de los agentes, mediaciones y prácticas en el espacio editorial transnacionalizado". 1° Coloquio argentino de estudios sobre el libro y la edición. La Plata. Disponible en <http://coloquiolibroyedicion.fahce.unlp.edu.ar>
- Tamayo Sáez, M. (1997) "El análisis de las políticas públicas", en Bañón, Rafael y Carrillo, Ernesto (comps.) La nueva Administración Pública, Alianza Universidad, Madrid. Acuña, Carlos y Mariana Chudnovsky (2013), "Cómo entender a las instituciones".
- Vanoli, H. Safesterstein, E. (2011). "Cultura literaria e industria editorial. Desencuentros, convergencias y preguntas alrededor de la escena de las pequeñas editoriales". En Rubinich L. y Miguel P. (Eds.) "Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2011". Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- Velasco (2007) Vedung, Evert (1998) "Policy Instruments: Typologies and Theories". En Bernelmans-Videc, M., R. Rist y E. Vedung (eds.) Carrots, Sticks & Sermons.

Policy Instruments & Their Evaluation. New Brunswick and London, Transaction Publishers. (Traducción Elsa Pereyra).

- Velasco, M. (2007) “Distintos instrumentos para un mismo fin. Los instrumentos de las políticas públicas como herramientas para el análisis”. Ponencia presentada en el VIII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración Política para un mundo en cambio
- Zallo R. (1988). “Economía de la comunicación y la cultura”. Madrid: Akal.

.....(2011). “Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital”. Buenos Aires: Gedisa.

Artículos en prensa escrita nacional

- Pomeranie, H. (2001, Julio 26). “Después de 30 años fue promulgada la ley del libro”. *Clarín*. Disponible en <http://edant.clarin.com/diario/2001/07/26/s-03701.htm>
- Picabea, M. (2006, Junio 30). “Polémica por el proyecto para crear el Instituto del libro”. *Clarín*. Disponible en <http://edant.clarin.com/diario/2006/06/30/sociedad/s-04301.htm>
- Coscia, J. (2009, Noviembre 19). “La ley que el libro merecía”. *Página 12*. Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/subnotas/16047-4564-2009-11-19.html>

Informes

- Cámara Argentina del Libro. Centro de Desarrollo Económico Metropolitano. Dirección de Estadísticas y Censos. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2012). “*Producción Editorial Argentina. Un análisis en base a los datos del ISBN*”. N° 7. Buenos Aires: autor.
- Observatorio de Industrias Creativas. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2013). “*Mercado editorial de Argentina y Ciudad de Buenos Aires*”. Buenos Aires: autor.

Legislación consultada

- Ley nacional 25.446 de fomento del libro y la lectura. Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/65000-69999/68006/norma.htm>
- Ley nacional 25.542 de Defensa de la Actividad Librera. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/70000-74999/71549/norma.htm>
- Resolución 453/2010 de la Secretaría de Comercio Interior. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/175000-179999/175709/norma.htm>
- Ley provincial 7826/86 Premio literario Fray Mocho
- Ordenanza municipal 8595 de creación del Fondo de Incentivo a la Cultura, las Artes y las Ciencias –FEICAC.

Ponencias

- Bertranou, J. (2014, agosto) *“Estado y políticas públicas”*. Seminario Virtual en la Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Nacional de Quilmes.
- Schiffrin, André. (2000, diciembre). *“¿El fin del editor?”*. Ponencia presentada en el Primer Encuentro de editores independientes de América Latina, París, Francia. Disponible en: <http://www.oei.es/historico/cultura2/actas.htm>.

Publicaciones

- SInCA (2012). *“Atlas cultural de la Argentina”*. Disponible en <http://www.sinca.gob.ar/sic/publicaciones/libros/Atlas-Cultural-de-la-Argentina.pdf>
- SInCA (2012) *“Libros, música y medios. Notas sobre industrias culturales y legislación cultural”* (2007). Disponible en http://www.sinca.gob.ar/sic/publicaciones/libros/Libros_Musica_y_Medios.pdf
- SInCA (2012). *“Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en Argentina”*. Disponible en <http://www.sinca.gob.ar/sic/publicaciones/libros/libro.php?id=6>