



Tessio Conca, Eliana Silvia

Políticas públicas para el sector editorial de libros. El caso de las pequeñas editoriales independientes en Paraná (Entre Ríos)



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/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. (2019). *Políticas públicas para el sector editorial de libros. El caso de las pequeñas editoriales independientes en Paraná (Entre Ríos)*. *Revista Intercambios*, 4(2), 12-18. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/4212>

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

INDUSTRIA DEL LIBRO

Políticas públicas para el sector editorial de libros. El caso de las pequeñas editoriales independientes en Paraná (Entre Ríos)



Silvia Tessio: Licenciada en Comunicación Social con orientación en Periodismo por la Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE). Magíster en Antropología por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) y Magíster en Industrias Culturales por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Docente investigadora por la Universidad Autónoma de Entre Ríos en temas de Patrimonio cultural inmaterial. Ha participado de trabajos etnográficos en México y Argentina. Ha traducido libros especializados en Etnografía latinoamericana.

“Serán pequeñas, mas tendrán sentido”. Con esas palabras, Celina Manzoni comenzaba su disertación dedicada a las editoriales pequeñas de Argentina, a lo que agregó la condición de independientes, por trayectoria, recursos técnicos y capacidad de distribución. La frase motivó reflexiones acerca de la construcción del campo editorial de pequeños sellos independientes de Paraná (ciudad capital de la provincia de Entre Ríos) en un contexto de concentración empresarial de grandes grupos editoriales articulado con las políticas públicas nacionales, provinciales y municipales para el sector editorial.

Entre los años 2007 y 2013 se concretaron, en Paraná, ferias y rondas de negocios promocionados por el Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA), dependiente del ex Ministerio de Cultura de la Nación. De esos encuentros participaron editoriales entrerrianas, escritores, ilustradores y dibujantes, quienes recibieron viáticos y traslados proporcionados por fondos del ex Ministerio de Cultura y Comunicación de la provincia de Entre Ríos. El 2007 es el año en el que se consolidó el trabajo editorial de los sellos paranaenses que aquí se estudian como ejemplos.

Según cita de Daniela Szpilbarg, “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”.¹

La autora agrega que en la historia de la industria editorial, entre 1930 y 1970, la Argentina tuvo el liderazgo de la actividad editorial en Sudamérica, pero la dictadura militar de los años 1976-1983 marcó el fin de aquella hegemonía, y

1 Szpilbarg, Daniela (2010). “La vuelta al libro: Representaciones de editores ‘artesanales’ sobre la industria editorial”. En *Revista Afuera. Estudios de crítica cultural*. Año V, Vol. 9, CABA, p. 451.

“Transformaciones de las Industrias Culturales en la Era Digital”

la década de los 90 es el período en el que se concretaron las ventas de empresas editoriales nacionales a grupos empresarios transnacionales.

En un entorno geográfica y empresarialmente concentrado como el que presenta el sector editorial en el país en la actualidad, dentro del Núcleo Editorial Comercial (NEC), las editoriales pequeñas de las provincias argentinas no disponen de la escala adecuada para sostener en forma rentable la cadena del libro con garantías de diversidad autoral y temática.

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, señalaba que el NEC es un recorte 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.

El texto “Producción editorial argentina. Un informe en base a los datos del ISBN” de 2012, aportó 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 e instituciones en la Ciudad de Buenos Aires. En conjunto con la provincia de Buenos Aires –que editó el 10,2% de los títulos y el 16,7% de los ejemplares– ambas jurisdicciones concentraron el 87,3%, casi la totalidad de la producción editorial del país. Provincias como Córdoba y Santa Fe tuvieron cierto aporte de peso en la publicación de títulos (4,4% y 3,9% respectivamente), aunque ello no se replicó en la producción de ejemplares.

La industria editorial repensada

El fenómeno de la concentración de la industria editorial en Argentina, marcada por la deslocalización productiva, el control centralizado de las funciones de producción y edición de grandes grupos editores transnacionales, y un agresivo comportamiento de estos últimos 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 las capitales de provincia afrontan su circuito productivo en los márgenes del negocio. En efecto, las pequeñas editoriales de provincia recurren a los instrumentos que ofrecen las políticas públicas de los gobiernos nacionales, provinciales y municipales y a estrategias de asociación y vinculación con alianzas por fuera de los grandes circuitos comerciales de librerías y editoriales de gran escala.

Tal asociacionismo se estructura en espacios simbólicos dotados de un “sentido común” donde, de modo más o menos explícito, los actores juegan los juegos del campo, 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 complejo proceso, los grupos conformados por pequeñas editoriales de libros, cumplen un rol fundamental en la provisión de títulos y temas de la corriente hegemónica de producción editorial, e ingresan o se resisten a ello, con diferentes modalidades, como sucede en las pequeñas editoriales independientes de Paraná, según entrevistas logradas en Gigante Editores, Fundación Editorial La Hendija, Parientes Editorial y Abrazo Editores.

La relación de fuerzas que se plantea en este campo incluye, necesariamente, a los gobiernos y las políticas públicas para el sector, encarnadas en un Estado con capacidad de acción que propone un entramado normativo orientado a incentivar la producción de nuevos títulos y la generación de autores locales preparando reglas de 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.

La industria editorial entrerriana

Las cifras de la industria editorial nacional muestran que su desempeño en los grandes centros urbanos puede ser analizado 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 de todo el país). Pero

numerosos sellos editores pequeños del resto de país, tienen enormes dificultades para gestionar una empresa editorial con una escala productiva de envergadura en forma constante y sostener un circuito de comercialización estable que ofrezca información sobre su crecimiento.

Efectivamente, la actividad editorial es un fenómeno fundamentalmente urbano, puesto que la concentración empresarial no es solamente económica, sino también geográfica, donde hay mayor capacidad de compra.

En este contexto, la actividad editorial entrerriana ocupa una posición marginal en cantidad de títulos, de autores y de volúmenes de venta, de lo cual no se dispone de información publicada y accesible a la consulta. Lo que se sabe es que, para asegurar mayores ventas, las decisiones de los editores locales se focalizan en lograr acceso a ciudades con significativa densidad de habitantes: Paraná, Concordia, Gualeguaychú y Concepción del Uruguay. A lo que debe sumarse, por supuesto, la logística (transportes y fletes).

Dada esta situación, los espacios de difusión que ofrecen las ferias de libros son un campo propicio para dar a conocer nuevas producciones, transformando el modelo de negocio, orientado más bien hacia el *amateurismo*, lo cual implica cierta "desindustrialización editorial".

El registro en el Número Estándar Internacional de Libros (ISBN) constituye otra herramienta para visibilizar los 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 pequeños–, aporta márgenes estrechos para acciones creativas en entornos editoriales fuertemente concentrados a nivel empresarial.

La industria editorial paranaense: experiencias de sellos independientes

El carácter independiente de las pequeñas editoriales paranaenses analizadas provee una plataforma de visibilidad

necesaria para la circulación en un mercado editorial altamente concentrado. 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", por tomar la metáfora de Ramón Zallo,² 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 y optimizar el uso de máquinas para imprimir con pequeño porte o con técnicas de cosido artesanal (a mano), promovidas 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 alejadas de los criterios del libro atractivo, visualmente y fácilmente vendible, debido a la calidad en la impresión,

el tipo de papeles utilizados, las técnicas de pegado de las páginas y el volumen de cada ejemplar que, en las editoriales chicas es pequeño en relación a las ofertas de los grupos editores trasnacionales. La estrategia manufacturera de Paraná se vale de circuitos alternativos para la captación de autores, la difusión y

la comercialización de obras, y cuando las editoriales aumentan su escala, comienzan a entrecruzarse con algunas de las prácticas de los grandes grupos editores, como es el caso de anotar títulos en el ISBN.

Cuando las editoriales paranaenses acceden a una escala mayor, tienden a solicitar instrumentos de incentivos públicos: subsidios para movilidad hacia ferias y encuentros en la región, impresión de colecciones nuevas, etc. Los incentivos apoyan la actividad editorial, aunque no la determinan en primer término, o lo hacen con una orientación individualista para 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 entrevistados de Paraná coinciden en que los montos de los incentivos públicos ayudan a concretar determinadas estrategias de posicionamiento del sector en

2 Ver Zallo, Ramón (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid, Ed. Akal.

“Transformaciones de las Industrias Culturales en la Era Digital”

el mercado, pero no son el motor central del crecimiento editorial independiente. Una de las razones es la lentitud de los desembolsos.

En algunos casos, existen explícitas desobediencias, por ejemplo, la decisión de no inscribir los títulos en el registro del ISBN, o no participar en la máxima distinción literaria otorgada por el Gobierno de Entre Ríos (los premios Fray Mocho), bajo el argumento de que “sería una jubilación asegurada”, como expresaron los editores de Gigante.

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 en ferias de libros alternativas, generar espacios de encuentro a través de las redes sociales cercanas a una suerte de amateurismo en sus estrategias comerciales y recuperar, así, el sentido “romántico” del editor independiente comprometido con temas y autores que abordan temáticas diferentes a las publicadas en los circuitos editoriales de grandes grupos editores de envergadura internacional.

Una estrategia que cabalga a medio camino entre la permanencia en la mainstream de las editoriales grandes y la conservación del espíritu de independencia es proveer de títulos y autores noveles para los grandes circuitos editoriales y librerías. Ello significa concentrarse en el trabajo intelectual de definición de un título o un autor novel, en vez de hacerlo 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 a un modelo de negocios que asume el costo de descubrir autores y temas, la gestión de la producción de las obras y la concreción de la impresión; a diferencia del modelo del gran mundo editorial, que compra derechos de autores consagrados.

De acuerdo a lo señalado por Vanoli y Saferstein, la lógica con la que operan las editoriales transnacionales les 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 [además] 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.³

En un ámbito competitivo y de marcadas diferencias de escala entre dominantes y subalternos, las editoriales independientes entran en un sistema de vinculaciones cooperativas, en términos de “cada uno hace lo suyo, y todos nos conocemos”. Siendo así, las editoriales paranaenses independientes con capacidad de escala productiva mayor son tomadas por las pequeñas como faros a seguir y pedir colaboración.

Una de las estrategias comerciales de las editoriales independientes bajo este análisis es la participación en circuitos alternativos de promoción y búsqueda de autores, títulos y nuevos mercados. Estos espacios son alternativos a, por ejemplo, la Feria del Libro de Buenos Aires, organizada por la Fundación El libro, por citarla como caso paradigmático de un ámbito que excede ampliamente las posibilidades de acceso de los sellos editoriales chicos.

La vocación por la vinculación permanente, el esfuerzo en considerar las relaciones públicas como parte sustantiva en la valoración del trabajo editorial, conduce a pensar que el recorrido por los márgenes de las grandes corporaciones editoriales, es una especie de herejía. La idea es coincidente con lo que Vincent Mosco denomina “espacialización” o “proceso de extensión de los espacios” como resultado de la acción social.⁴

En el campo editorial, la acción social consiste en gestionar espacios y relaciones que son puntos de partida para caracterizar procesos, desbordando las instituciones conocidas y sus probadas prácticas. Cuando los editores optan por publicar autores desconocidos y diseñar tapas, superando criterios estéticos estandarizados, se acercan a estrategias

3 Vanoli, Hernán y Saferstein, Ezequiel (2011). *Cultura literaria e industria editorial. Desencuentros, convergencias y preguntas alrededor de la escena de las pequeñas editoriales*. En Rubinich y Miguel (Eds.), *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2011*. Buenos Aires, Ed. Aurelia Rivera, p. 78.

4 Ver Mosco, Vincent (2006). “Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”. En Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 11, Universidad Complutense de Madrid.

de herejía, por el hecho de reconstruir 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.

Las estrategias subalternas de los pequeños sellos responden a hábitos editoriales que retoman aspectos del trabajo convencional en la generación de un libro.

Pero es digno de observar el modo en el que reproducen gustos literarios y ponen en circulación géneros, como la prosa y la poesía, con temáticas locales. Asimismo, los diseños responden a criterios de maquetación en retículas que se emplean en editoriales de grandes grupos, pero las tapas son tomadas como espacios para la experimentación artística y estéticas que superen las fotos o las tramas “fantasía” obtenidas en algún programa informático de diseño.

Antes de planificar con criterios comerciales de lucro, las estrategias puestas en práctica visibilizan las posibilidades de acceder a materias primas (papeles y tintas), a tecnologías de impresión, a equipamiento para el armado y encuadernación y al desarrollo de una gestión del trabajo y los recursos que asimile los procesos conocidos y aprehendidos en la práctica por ensayo y error.

El análisis de los procesos de trabajo permite ver si estas editoriales pequeñas e independientes apelan a estrategias “heréticas” a causa de optar por algo diferente en el planteo de las ideas, en la búsqueda de autores nuevos y de títulos que ya circulaban en circuitos comerciales o alternativos, o bien es una reacción a la que se ven obligados por el imperio de las circunstancias económicas, por la rentabilidad de lo deseable en términos de mercado.

Visto el desempeño industrial del sector en conjunto, y a la vez haciendo foco en la realidad de las editoriales paranaenses analizadas, es necesario hacer una distinción en cuanto a la cantidad de ejemplares producidos y los títulos editados. El modelo de negocio editorial orientado a títulos con alta

rotación en los espacios de oferta al público, encuentra en los sellos independientes de tamaño pequeño, como los que aquí se analizan, un terreno fértil para promocionar autores y temas novedosos con la potencialidad de ser parte del *star-system* editorial que ingresa al NEC.

Por consiguiente, la construcción del campo editorial independiente se desplaza entre complejas formas de dominación y resistencia. En efecto, a una fértil actividad de generación de títulos, autores y espacios culturales alternativos surgidos en los márgenes de las instituciones tradicionales (grandes ferias de libros, librerías de gran tamaño y cadenas librerías), 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, creación de catálogos con autores adaptados al gusto burgués).

Tales actores se desplazan, como lo aseguró Mosco, en una “red viviente de significados y valores mutuamente constituidos”⁵. De lo cual se deduce que no hay lugares categóricos, no hay un “dentro-fuera” del campo, sino más bien, posiciones ubicuas e históricamente situadas que asumen tanto los grupos concentrados como las pequeñas editoriales independientes.

La construcción del campo editorial independiente se desplaza entre complejas formas de dominación y resistencia

No hay un “dentro-fuera” del campo, sino más bien, posiciones ubicuas e históricamente situadas que asumen tanto los grupos concentrados como las pequeñas editoriales independientes

En el caso de la Fundación La Hendija y luego de Parientes Editora, las estrategias comerciales fueron modificándose conforme se lograba una escala cercana a la industrialización con aumento de producción y ventas. Por las entrevistas se conocieron algunas: 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 aunque las tiradas sean reducidas, la vinculación con distribuidores de libros

en las grandes cadenas librerías en Buenos Aires. Ha podido verse, entonces, que cuando la relación de fuerzas se inclina

⁵ Mosco, Vincent (2006). *Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después*. En Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, p. 72.

“Transformaciones de las Industrias Culturales en la Era Digital”

hacia los grupos dominantes, las estrategias de herejía mutan a estrategias de conservación.

Tanto La Hendija como Parientes, ocupan una posición estructuralmente ambigua, teniendo que decidir, por ejemplo Parientes, tercerizar la impresión para ganar rentabilidad en la producción. En similar situación se encuentra La Hendija, cuya estrategia es esforzarse para participar en ferias de libros en las provincias y vincularse con grupos de investigación y facultades de la Universidad Nacional de Entre Ríos, para producir y vender títulos en esos ámbitos. Dada la diversidad de canales de comercialización, ninguna lleva un registro contable y sistematizado de los volúmenes de venta anuales.

En Gigante y Abrazo hay variantes en las estrategias heréticas: no hacen el registro ISBN, no firman contratos con derechos de autor, carecen de planificación financiera accesible que dé cuenta del cálculo del trabajo realizado o por ejecutar, no recurren a líneas de financiamiento público, aunque sí hacen uso de subsidios destinados a la participación en encuentros y ferias.

La Hendija y Parientes encuentran que la inserción en circuitos comerciales librerías (con reglas de ingreso y permanencia como proveedores, plazos de pago, volúmenes de títulos requeridos, características temáticas de las publicaciones), combinada con la presencia en ferias y espacios alternativos (un taller de producción de fanzines en el caso de Parientes, Radio Cualquiera en el caso del Centro Cultural La Hendija) les abre un campo hacia la espacialización diversificada. La transformación de una pieza creativa que naciera para ser una obra plástica –como decía el entrevistado de Parientes– en una publicación escrita con formato de libro es una característica de industria cultural, aun en una escala reducida.

La opción por la “economía de club” es más clara en Gigantes y Abrazo, que optan por participar activamente en las redes sociales y en circuitos de lectura y fomento de la cultura literaria por fuera de los canales establecidos por los grandes grupos empresariales editoriales. En este sentido, la creatividad se combina con el *amateurismo* en la planificación comercial, que conduce a reeditar obras anualmente a demandas provenientes de las redes sociales.

Una de las razones que dificulta ubicar exitosamente a estos sellos paranaenses en el negocio editorial es la tirada de poca

cantidad de ejemplares, lo cual se traduce en costos más altos por ejemplar, no equiparables al costo unitario producido por las empresas transnacionales. Las bajas tiradas también se explican por los costos de transporte y flete para vender libros en las grandes ciudades de todo el país. No obstante, lo cierto es que las cifras presentadas aportan datos que muestran la situación, al tiempo que dejan al descubierto un vacío de información estadística precisa sobre los volúmenes de venta en las editoriales entrerrianas por falta de sistematización oficial del sector en la Provincia.

En lo referente a los incentivos y el fomento a la actividad editorial con políticas públicas para el sector, caben algunas reflexiones. En primer lugar, la competencia entre empresas toma la forma de una disputa por el poder sobre el poder del Estado. A través de las regulaciones y normativas para el sector editorial, hay intentos de modificar estas reglas de juego a favor de unos u otros actores, tal como pudo observarse en los reclamos ante el veto presidencial del 2001 a la ley de promoción del libro y la lectura, donde los resultados desfavorecieron a los editores independientes que no fueron asimilados por grupos empresariales concentrados en la etapa de transnacionalización 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, comparado con el poder de influencia patentizado en el uso de capitales financieros, políticos y 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 capitales 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.

El rol del Estado y las políticas públicas para el sector editorial

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

En Entre Ríos, la Ley 7.823 de 1986 estableció la realización anual del premio literario "Fray Mocho", destinado a promover nuevos autores y títulos en la Provincia y a publicar la obra ganadora en la Editorial de Entre Ríos (dependiente del Estado provincial), a lo que se añade, si el autor galardonado lo solicita, su difusión al público a cargo de la Secretaría de Cultura. En la ciudad de Paraná, mediante el Fondo Económico de Incentivo a la Cultura, las Artes y las Ciencias (FEICAC), el gobierno municipal dispuso diferentes líneas de incentivos económicos para la producción editorial, entre otras expresiones artísticas en la ciudad.

La existencia de fondos destinados a la generación y promoción de autores representa un faro en un panorama complejo: la producción de títulos en Entre Ríos tiene correlato con el estímulo a la creación literaria, como el caso del premio Fray Mocho. El impacto del premio en la generación de autores y títulos, sí es un dato a considerar al momento de afirmar la vocación viva y presente por mantener la actividad poético-literaria.

Aun cuando las editoriales independientes analizadas no se identifican ni se vinculan con los autores premiados por

el Fray Mocho, aun cuando algún editor consultado lo ha considerado, con cierta ironía, como una "jubilación asegurada para escribir", el premio opera a manera de estímulo para los escritores, pero en el eslabonamiento productivo, de distribución y comercialización no tracciona incentivos financieros para la industria editorial como tal.

Ahora bien, las políticas culturales se orientan a favorecer la producción editorial, pero menos dicen o directamente no intervienen, en el eslabón de comercialización y distribución, ejes débiles de las pequeñas editoriales independientes.

En medio de la necesidad prioritaria del sector editorial pequeño de fortalecer y asegurar la producción y circulación de libros y autores, las políticas públicas durante el período 2007-2015 intervinieron con exenciones impositivas. Incorporaron la exención del IVA a los derechos de autor, la regulación del precio de bienes (como la fijación de precios de tapas, medida que beneficia a muchas editoriales pequeñas) y la intervención del mercado con resoluciones de la Secretaría de Comercio Interior; por supuesto, con no pocas críticas provenientes de los grandes conglomerados editoriales.

Sin embargo, las políticas no incluyen exenciones impositivas a los alquileres de locales de librerías ni al transporte, lo cual muestra que en la articulación de las políticas públicas y las estrategias comerciales de los pequeños sellos independientes, las regulaciones motorizadas por los gobiernos son parciales y con un acotado impacto en la solución al problema de editar libros independientes en las provincias.

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

Las regulaciones motorizadas por los gobiernos son parciales y con un acotado impacto en la solución al problema de editar libros independientes en las provincias.