



especialización en  
**gestión cultural**  
[núcleo C]



**CENTRO DE ESTUDIOS  
INTERDISCIPLINARIOS**

**UNR**

Universidad Nacional de Rosario  
Centro de Estudios Interdisciplinarios  
Especialización en Gestión Cultural

## **Trabajo Final de Integración**

**Por Nicolás Manzi**

**Directora: Dra. Sandra Valdetaro**

**Proyecto de Intervención: Observatorio del Libro y la Edición en Rosario.**

### **OLER:**

olfatear, husmear, olisquear, aspirar, captar, inquirir, averiguar, investigar, sentir, notar, advertir,  
percibir, desprender, atufar, heder, apestar, perfumar, aromatizar.

Rosario 20 de diciembre de 2024

# Índice

- 1 Denominación: **OLER**
- 2 Resumen del proyecto
- 3 Naturaleza del proyecto
  - 3.1 Contexto
  - 3.2 Antecedentes
  - 3.3 Marco institucional
  - 3.4 Justificación
- 4 Finalidad, objetivos, metas
- 5 Beneficiarios
- 6 Localización y cobertura espacial
- 7 Estructura organizativa y recursos humanos
- 8 Propuesta de observatorio: características y funciones  
Actividades y determinación de plazos y cronograma
  - 8.1 Implementación secuenciada
  - 8.2 Etapas/ duración
- 9 Evaluación del proyecto
- 10 Presupuesto
- 11 Bibliografía

## ANEXO

Agradecimientos

## **1 Denominación:**

### **OLER**

Por la sigla de Observatorio del Libro y la Edición en Rosario

El nombre del Observatorio refiere a uno de los cinco sentidos; puntualmente, al sentido del olfato, que sugiere, además, un aspecto positivo en una investigación, una percepción de lo que apesta y lo que perfuma (el libro es algo que también se huele). Tiene implícito lo que se presiente, y, a la vez, guarda el verbo leer. Oler también es algo que deviene de la respiración; creemos que los libros guardan la respiración de las ciudades.

## 2 Resumen del proyecto / Justificación del Proyecto

Este proyecto de intervención se propone la creación de un dispositivo de observación (observatorio) que recopile información particular sobre la **industria cultural** del libro en Rosario, que pueda aportar a una descripción general en pos de planificar **políticas culturales** públicas (y, por qué no, privadas) sobre las necesidades y potencialidades del sector, a los fines de consolidar el crecimiento económico y simbólico de este tipo de producción en la región.

La UNESCO da una definición de industrias culturales como aquellas que “combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza. Estos contenidos suelen ser protegidas por el derecho de autor y pueden tomar la forma de bienes o servicios. Esta doble naturaleza –cultural y económica– construye el perfil distintivo de las industrias culturales” (UNESCO, 2006).

Por cierto, es preciso definir un concepto de cultura, desde el que pueda sostenerse un sistema de valores que pueda aportar a este trabajo, como un “repertorio históricamente estructurado, un conjunto de estilos, habilidades y esquemas que, incorporados en los sujetos, son utilizados para organizar sus prácticas, tanto individuales como colectivas” (Altamirano, 2008). En esta línea, entendemos que es en ese repertorio en el que se funda una comunidad. Pero también, debemos pensar que, al delimitar el campo de estudio, lo que se pone en juego en términos de cultura surge en una relación hacia lo que está fuera, una relación con un otro, es decir, es cultura una definición relacional:

“La cultura es el espacio de los movimientos simbólicos de grupos que tejen relaciones de poder. No sólo del poder entendido en su proyección vertical, sino también del poder como diseño reticular, en el cual cada punto donde se ejerce el poder genera un foco de resistencia. La cultura está asociada a los discursos hegemónicos y al mismo tiempo a los que desestabilizan dicha hegemonía; la cultura como el espacio de intervención y agonía, pero igualmente como zona de resistencia en los procesos” (Szurmuk y McKee, 2009).

Intentando visitar algunos conceptos más que nos pueden aportar una idea en este proyecto, podemos definir también política cultural. Siguiendo a García Canclini (1987) las políticas culturales son “el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones y grupos comunitarios

organizados”. También se da una definición en el Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos:

“La política cultural es una de las políticas públicas y, como tal, responde a los objetivos de gobierno (*v.gr.*, asegurar bienestar económico y social, salud, seguridad, etc.) mediante el diseño, gestión, administración, planificación y evaluación de programas puntuales (*v.gr.*, un programa de obras públicas – represas, autopistas, puentes, etc.– que proporcione el fundamento para el crecimiento económico y la creación de empleo). Por lo general, una institución estatal (ministerio, secretaría, consejo) a escalas nacional, estatal o local implementa la política cultural, pero en los últimos tres decenios el tercer sector (fundaciones, ONG, cooperación internacional y organizaciones de la sociedad civil) viene cumpliendo algunas de estas funciones con o sin la autorización específica del estado. El sector privado también incide en la conducción de políticas culturales por defecto” (Szurmuk y McKee, 2009).

Del mismo modo, es preciso definir la figura de agentes culturales como “aquellos actores que intervienen o pueden intervenir en la articulación de políticas culturales” (Martinell, 1999):

- “Los agentes culturales *analizan e interpretan la realidad* de la propia sociedad, *dan una respuesta* a sus problemas, demandas o necesidades, y autoorganizan servicios para su bienestar.
- Los agentes posibilitan y *canalizan la participación* y la incorporación de grupos y personas a los trabajos y a la acción para su comunidad, originando un proceso desde la privacidad y el individualismo a la acción pública y social.
- Los agentes *son aglutinadores y creadores de estados de opinión* sobre temas que les afectan y sobre la creación de las condiciones necesarias para difundir sus opciones, con la finalidad de que se tenga en cuenta un determinado tema.
- Los agentes pueden ayudar a *estructurar y construir las demandas de carácter social, cultural y educativo* que concentran estados individuales o grupales, y trasladarlas de forma colectiva a las organizaciones y al aparato de la administración del Estado.

- Los agentes son una *plataforma para fomentar la autoorganización* de servicios y la asunción de responsabilidades públicas por sistemas de delegación en la prestación de servicios.
- Los agentes ejercen una *función prospectiva*, al descubrir y evidenciar nuevas necesidades o problemáticas de la sociedad y despertar una preocupación en los estamentos oficiales por esos temas.
- También los agentes son una *plataforma de organización de la iniciativa* privada y lucrativa, a partir del establecimiento de organizaciones propias” (Martinell, 1999).

Es preciso comprender que estos “actores” tienen el protagonismo de los agentes culturales, que, en términos de Olmos,

“... para quienes es importante no sólo entender qué y cómo comunica la cultura, sino también explorar cuestiones de historia, economía, leyes, promoción y administración de la cultura. En este contexto, los estudios culturales se entienden no sólo como una metodología crítica sino también como una guía a la infraestructura de los medios diversos (tanto públicos como privados) de creación, diseminación, consumo y preservación cultural” (Olmos, 2004).

Un observatorio es, a la vez que un espacio desde el que plantar la mirada, un instrumento. Este observatorio busca posicionarse como una herramienta a la que puedan echar mano tanto referentes de distintos niveles del Estado en la búsqueda de información precisa para el desarrollo de políticas públicas, así como los diferentes agentes que participan en el campo, para poder ampliar sus objetivos en relación con la consecución de sus propios proyectos.

Este observatorio intenta, sobre todo, describir un paisaje; en términos de Bourdieu, describir el campo cultural que se quiere abarcar. Siguiendo al intelectual francés, entendemos como campo al conjunto de relaciones de fuerza entre agentes e instituciones en la lucha por formas específicas de dominio de un tipo de capital específico (Bourdieu, 1999), y desde este punto de vista, el observatorio puede considerarse como una señalética de la dinámica de dichas dimensiones del campo cultural.

En el mundo del libro podemos encontrar que cohabitan e interactúan una diversidad de actores que, en categorías de Bourdieu, resumiremos en: productores (autores, editores, traductores, correctores, diseñadores, impresores, encuadernadores); distribuidores (corredores, libreros); consumidores (lectores, pero, también, específicamente, talleres, bibliotecas, docentes); y legitimadores (crítica académica, difusores culturales, periodistas).

El propósito de crear un Observatorio para el libro y la edición surge de la necesidad de poner en cuestionamiento las condiciones que vienen dadas, prefiguradas, desde el mercado del libro. Partimos desde dos datos. El primero se refiere a la alta concentración del mercado del libro: el 80% de la producción y comercialización de libros en Argentina se localiza en Buenos Aires. El segundo dato, no menos importante, es la reformulación constante de las dinámicas en la nueva era de la circulación de la información.

Creemos que cualquier descripción o elaboración estadística acerca del mercado de libro y la edición en Argentina, necesariamente, está teñida por una visión centralista. Es posible decir que esta característica centrífuga también la podemos encontrar en la mayoría de los países que tienen un mercado desarrollado (Cfr. Bourdieu, 1999).

Se hace necesario, entonces, producir una descripción pormenorizada de los actores locales y regionales, información que sin dudas redundaría en favor de los propios actores, pero sobre todo posibilitaría la proyección de políticas públicas desde los diferentes niveles del Estado. Además, sería posible poner en escena una sistematización de acciones como instancias de formación y capacitación que permitan colaborar en la profesionalización de las tareas de los involucrados y en la captación de nuevos actores.

### 3 Naturaleza del proyecto

#### 3.1 Contexto

Alrededor de un objeto libro podemos reconocer una diversidad de actores, mas rápidamente a dos animadores fundantes, los que nombraremos como los dos extremos de una cadena: ellos son el autor y el lector. Estas dos figuras (casi dos enteiquias) podrían ser identificadas como “cualquiera” o bien como un “todos”. La generalización es por practicidad: sabemos, efectivamente, que no “todo el mundo” lee, y que nadie que no se lo proponga puede ser autor o autora de un texto a ser publicado. Sin embargo, un libro, en su naturaleza, no es otra cosa que un dispositivo portador de un texto potencialmente legible, y, a la vez, un taco de papel que alguien recoge para, al abrir sus páginas, introducirse a partir de un trabajo singular y personal, en un tejido de palabras portador de un mensaje o idea interpretable.

Para que ese libro esté en el mundo son necesarias una serie de tareas, a las que también podemos llamar mediaciones. Son muchas, algunas requieren trabajo intelectual, otras requieren de oficio práctico, sin perder de vista la necesidad de coordinar y administrar todos esos trabajos. La importancia de cada labor es correlativa a todo el trabajo. Alrededor de esa “cadena” se funda esta industria cultural: editores, librereros, traductores, correctores, ilustradores, diseñadores, administrativos, comerciales, corredores, distribuidores, periodistas, recomendadores, imprenteros, proveedores de insumos, bibliotecarios, coordinadores de talleres de lectura y sus talleristas, pero también contadores, servicios financieros, medios de comunicación y espacios culturales son algunos de los actores que en un primer repaso podemos reconocer como parte del campo. Sobre todos sobrevuela el Estado que, en sus tres niveles (local, provincial y nacional), reconoce el capital simbólico del libro y planifica políticas con más o menos efectividad, pero haciéndose cargo de la necesidad e importancia de su rol respecto al sector.

La ciudad de Rosario, que históricamente ha sido caracterizada como parte débil de una singular dependencia del tipo centro/periferia con Buenos Aires, ha sido el escenario en el que se constituyó en los últimos años (los primeros del siglo XXI) un espacio propicio para la aparición de una gran cantidad de proyectos editoriales. Han surgido editoriales, pero sobre todo editores de libros. Con sus posibilidades e implicancias, siguen apareciendo y desapareciendo sellos, como estrellas en el cielo; de la misma manera constelan. Lo que sí queda claro es que el oficio del editor,

protagónico por su multiplicidad y complejidad de roles, se ha perfilado con claridad en este campo, porque esas editoriales que aparecen y desaparecen suelen repetir los nombres de esas figuras.

Si bien el campo de la edición en Rosario puede aparentar estar desarticulado o ser intermitente, es posible reconocer todo tipo de asociaciones (o complicidades) que permiten visualizar su particular realidad, en una serie de relaciones que trascienden la figura del editor. A su vez, es posible reconocer políticas públicas dirigidas al sector que ponen de relevancia el valor que se le otorga a la producción de libros y a la lectura en la sociedad. Sin embargo, un relevamiento profundo sobre la industria del libro permitiría descubrir problemáticas concretas, de sustentabilidad (y a veces precariedad) de gran parte de los agentes mencionados.

Es un lugar común, en términos de políticas culturales, definir el campo según el contraste notable en la relación centro/periferia, como condición casi insalvable o un gran escollo a superar. Es que el campo de la edición, visto desde fuera del centro, se descubre en una relación de disparidad, o directamente de dependencia. En nuestro país, históricamente y aún hoy el 80% del mercado editorial se explica en lo que actualmente se llama el AMBA.

No sólo desde el punto de vista de la edición y comercialización de libros, sino a niveles mucho más complejos y condicionantes (como, por ejemplo, el caso de lo que suele llamarse “los medios de comunicación de alcance nacional”), el gran debate se tensa alrededor del concepto de “federalismo” y lo que se entiende por “federalización”. Se trata de una dependencia ineludible y difícil de sortear; siguiendo el ejemplo mencionado, los únicos mecanismos de difusión y de circulación nacional de este tipo de información (producción de libros, circulación de novedades, legitimación de las publicaciones) continúan siendo los medios porteños<sup>1</sup>, y el acceso a los mecanismos de difusión de la producción es una fuerte limitación para las editoriales de Rosario, un punto de partida en desventaja.

Dicho esto, todo es salvable, porque describiendo la problemática, las soluciones surgen solas: la aceptación de que hay un centro (¿el lugar de la producción?) y que en ese centro se consigue todo lo que necesitamos. Parece sencillo, y no es para nada costoso, aceptar que lo que se busca (la articulación de un campo) tiene una solución en tanto los actores que se ubiquen en la periferia participen esporádicamente de ese centro. Pero esto deja de lado la potencia intrínseca que pueda surgir como valor en el largo plazo, como producto de una construcción de una identidad en el perfil de las industrias culturales.

---

<sup>1</sup> Se puede hacer una salvedad: hay un grupo de medios en la ciudad de Córdoba de alcance nacional.

Pero si bien podemos mencionar desventajas referidas a la parte de la producción o materialización, que necesariamente se irradia desde un centro, vemos que también se reproduce en otras tareas como las de la difusión de esa producción, algo que en verdad condiciona la vida de ese objeto libro y la toma de decisiones de sus productores. A nivel del capital simbólico, es de notar que existen mecanismos de consagración y legitimación de autores (que también pueden ser apuntadas en muchos casos como operaciones de mercado, ya que muchas veces se habla de canon, de literatura nacional, y no se dice lo que en realidad se trata de “disponibilidad” y de una prescripción de poder sobre dónde deben estar los libros para que sean considerados por quienes manejan esos mecanismos). Es de notar que, en hitos precisos de la historia local, momentos de mayor producción cultural, la ciudad se queda sin la posibilidad de que los escritores, músicos, pintores (y podemos agregar casi cualquier disciplina artística) puedan expandir sus proyectos a un nivel nacional o internacional, de modo que ese trabajo tenga una redundancia a nivel económico que le permita no tener que distraerse en otro tipo de labores, y esto es por falta de desarrollo en medios de comunicación (que parecen ser solo repetidoras de señales, otra vez, del centro), o ausencia de mecanismos de consagración.

En pos de poner de relevancia esta problemática, algunos gestores culturales pensaron en el acercamiento como posibilidad de contagio: hace algunas semanas salió una nota en un medio de comunicación local que titulaba “Aluvión de escritores porteños en Rosario”<sup>2</sup> y describía una situación en la que varios escritores que publican sus libros en editoriales de Buenos Aires (no especifica si editoriales grandes, medianas o pequeñas) vendrían a Rosario para dar charlas, conferencias, talleres, conversaciones, dirigidas a un público de lectores (un público que, en la simultaneidad de las actividades, podía haber sido mucho más limitado). La acción concreta consistía (son ciclos de charlas que se presentan como anuales) en cruzar a escritores de Buenos Aires (el centro) con los de Rosario (¿periferia?) para que surja, por efecto, un cruce o una asociación (que no sería repetida luego en el ¿centro?).

La consagración como reconocimiento (que oscila entre la vanidad y la necesidad de visibilización de un producto en el que alguien ha invertido trabajo, tiempo y dinero) también es un mecanismo que pone en valor (o quita) y que fijaría (se atrevería a fijar) un nuevo centro.

---

<sup>2</sup> *La Capital*, 2 de junio de 2023. <https://www.lacapital.com.ar/la-ciudad/aluvion-escritores-portenos-rosario-n10068070.html>

Es necesario afirmar que, en la actualidad, Rosario no posee medios de difusión que puedan trascender las fronteras de la ciudad ni mecanismos de consagración y legitimación cultural que puedan proyectarse a nivel nacional, que colaboren en el impulso de las industrias culturales, de la inversión de los actores locales. Asimismo, puede decirse que en algún momento de la historia sí lo tuvo.

Desde el Estado, en gran medida, se “compra” esta idea y se la replica: si una comunidad es un gran público (al que hay que entretener), ofrecerle contenido, entonces, es más sencillo y rápido “traer” (o “traerle”) una “figura convocante” (“centro” atractivo), de la cual todos los demás actores sacarán provecho (y aparentemente deberán agradecer).

Pero el campo de la edición de libros es mucho más complejo. La necesidad de crear un observatorio debería dar cuenta de su problemática desde otro lugar. Como primera medida, entonces, haremos un *racconto* de los actores, qué roles ocupan y cuáles son sus tareas concretas.

### **Libreros:**

El librero vende libros, lo que es una tarea concreta. Pero, a diferencia de lo que se cree, no es tan sencillo. Las librerías de la ciudad de Rosario, que han crecido en número en los últimos 10 años, replican lo que a nivel internacional sucede con los lugares que han entrado en crisis desde el surgimiento de la virtualidad y la facilidad que otorgan los dispositivos digitales. Podemos definir a las librerías como espacios culturales: son lugares de encuentro, de intercambio. Esto se manifiesta de manera directa o indirecta: las librerías que han puesto cafeterías han entendido que un espacio rodeado de libros es un espacio propicio para estar, pasar el tiempo, incluso trabajar. Otro modelo de librerías, que han apostado a espacios más pequeños pero abarrotados de libros (¿reducción de costos?), han logrado un equilibrio económico que permite pensar en una cierta sustentabilidad del sector. Lo cierto es que el 90% de los libros que “saturan” esos espacios son libros que no han sido producidos ni concebidos en Rosario, ponen en valor de igual manera al campo, porque aportan ideas, porque introducen discusiones, dialogan con los libros que sí se producen en la ciudad, porque aportan y enriquecen a los lectores. De todos modos, podemos afirmar que en Rosario se venden cada vez más de los libros hechos en Rosario, y esa relación es improbable fuera de la ciudad.

Los libreros trabajan de manera directa con agentes distribuidores, otro agente fundamental de la cadena. El modo en que estos se relacionan es práctico y económico: los libros llegan a las librerías a modo de consignación (el dueño real del libro es el editor, que muchas veces es el mismo autor que se autopublica). En menor medida, cuando el librero considera que hay un libro que puede comercializar fácilmente porque accede de manera directa a un perfil de cliente concreto, puede comprar en firme los libros, recibiendo así un descuento mayor de parte del distribuidor, que signifique una mayor ganancia. Las ventas en firme simplifican también la gestión para los distribuidores y editores, ya que aceleran el flujo económico.

La relación de un librero con el distribuidor se basa en el mutuo conocimiento, es una relación profesional que implica la construcción de una confianza, una prueba de responsabilidad y cierta ambición comercial. El distribuidor entrega los libros al librero en consignación siempre que el otro demuestre su interés concreto en comercializar esos libros. Esto significa que cada vez que se abre una librería nueva, no recibe de manera automática una consignación de parte de los distribuidores; en esos casos los libreros deben comprar una cantidad de libros en firme (realizar una inversión inicial) y luego de varios pedidos de reposiciones, en la que prospera la relación a partir de la comunicación, el distribuidor entrega material en consignación (o sea, pagadero a la venta).

El material de consignación implica un trabajo prolijo de seguimiento, de reconocimiento del propio fondo, y de liquidaciones sistemáticas, que son el flujo natural de la cadena (es el dinero que el editor utilizará para su sostenimiento, para poder continuar el trabajo de edición de novedades).

El trabajo del librero como comerciante implica un conocimiento del material. El librero es un lector que sabe recomendar, que puede radiografiar a un cliente y encontrar rápidamente qué puede interesarle, que puede asociar un texto con otro, de modo que alguien que iba a llevar un libro pueda llevar dos, o tres. La tarea de la lectura es infinita, por eso son infinitas las bibliotecas y las librerías. Un buen librero logra una relación “entre lectores” con sus clientes.

El distribuidor también cubre un rol en esa sociedad: cuando un distribuidor le lleva un libro a un librero, suele darle una idea de qué tipo de libros tiene su catálogo, qué material se puede encontrar y qué puede esperarse de esos libros.

El distribuidor y el librero explican el 50% del PVP (Precio de Venta al Público). En Rosario el 50%; en Buenos Aires el 60%. Estos porcentajes incluyen la rentabilidad de ambos, librero y distribuidor, así como también gastos de transporte, de mantenimiento del punto de venta (si es un local, impuestos municipales, servicios de luz, cartelería, costos de mobiliario, etc.).

Ese desfasaje entre el percentil del modelo central y el periférico puede tener que ver con el abordaje de los costos y es determinante para el editor a la hora de poner precio al libro. Por supuesto, es materia de discusión para el observatorio.

### **Los distribuidores:**

El distribuidor es el “alivio” del editor, y el proveedor del librero. Aliviana, porque lo que sale de la imprenta es pesado y debe ser repartido. Es el nexo entre editor y librero, el correo de esa relación, el que lleva el material tangible, y lo coloca en el lugar en donde se va a comercializar.

Sus tareas, además de transportar el material (en Argentina, por lo general, en consignación, es decir, “a préstamo”), y llevar un control pormenorizado de la parte económica del asunto, pueden incluir también la de trazar un puente comunicativo entre las partes, comentando brevemente de qué tratan algunos de los libros ofrecidos. Un distribuidor, por lo general, no lleva el material de una sola editorial, sino de varios sellos a la vez; y el librero, que suele ser un conocedor del campo, sobre todo desde el punto de vista comercial, sabe perfectamente qué editoriales trabaja qué distribuidor. Es decir, hay una relación comercial, pero también hay un encuentro entre lectores.

El del distribuidor es un teléfono siempre atento, su eficiencia y velocidad pueden ser clave. Por esa razón, los editores derivan en el distribuidor estas tareas fundamentales: la presencia en librerías (el lugar natural del libro) no suele ser atendida por el editor, ya que sus tareas son producir libros, entablar relaciones con autores y profundizar en otros canales posibles de comercialización (por ejemplo, las ventas al Estado, por decir algo grande, o las presentaciones de libros y asistencia a ferias, por decir algo habitual).

El distribuidor suele atender un territorio, también define su perfil en ese alcance. Conoce el material que posee, conoce las editoriales (las propias y las de otros distribuidores), suele ser en sí mismo un intelectual que puede evaluar la calidad y potencialidad del producto (ese equilibrio entre lo simbólico y lo económico que no se le escapa al distribuidor). La definición de ese alcance es la

gran condición de un producto cultural, ya que, en un territorio pequeño, la relación es más corta y efectiva, pero en un territorio más amplio requiere de mayor stock (esto es, mayor inversión del editor), y mayor tiempo para la gestión económica (esto es, liquidaciones menos frecuentes para los editores).

Las relaciones con los libreros son definidas como relaciones de confianza, como la de los autores con los editores. Para un distribuidor, entregar en consignación un libro a un librero no es un acto gratuito; antes de que eso suceda tuvo que indagar sobre las intenciones, la forma de trabajo (si el vendedor es pro activo en la venta, si lleva un control de su stock, si liquida con frecuencia), en definitiva, sobre la fluidez de esa comunicación. Un cortocircuito puede condicionar esa relación, y el librero siempre está atento ya que gran parte del material ofrecido en su local es, por así decir, prestado.

El distribuidor suele tener un espacio de base, un depósito para el stock y centro de operaciones de sus gestiones. Sin embargo, si el lugar del librero es la librería, el lugar natural del distribuidor es la calle: el distribuidor es quien se mueve. En ese sentido, es posible contabilizar gastos de importancia en el trabajo del distribuidor, porque además de movilidad, requiere espacio de almacenamiento, que es, en definitiva, uno de los mayores costos en la industria del libro.

### **La imprenta:**

El imprentero fabrica el libro. Parece una operación sencilla, porque se trata de poner un archivo en una máquina que imprime (si adecuadamente se la alimenta de electricidad, papel, tinta y lo que el modo de impresión requiera como ayudante, es decir, agua si es offset, elementos tecnológicos si es láser), lo que luego se recopilará para ser pegado en el lomo (con cola vinílica), lo que terminará dando la forma de un libro, que será terminado con un corte de guillotina o refilado en sus extremos superior e inferior.

El oficio de la impresión suele ser concebido como un trabajo artesanal con una historia ancestral, tiene una tradición bellísima que es, en sí misma, la historia del libro. En el siglo XX el desarrollo de las tecnologías de impresión (que pueden pensarse a la par de la industria pesada, hasta la revolución informática) ha reformulado las tareas de manera radical: se pasó de los tipos móviles, la linotipia (fundamentalmente el grabado), a la impresión en offset, que es mucho más veloz y efectiva. En la actualidad, el auge de las tecnologías digitales trajo un nuevo modo de

impresión que economiza y mantiene la calidad de la terminación del objeto impreso, y también ha erradicado de las imprentas el ruido y la suciedad. Un libro, que antes se hacía en grandes tiradas, único modo de amortización de los insumos necesarios para la impresión, ahora puede ser fabricado en cantidades pequeñas lo que implica una inversión inicial mucho menor que la esperada.

Pero, como en muchos rubros de la industria nacional, la tecnología de impresión no es fabricada en el país, sino que se trata de inversiones importantes de dinero para la compra de maquinaria y su importación. Además, para la construcción de libros se requiere no solo la máquina impresora sino también otras herramientas que se utilizan para los procesos de terminaciones: la encoladora o encuadernadora, a veces una máquina de coser, las guillotinas, las máquinas laminadoras, las máquinas de corte o troqueladoras.

Si bien las máquinas necesarias son costosas, la mejora de la tecnología en la producción suele ser un aporte para la racionalización de los costos finales (es necesario pensar que, en la actualidad, en poco menos de un lustro una máquina queda desactualizada con la aparición de versiones nuevas mucho más competitivas). La imprenta se relaciona también con proveedores de insumos, tanto para la impresión como para el mantenimiento de esas máquinas (que, por ser costosas, requieren de un gran cuidado, algo que también debe ser calculado por el imprentero en la confección de cada presupuesto).

Los proveedores traen papel (sobre todo papel), tintas (tonner si se trata de máquinas láser, tintas en base de aceite si se trata de máquinas offset, que también requieren de chapas que son las copias maestras y que requieren de un paso más, que es un fotograbado de una emulsión), cola para pegar los libros, hilos para coserlos, y sin dudas muchos más insumos.

Los imprenteros son contratados por los editores de acuerdo a un presupuesto de trabajo. Los presupuestos se calculan en base a tres variables fundamentales, que son: formato del libro (medidas), cantidad de páginas y tirada. Hay variables secundarias que pueden ser consideradas (si las tapas son a color o en blanco y negro, si llevan solapas), y que muchas veces pueden pasar a ser variables fundamentales. Por ejemplo, si el interior del libro debe ser impreso a color, se multiplican los costos. Otra variable de aumento puede ser la elección de la materialidad del papel que se utilizará en la impresión de un libro.

En Argentina se fabrican pocos tipos de papel (básicamente papel obra); el resto de los papeles que hay a disposición para el mercado editorial son importados<sup>3</sup>. En la actual coyuntura política y económica, habría que consignar que junto a la escasez de papel<sup>4</sup>, particularmente en Argentina se ha dado un aumento desmedido del precio del papel: más de 350% en dos años, lo que habla de un mercado de *commodities* que excede los parámetros inflacionarios del resto de la economía.

En la actualidad, el desarrollo tecnológico ha puesto a las imprentas en una situación privilegiada en la cadena, con la nueva lógica del POD (*print on demand*), por el cual un libro es impreso por unidad, a partir del pedido puntual de un cliente. Se pone un archivo a disposición de una cadena de imprentas en el mundo, y a partir de un pedido puntual, se activa la impresora más cercana al punto de destino. De la misma manera, los editores solicitan tiradas cada vez más reducidas, al punto de que una imprenta quizás solo tenga que imprimir 30 ejemplares de un libro.

Cabría indagar si en las imprentas de Rosario que se dedican a la producción de libros inciden, y en qué medida, los costos de flete para los insumos en el costo final del producto. También podríamos preguntarnos si el servicio que brindan tiene alcance local, nacional o internacional.

### **Los editores:**

El editor es el primer lector de una obra. Este es también quien toma las decisiones fundamentales y el que cumple con las tareas para que un texto tome forma de libro. Es un ejecutivo y un pragmático, es lo que en su naturaleza entendemos como un gestor cultural: toma las riendas, interpreta el texto, interactúa con el autor, proyecta o imagina la forma del libro, corrige, diseña. El interés económico de un editor es interés de cuidado, es interés de equilibrio. Es retraído (su trabajo exige de una concentración absoluta), y es extrovertido (es un agente de relaciones públicas) a la vez. Suele ser simbolizado como un Jano bifronte, que mira a la vez el cuidado de la calidad de su

---

<sup>3</sup> Es válido destacar que los importadores de papel más relevantes son los mismos capitales que los de las fábricas de papel.

<sup>4</sup> En los últimos años existió una tendencia a nivel internacional a destinar cada vez más producción de papel a la fabricación de cartón para packaging para envíos para la comercialización digital, en desmedro de la producción de papel para impresión de libros.

**catálogo** y el **rédito económico** necesario para mantener a flote un proyecto (ecuación no siempre directa).

El editor, a la vez que lee, hace cuentas. Este no descuida el factor comercial, porque de eso depende la posibilidad de seguir haciendo libros, pero tampoco descuida la calidad de lo que edita, porque su capital funciona a nivel simbólico, es un reconocimiento que pesa en las relaciones sociales. Esa selección que hace un editor es un camino de lecturas, y lo representa para bien y para mal. El editor es el responsable de un catálogo, que puede definirse tanto por lo que contiene como por lo que ha descartado.

El editor es un mediador, en tanto es quien lleva la obra de un autor y se la ofrece a un lector. Es quien más mediaciones realiza a la hora de alumbrar un libro. El editor financia y vende y a la vez es un lector en relación con otros lectores. Muchas veces la apuesta de un editor es “si me ha servido a mí, puede servirles a varios más”, y ese mensaje, transmitido libro a libro, termina siendo, a la larga, reconocido por los lectores en un “si este libro está editado por x, aunque el autor sea un desconocido, seguramente va a gustarme”.

El primer trabajo del editor es con el autor. La fama de una pluma es su primera operación de marketing; participa de una lógica (quizás emparentada al sistema capitalista desde sus orígenes) de que un libro ya no es una obra, sino una parte de una obra de un autor. Los lectores suelen hablar de “literatura” diciendo apellidos, para representar un todo. Como contrapartida, al editor se le suele presentar la tarea de domar un ego desmedido (consecuencias naturales de la fama). El trabajo del editor con el autor suele ser de paridad, de igualdad; el editor trabaja tras bastidores, es el responsable de lo bueno y de lo malo que salga de una publicación: es el director técnico de un equipo que va a aceptar los errores y va a desresponsabilizarse del triunfo al decir que fueron los jugadores quienes ganaron el partido.

Por su parte, en ese “equipo del editor” participan jugadores importantísimos para el objetivo de editar un buen libro: correctores, diseñadores, traductores, ilustradores, suelen ser los más cercanos al editor. El trabajo es mancomunado, unos realizan tareas que otros deben reinterpretar, ajustar, colaborar. El corrector lee cada palabra que se va a imprimir, además de controlar el trabajo del diseñador. El diseñador pone en caja, maqueta las páginas del libro, le da la forma, elige la tipografía adecuada, la dispone en la página.

El diseñador, a su vez, es quien interpreta el texto para darle una imagen a la tapa (portada). En la tapa se juega el éxito de un libro; hacer una buena tapa es también interpretar los gustos de una comunidad, interpelar a través de la imagen el gusto, pero sobre todo es el mejor modo de invitar a la lectura. La tapa es un ingrediente fundamental en la operación que requiere un libro para que ingrese a un mercado.

Los traductores, por su parte, trabajan cuando un texto lo requiere, es decir, cuando se trata de publicar un texto que ha sido producido originalmente en otra lengua. Esto significa reescribir, es decir, es también un trabajo de autoría. Los traductores tienen rango de autores, aunque en la mayoría de las veces trabajan para el editor, o sea, hayan sido contratados por un editor para tal fin. Esto es visible en tanto que los traductores suelen aparecer mencionados en tapa y carátulas interiores del libro, a la par del autor.

Los traductores no son todos iguales. Hay quienes a través de sus trabajos han capitalizado un prestigio que hacen valer a la hora de elegir qué traducir, y cómo trabajar. Muchas veces encontramos traductores que no necesariamente son escritores (hablando de literatura), así como es habitual encontrar traductores identificados con el trabajo de la escritura y la interpretación, pero no necesariamente expertos infalibles de la lengua de origen.

#### **Otros agentes:**

Cuando un libro está impreso empieza su derrotero, su camino. Un editor sabe que el trabajo recién empieza ahí, con las cajas llenas de libros. Un autor sabe, también, que su trabajo ha concluido ahí, con el libro: ya no le pertenece. Probablemente tendrá que hacer otro trabajo, que ya no es meramente literario, y a la vez podrá dedicar sus obsesiones a escribir nuevamente, comenzar de nuevo en otro texto que el editor evaluará. Pero el editor espera que el autor tome las riendas de lo que no es lo estrictamente literario, que proponga la lectura de su libro a sus potenciales lectores. Los lectores quieren conocer al autor; el libro es el medio, en esos casos.

Que un libro circule requiere que algunas personas también se tomen el trabajo de darle espacio en diferentes lugares. Lo que puede parecer sencillo, no lo es tanto cuando se hace un cálculo de lo que se destina para darle visibilidad a una publicación. Los libros recomendados en los

medios de comunicación gráficos y radiales, por ejemplo, requieren de la predisposición de periodistas especializados en la materia, que conocen e interpelan con sus lecturas a todo el campo literario. Quizás escaseen los medios de comunicación, quizás no tengan un alcance plural y profundo, pero las lecturas de los especialistas son tan importantes que son hasta las más esperadas entre los autores.

Esas publicaciones en los medios son la recomendación necesaria para una lectura, una influencia.

Con el auge de las redes sociales, encontramos influenciadores de todo tipo, profesionales y amateurs, con o sin recorrido de lectura (en la lógica de las redes sociales no importa el profesionalismo sino la cantidad de seguidores). De la recomendación de un periodista especializado se espera que se refleje en mayor cantidad de personas interesadas en conseguir y leer el libro. No siempre se da linealmente esa ecuación, lo cierto es que tanto al editor le sirve la lectura del especialista, así como al lector siempre le es conveniente la recomendación. Es posible afirmar que las nuevas lógicas de la comunicación reformulan las prácticas de lectura, y actualmente un video de pocos segundos en redes sociales puede definir la suerte o destino de un libro, en función a la cantidad de lectores potenciales. Pero, al mismo tiempo, es posible afirmar que una inteligencia artificial no modificará la profundidad que puede alcanzar un texto en el juego literario. Dicho esto, es necesario mencionar el auge actual de cuentas en redes sociales de personas de todas las edades recomendando libros, algunos con muchos seguidores, otros con menos, pero con la misma dedicación: el fenómeno parece dispararse ante la necesidad de construcción de una máscara y una identidad inclinada hacia una virtual erudición, cuya contraparte es la respuesta o feedback de los ¿espectadores?, que, en definitiva, son los influenciados. En el mundo del libro, la influencia siempre ha sido una motivación para la lectura y la construcción de un propio recorrido; esta definición de la “influenciabilidad” del lector parece estar más visible que nunca.

Otro actor adyacente, otro mediador de lectura, otro “recomendador”, suele ser el bibliotecario. Esta es una figura que es lindante a la del archivista, pero a su vez es un gestor cultural por sí mismo, porque a su figura que contiene simbólicamente un recorrido y un saber, se le suma la llegada directa y real al lector.

### 3.2 Antecedentes

Lo que podemos visualizar ahora, desde otro foco, es que en el campo editorial aparecen actores que se relacionan con el objeto en sí de diferente manera. Por un lado, un bien tangible, un objeto materializado que es un bien cultural, que tiene una connotación positiva en sí mismo: el libro. Este es un objeto que presupone un trabajo: la lectura. Por otro lado, tenemos lo que el libro transporta, el mensaje, el texto, el capital simbólico que es intangible, que tiene que ver con la inserción del texto en una comunidad, la apreciación que de ese texto hacen diferentes agentes, las consecuencias que esa apreciación puede traer en la transacción del bien y las consecuencias que puede traer la circulación de ese texto más allá del objeto para el fortalecimiento o debilitamiento de una posición en una identidad cultural particular.

Al observatorio le compete poder evaluar el campo, poder describirlo, de modo que, desde el punto de vista de las potenciales políticas públicas, mejore las condiciones laborales y relacionales (más allá de la posición particular en el campo) a los actores en general.

Existen referencias de instituciones o centros de estudio que ya realizan tareas similares, de recopilación y sistematización de información que es utilizada para pensar en diferentes aspectos la edición de libros, en su complejidad. La Cámara Argentina del Libro fue una de las primeras instituciones a nivel nacional en recopilar y posteriormente difundir información sobre el mercado del libro en nuestro país. Desde su creación en 1938, la CAL nuclea a editores y libreros que creen en el fortalecimiento colectivo; desde entonces participa activamente en la política cultural del país, aportando la mirada desde el sector de la producción.

Desde la producción académica, nuestro observatorio se referencia en un centro de estudio que se dedica al relevamiento de datos del mercado del libro en Argentina (Centro de estudio y políticas públicas del Libro, UNSAM, <https://unsam.edu.ar/ceppl/>).

A su vez, existen programas, centros de estudio, carreras de grado y posgrados en edición en diferentes Universidades Nacionales (Especialización en Edición, UNLP <https://perio.unlp.edu.ar/posgrado/especializaciones/edicion/>, UNA Diplomatura en Artes del libro, UNA [https://una.edu.ar/diplomaturas/diplomatura-en-artes-del-libro\\_30947](https://una.edu.ar/diplomaturas/diplomatura-en-artes-del-libro_30947), entre otras).

A nivel local, si bien hay un registro de la existencia de una cámara de librerías de Rosario entre las décadas del 70 y 90 del siglo XX, no hay antecedentes recientes de recopilación de datos ni de sistematización de información respecto al sector. En la actualidad existen grupos en redes sociales que son utilizados para organizar una base desde la cual interactuar con gestiones políticas locales o provinciales. Los espacios de discusión se reducen a grupos de WhatsApp en los que se exponen dificultades o intervenciones sobre el campo y en los que se da una suerte de debate entre libreros y editores. Sin embargo, no hay una institucionalización de esos debates en el campo, más que como notas que circulan para ser firmadas por los actores adherentes. Es, claramente, la definición de un campo módico, abarcable, en el que la mayoría de los participantes emergen como referentes con el mismo tenor, lo que puede traducirse en que no hay perfiles indiscutibles o sobresalientes.

Se infiere que, a través de la comunicación en la organización de diferentes actividades como ferias y encuentros desde la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Rosario, existe una percepción de que hay en la ciudad una cantidad de editoriales (alrededor de 40) y librerías (más de 30). Estas últimas pueden ser agrupadas según su especificidad comercial (librerías con local a la calle que comercializan novedades, librerías virtuales que comercializan novedades, librerías con local que comercializan libros usados o de segunda mano, librerías virtuales que comercializan libros de segunda mano), o bien por su elección de nicho al que le destinan mayor atención (así como hay librerías que ofrecen material exclusivamente infantil, están por otro lado los libreros que se especializan en material de psicoanálisis, o de ciencias sociales, así como de derecho o de medicina).

Sin embargo, la comunicación entre los agentes del campo suele reducirse a acciones concretas ante necesidades puntuales, y el medio elegido para ese intercambio es a través de grupos de WhatsApp. Los editores de Rosario también han economizado la comunicación a intercambios en los grupos de la misma red social, en los que se manifiestan posturas, pero no se extienden en grandes debates. Posiblemente algunos editores se agrupen en pequeños subgrupos para acciones concretas. Sin embargo, un antecedente no muy lejano en el tiempo se vio reflejado en la organización de ferias autogestivas hechas sin ningún tipo de inversión económica y con mucha voluntad por parte de los editores, y que dieron inicio a un crecimiento constante de actividades alrededor del libro. Fruto de un primer relevamiento de editoriales pequeñas e independientes, hacia el 2010 se realizaron las primeras ferias FLIA (que replicaban una idea que se venía haciendo en Buenos Aires), de la que luego surgirían otras intervenciones, como, por ejemplo, La FER

(organizado por un grupo de editoriales con el apoyo municipal). Estas ferias eran organizadas desde un núcleo de pares que funcionaba de manera democrática y en asambleas en las que se distribuían roles precisos para avanzar en las acciones que concretaran un encuentro en un espacio público. La FLIA se montaba con tablonces y caballetes hechos con pallets, y por tratarse de lugares abiertos, no había limitaciones a los participantes. El concepto de modesto, pero no menos valioso, o de hacer mucho con poco, siempre se puso de relevancia. A su vez, el grupo organizador del evento mantenía un diálogo con los grupos que funcionaban a nivel nacional en las ciudades más grandes del país. La modalidad abierta de la organización nacional tuvo muy pronto la apertura al debate interno que fue transformando la letra A de la sigla en algo más que Autogestivo, y abarcó todo lo que dicha letra pudiera indicar.

La referencia temporal hacia el antecedente no es menor: la FLIA es anterior a la irrupción del WhatsApp. Toda la comunicación se hacía a través de correos electrónicos, y ese listado de correos de editores y librerías fue el que tomaron posteriormente las gestiones de la secretaría de cultura para la comunicación de organización de ferias.

Dicha herramienta fue crucial para la conformación de un primer mapeo del campo.

Por último, y no por eso menos importante, es necesario destacar la reciente aprobación de una ley provincial de mecenazgo<sup>5</sup>, inspirada en la ley existente en la provincia de Buenos Aires<sup>6</sup> y de cuyo programa también se replica en Capital Federal<sup>7</sup>, en la que empresas privadas pueden reemplazar sus aportes de ingresos brutos con aportes a emprendimientos culturales del sector privado que necesiten de la ayuda para realizar sus proyectos y no cuenten con el dinero necesario para poder llevarlo a cabo.

---

<sup>5</sup> Hay ley de mecenazgo para la promoción de las artes en Santa Fe. El Litoral, sábado 30 de noviembre de 2024. [https://www.ellitoral.com/politica/senadores-santa-fe-ley-incentivo-artes-mecenazgo\\_0\\_4ATqrh3AF5.html](https://www.ellitoral.com/politica/senadores-santa-fe-ley-incentivo-artes-mecenazgo_0_4ATqrh3AF5.html)

<sup>6</sup> La Ley 14904 <https://normas.gba.gob.ar/documentos/BO598hk0.html>

<sup>7</sup> Una definición de la ley de la ciudad de Buenos Aires es compartida en Museo Moderno: <https://museomoderno.org/ley-de-mecenazgo/>



La 6ta FLIA de Rosario se hizo en el Parque junto al río Paraná el 30 y 31 de marzo de 2013 tuvo una gran convocatoria de público.



La FLIA se reinventó con La FER, en la que se resignó lo “autogestivo” por un apoyo del municipio en la organización

Otra perspectiva a analizar surge desde el lado de la gestión política de la cultura: existen una serie de legislaciones que intervienen sobre el sector del libro en diferentes niveles, y que interpelan

todavía al sector, ya que son experiencias que están vigentes o que se pusieron en marcha para la promoción y el fomento del libro.

Más allá de los tratados internacionales que a lo largo de los últimos siglos han entrado en vigor, dando una pauta a las naciones de cómo legislar, por ejemplo, la propiedad intelectual y los derechos de los autores, han surgido con diferentes resultados políticas de difusión del libro y la lectura. Un ejemplo es la declaración de la capital mundial del libro que otorga la Unesco y que dura 1 año para cada ciudad elegida. Rosario estuvo nominada pero aún no ha podido acceder al beneficio que conlleva dicha actividad.

Pero sí debemos mencionar un antecedente que tuvo importantes frutos en la ciudad de Rosario, de la mano de la organización del Congreso de la Lengua Española que organiza la Real Academia Española (y que tiene como objetivo, sobre todo, ser el resguardo de la lengua española como patrimonio intangible) y el Instituto Cervantes (institución de España que aboga por la difusión de la lengua y la cultura a nivel internacional) en el año 2004. En esos días la ciudad recibió la visita de una incontable cantidad de escritores, intelectuales y figuras del mundo del libro, lo que trajo aparejado un “despertar literario” muy intenso en la población, ya que se tomó como eje de la agenda de cultura municipal.



El escritor Roberto Fontanarrosa recibe las felicitaciones tras su intervención en el Congreso de la lengua española.

A su vez, con la gestión de Hermes Binner, referente del partido socialista, en el gobierno de la provincia de Santa Fe (2007-2011), y con el impulso de la jerarquización de la Secretaría de Cultura transformada en Ministerio de Innovación y Cultura a cargo de María de los Ángeles “Chiqui” González, hubo una formalización de políticas de apoyo y fomento a la edición de libros que tuvieron continuidad hasta la actualidad. Lo que en un primer momento se llamó Espacio Santafesino (que es un programa más amplio de apoyo a diversos sectores de las industrias culturales), se destinó anualmente fondos que a través de concursos con jurados de prestigio se entregaron en modalidad de subsidios a agentes de toda la provincia. Esos fondos no salían del presupuesto provincial sino de una ley por la que se destina el 10% de la recaudación de la lotería de la provincia de Santa Fe (que tiene el famoso Quini 6) para la producción cultural. Si bien la ley 8269 es anterior a estas gestiones (es de 1973), el reparto de los fondos destinados a cultura, no eran concursados anteriormente.

Por otra parte, hemos relevado en la provincia de Córdoba una política referida al sector del libro, la ley 10246 Programa de estímulo a las ediciones literarias cordobesas (rubricado en diciembre de 2014), que obliga al gobierno de Córdoba a comprar de manera directa un mínimo de ejemplares a todas las editoriales de esta provincia que cada año se inscriban en un registro de editoriales. Por su parte, esos ejemplares comprados son distribuidos en bibliotecas populares de toda la provincia que a su vez también deben reinscribirse en un registro de bibliotecas, de modo que se releva y se cruza una información fundamental del mundo del libro para conformar una política pública. Esta ley fue exitosa porque, además de poner en igualdad de condiciones a todas las editoriales frente al Estado (todos recibieron el mismo monto por la compra de la cantidad de ejemplares que correspondieran a ese valor), le permitió al gobierno tener información directa sobre un sector económico y de producción cultural relevante.

A nivel nacional se han rastreado diferentes políticas que han puesto el foco en el libro, impulsadas la mayoría desde los Ministerios de Cultura y de Educación. El Plan Nacional de Lecturas consistió en la compra directa de una gran cantidad de ejemplares por parte del Ministerio de Educación de la Nación, libros que fueron a su vez distribuidos en bibliotecas de las escuelas a lo largo de todo el país. Para la selección de la compra de dicho material se conforma oportunamente un consejo federal, con representantes calificados de todas las provincias.

“El Plan Nacional de Lectura fue de las primeras medidas de la democracia recuperada, una política implementada por el gobierno del Dr. Raúl Alfonsín a cargo de la historiadora Hebe Clementi en el Ministerio de Cultura porque, como ella misma expresó alguna vez: “se tenía la conciencia de las consecuencias devastadoras que una dictadura afecta a quemar libros y bibliotecas habría de tener para la relación entre los argentinos y la práctica lectora”. Autores y especialistas comenzaron a circular por el país encontrándose con docentes y estudiantes en talleres ocasionales.

Ese Plan se interrumpió entre 1989 y 2001, cuando se retomó la iniciativa, esta vez en el Ministerio de Educación de la Nación. En 2009 se estableció formalmente su existencia con la Resolución N° 1044/08, con la unificación de los que hasta ese momento habían sido el Plan y la Campaña Nacional de Lectura (que hacía intervenciones masivas en espacios públicos).

Desde entonces y hasta 2015 más de un centenar de autores (escritores, ilustradores, artistas) y especialistas han trabajado con el Plan Nacional de Lectura en encuentros con estudiantes y docentes. En esos años, además, se publicaron y distribuyeron 40.000.000 de ejemplares de cuentos y poemas y más de 15.000.000 de libros literarios en todas las escuelas del país y en otros espacios”<sup>8</sup>.

Por otra parte, el MICA (Mercado de Industrias Culturales Argentinas) ameritó la refundación del Ministerio de Cultura durante el segundo mandato de Cristina Kirchner. En ese marco en el que el sector del libro y la edición tuvo rondas de negocios, capacitaciones y pequeñas ferias que servían para mostrar la producción.

“El Mercado de Industrias Culturales Argentinas, MICA, es un programa que funciona como nexo entre los sectores público y privado a través de acciones con los productores referentes y/o emergentes de las industrias culturales argentinas con el fin de fortalecer su visibilidad, profesionalismo y capacidad exportadora.

---

<sup>8</sup> Información extraída del portal de Plan Nacional de Lectoras, Historial [https://planlectura.educ.ar/?page\\_id=324](https://planlectura.educ.ar/?page_id=324)

Desde 2011, su objetivo es potenciar la producción, visibilizar las industrias culturales, generar empleos de calidad y promover la comercialización de productos y servicios, y fortalecer los sectores de las industrias culturales argentinas a nivel nacional e internacional”<sup>9</sup>.

Con singular éxito y mayor trayectoria es el programa Libro % de CONABIP<sup>10</sup>. La Comisión Nacional de Bibliotecas Populares se creó en el año 1870 con la Ley N°419 durante el gobierno de Sarmiento, con el objetivo de fomentar la creación y el desarrollo de bibliotecas populares en todo el territorio nacional. Por su parte, la Feria del Libro de Buenos Aires es el evento más importante del libro de habla hispana en el hemisferio sur. Esta feria se realiza cada año hacia finales del mes de abril y dura 21 días, está organizada por la Fundación El Libro (Entidad civil sin fines de lucro constituida por la Sociedad Argentina de Escritores, la Cámara Argentina del Libro, la Cámara Argentina de Publicaciones, el Sector de Libros y Revistas de la Cámara Española de Comercio, la Federación Argentina de la Industria Gráfica y Afines, y la Federación Argentina de Librerías, Papelerías y Afines). En el marco de esta feria, se destinan dos días, un fin de semana, para la venta directa de libros con el 50% de descuento para los representantes de las Bibliotecas Populares de todo el país que estén inscriptas en CONABIP (es decir, que reciban a su vez los beneficios de dicha participación). De esta manera se abastecen las bibliotecas populares con novedades y libros que sus lectores solicitan. Gracias a esta fundamental política, en la que también intervienen diferentes niveles del Estado con el otorgamiento de subsidios y ayudas para que los bibliotecarios puedan viajar y comprar, es que se pueden conseguir libros nuevos en las bibliotecas de todo el territorio nacional.

Todas estas políticas no serían posibles sin las dos leyes que estructuran el mercado del libro en Argentina: la ley 11.723, del régimen legal de la propiedad intelectual (publicada en el Boletín Oficial el 30 de septiembre de 1933), y la Ley 25.542 de regulación de la actividad librera (sancionada agónicamente el 27 de noviembre de 2001). Esta última es una ley que protege la bibliodiversidad estableciendo un precio único para un libro en todo el territorio nacional (esta ley se referencia en la ley francesa 81-766, llamada Ley Lang de 1981, que se replicó luego en muchos países europeos;

---

<sup>9</sup> Fragmento de presentación en el portal de MICA, <https://mica.gob.ar/que-es-mica>

<sup>10</sup> El programa ya tiene la preinscripción abierta para el año 2025: <https://www.conabip.gob.ar/content/ya-est%C3%A1-abierta-la-preinscripci%C3%B3n-al-programa-libro-2025#overlay-context=>

esta ley propone un acuerdo de precio fijo, o mínimo, para el libro en todo el territorio de una nación), permitiendo que no se establezcan competencias desleales en el comercio de libros. Esta ley estuvo amenazada de ser derogada durante el 2024 durante el debate de la ley ómnibus del gobierno de Milei, quien desde una visión liberal interpreta que las regulaciones del mercado impiden el crecimiento económico, sin atender que un mercado concentrado y tecnificado empobrece la diversidad de la oferta. Cabe destacar que en los países en los que esta legislación fue derogada (como en Gran Bretaña en 1997), se notó un empobrecimiento del mercado editorial con mayores tiradas de menos cantidad de títulos elegidos no por su calidad sino por su potencial de ventas (en una ejemplar prescripción de lectura), y con el cierre de pequeñas librerías en favor de la concentración del mercado de comercios de grandes superficies (supermercados) que ofrecen mejores descuentos (eliminando al librero, que es considerado un mediador eficaz y valioso, un lector erudito, un personaje incómodo para las sociedades de confort).

### **3.3 Marco institucional**

Un espacio de recopilación y sistematización de información de estas características puede enmarcarse dentro de la Universidad Pública, en donde ya hay centros de estudio y observatorios en otras disciplinas. Es un aporte más que la Universidad hace para repensar y reformular las articulaciones culturales propias de una sociedad como la de la ciudad de Rosario.

El Centro de Estudios Interdisciplinarios (CEI) es un espacio ideal para desarrollar el proyecto ya que se concibe desde la trama que surge de todas las disciplinas que abarca la Universidad Nacional de Rosario. Si pensamos qué tiene para aportar la ingeniería y la medicina al mundo del libro, por no decir la economía o la psicología, siempre encontraremos una idea que reformule una posibilidad.

### **3.4 Justificación**

En el contexto actual en el que el sector de la producción nacional de libros es equiparado a cualquier otra industria alimenticia o de producción de bienes de interés masivo, poniendo en cuestión el rol del Estado y la pertinencia o no de regulaciones y de políticas públicas definidas para

el sector, es necesario poder recopilar datos ciertos para explicar por qué la producción de libros representa a nivel económico una de las industrias culturales más relevantes a nivel mundial y que involucra directa o indirectamente a miles de personas a nivel local (el número es tan impreciso como la cantidad de personas que creen que deben escribir su propia historia de vida). Es preciso visualizar en qué medida hay decisiones macroeconómicas que afectan a este campo cultural.

El libro es un objeto que carga sobre sí una connotación positiva para toda la sociedad. La comercialización de libros, a nivel mundial, es un negocio de baja rentabilidad económica pero que concentra un capital simbólico relevante, “legitimador” podría decirse, que resulta tentador en gran medida para las personas que se dedican a otros rubros o mercados. Esto se ve reflejado en el hecho de que los propietarios actuales de los grandes grupos editoriales internacionales no pertenecen originalmente al campo del libro y la edición.

## **4 Finalidad, Objetivos, Metas**

### **Propósito general**

Describir la conformación y el estado actual de la industria cultural del libro en Rosario y la región.

### **Objetivo principal**

Crear un dispositivo que recopile y sistematice información cualitativa y cuantitativa sobre la industria cultural del libro en Rosario.

### **Objetivos específicos**

- Describir las características de la industria cultural; dar cuenta de la complejidad de sus actores principales, secundarios y de reparto.
- Recopilar datos sobre los actores del campo de la edición.
- Interpretar la particularidad y la complejidad del ecosistema del libro.
- Valorar las relaciones entre el campo local y el campo nacional.
- Evaluar la influencia de las políticas públicas sobre el sector.
- Recabar información en relación a la cadena de valor.
- Proponer políticas culturales efectivas para el sector del libro.

## 5 Beneficiarios

La información procesada desde el observatorio puede ser muy útil para la toma de decisiones tanto en lo referido a inversiones económicas como en los aspectos relacionales dentro del campo; pero, sobre todo, a la hora de planificar políticas culturales en el cruce tan enriquecedor que se da entre lo público y lo privado.

Un emprendedor que quiere abrir una nueva librería, un editor que se propone comenzar un nuevo catálogo de libros, otro editor que quiere brindar servicios de edición, un imprentero que quiere ampliar su oferta de servicios, un autor que quiere publicar sus obras, estos son algunos de las personas que pueden ser beneficiadas con los datos del observatorio. Así como también un gobierno municipal, provincial o nacional que necesite una foto para planificar políticas concretas para el sector del libro.

La información que puede recopilarse, bien leída, puede servir para el acercamiento entre actores del campo, propiciando nuevas asociaciones, economizando esfuerzos, trasladando experiencias que sirvan para evitar la repetición de errores, tendiendo a la profesionalización de los participantes.

Y las instituciones, al vincularse con el campo con un conocimiento más detallado, podría proponer un apoyo concreto que produzca el aprovechamiento máximo y virtuoso de una inversión económica; esto solo puede redundar en un mejoramiento de la imagen del campo político cultural.

En definitiva, al mismo tiempo que se buscará poner en igualdad de condiciones a los actores del campo del libro en la región, se intentará potenciar las decisiones y las acciones de estos actores en una proyección nacional y latinoamericana.

También el beneficio será para los referentes del Estado con poder de decisión de políticas culturales, que podrán acceder a información pormenorizada y poner en valor el campo en cuestión.

## 6 Localización y cobertura espacial

El Observatorio estará localizado en el Centro de Estudios Interdisciplinarios de la Universidad Nacional de Rosario (<https://unr.edu.ar/observatorios-cei/>)

Es estratégica la pertenencia del Observatorio al ámbito de la Universidad, ya que lo que se plantea es un análisis de un objeto cultural, su injerencia en el tejido social y las políticas que el Estado interpreta como beneficios para el conjunto social.

El recorte de OLER será la ciudad de Rosario, Santa Fe. Esta ciudad tiene una superficie de 180 km<sup>2</sup> y una población de más de 1 millón 200 mil habitantes, lo que la pone como tercera ciudad del país (luego de Córdoba).

La cercanía de 300 km de la Capital Federal hace que el flujo de la conexión sea intenso. Esta relación de centro / periferia suele ser un condicionante que estimula el desarrollo cultural, pero a la vez lo limita.

Una de las líneas a prestar atención desde el OLER es el modo en que Rosario se constituye como centro respecto de las poblaciones aledañas. Podemos definir como región de Rosario a toda la zona de influencia, es decir, un radio de 150 km a la redonda. La presencia del puerto de Rosario es gravitacional en la relación con el resto de las poblaciones del sur y oeste de la provincia de Santa Fe, así como el este de la provincia de Córdoba, el oeste de la provincia de Entre Ríos, y el norte de la provincia de Buenos Aires. También es una fuerte influencia la presencia de la Universidad Nacional de Rosario, institución de prestigio internacional que es una referencia en toda la región.

## 7 Estructura organizativa y recursos humanos

El observatorio estará constituido por un **equipo técnico** y un **consejo asesor**.

El **equipo técnico** estará formado por una persona en el rol de coordinadora, una persona en el rol de ordenadora (secretaría técnica). El equipo técnico es el encargado de ejecutar las acciones previstas, organizadamente. De los resultados de las acciones concretas, deberá también formalizar las comunicaciones correspondientes. Eventualmente, para las acciones concretas, se requerirá de la ayuda de asistentes técnicos.

El **consejo asesor** es el encargado de estimar la conveniencia de una acción, velar por la correcta ejecución y procesar la información recabada con el objetivo de que sea útil. Este consejo deberá estar formado por referentes de los diferentes agentes de toda la cadena, en lo posible dos editores, uno o dos librereros o distribuidores, uno o dos impresores, un periodista cultural.

Integrarán al consejo asesor algunos profesionales de la Universidad como economistas, contadores, abogados y gestores culturales.

## 8 Actividades y determinación de plazos y cronograma

### Metodología

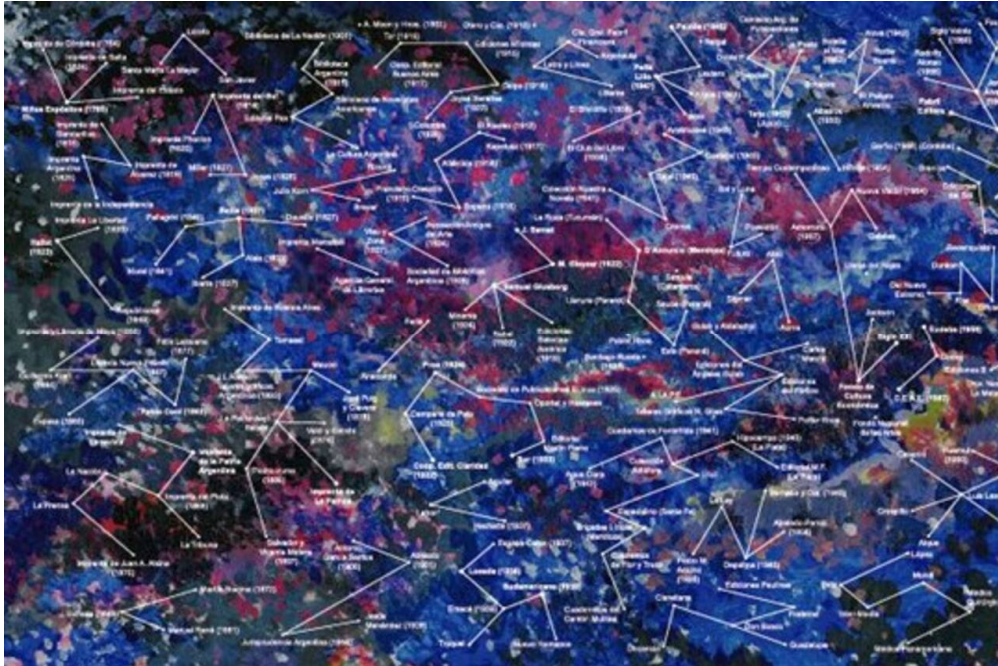
Las herramientas metodológicas serán el **relevamiento por mapeo, encuestas, entrevistas**. También se propiciará la generación de un archivo técnico que dé cuenta de los relevamientos (archivos visuales, sonoros y textuales).

En una primera instancia, el **mapeo del campo** incluirá la mayor cantidad de agentes posibles. El mapeo incluye un registro, un relevamiento de agentes existentes. No es algo fijo, sino una imagen que puede retocarse año a año<sup>11</sup>. Este mapeo será unidireccional, es decir, un mapa que estará intervenido solamente desde el observatorio y en el que aparecerán la mayor cantidad de personas y empresas vinculadas al sector del libro en Rosario (por avance, ver ANEXO). No diferenciaremos si los involucrados tienen el trabajo con el libro como trabajo principal de su economía personal o si es un trabajo secundario. En principio, se consignarán las empresas editoriales, las imprentas que imprimen libros (que no son todas), las librerías, las distribuidoras. En segundo lugar, se mapearán a las personas que tienen interés en el mundo del libro como ilustradores, traductores, diseñadores y demás oficios, incluyendo sobre todo a los agentes que realizan trabajos free lance.

---

<sup>11</sup> Un mapeo de editoriales de la provincia de Santa Fe fue realizado en 2018, puede tomarse como modelo para mejorar y ampliar.

<https://drive.google.com/open?id=1Qtuuk3EcrUdpNgzNEz52Otp7OWc&usp=sharing>



Un mapa de constelaciones de las editoriales independientes argentinas fue realizado y expuesto en el Museo del Libro y la Lectura, que se encuentra junto a la Biblioteca Nacional Mariano Moreno en Buenos Aires

En segunda instancia, se realizará una **encuesta** detallada a los agentes. Las encuestas estarán dirigidas a perfilar acciones concretas como, por ejemplo, la ductilidad de los editores en participar de las convocatorias a programas nacionales, provinciales o locales (verbigracia, libro % de CONABIP), o bien, la previsión, el accionar y posicionamiento de las imprentas respecto a los constantes aumentos de precios. Las encuestas tenderán a responder también una serie de preguntas básicas y concretas, que permitan posicionar a cada editorial en el mapa de relaciones.

Una tercera instancia estará focalizada en **entrevistas** puntuales a referentes de los diferentes sectores, para recopilación de información sutil sobre experiencias puntuales. A diferencia de la encuesta, que busca retener y procesar información en base a la mayor cantidad de respuestas a las mismas preguntas, la entrevista busca profundizar sobre las experiencias, a través de la repregunta, lo que puede servir para recopilar errores y aciertos en decisiones que suelen tomarse intuitivamente.

Las encuestas serán formularios que circularán de manera virtual y se podrán responder en presencia o ausencia del encuestador, según la voluntad del encuestado.

Las entrevistas serán grabadas en audio y requerirán de por lo menos 2 reuniones de 2 horas cada una con cada entrevistado. En la primera reunión se abordará un recorrido cronológico del

entrevistado, intentando contextualizar sus experiencias en el momento y lugar en que fueron ocurriendo, focalizando en asuntos puntuales que lo llevaron a tomas de decisiones. La segunda entrevista dará lugar a repreguntar y volver sobre asuntos que se hayan sospechado en la primera reunión, intentando cambiar el tono y las justificaciones usuales de los casos. Las segundas entrevistas suelen ser buenas para rescatar figuras y actores específicos que en la primera pueden haber sido omitidas.

La instancia final será dedicada a las conclusiones luego de la sistematización de la información, para una posterior mediación entre los agentes y el sector público. La reconstitución de un diálogo que apunte a una construcción colectiva supone de parte del observatorio la visibilización de las conclusiones y la propuesta de acciones concretas que fortalezcan al sector.

## **Cuestiones a abordar en encuestas y entrevistas:**

### **A imprenteros**

Qué cantidad de libros se producen anualmente.

Cuántos títulos lanzan anualmente las editoriales de Rosario (y la región), cuántos corresponden a editoriales y cuántos a autores particulares.

Qué tipo de libros puede producir una imprenta (libros de textos, libros ilustrados)

Qué prácticas puede profesionalizar un impresor

### **A librereros**

Qué cantidad se comercializa efectivamente

Qué temáticas y géneros son abordados por cada librería

Quiénes son los consumidores de este tipo de productos culturales

Qué porcentaje de facturación de una librería de Rosario corresponde a la venta de libros de Rosario

Qué repercusión puede medirse respecto a la venta de un libro recomendado por una reseña en un medio de comunicación (local y nacional)

Qué preponderancia tienen los títulos editados en Rosario en una librería (lugares espaciales que puede ocupar)

Han recibido compras de parte del Estado (en qué año, por qué montos)

Por qué serían viables modelos de editorial librería

Qué prácticas son netamente de un editor o cuáles son de un librero y qué practicas pueden tener ambos en común

## **A editores**

Qué cantidad de libros se producen anualmente.

Cuántos títulos lanzan anualmente las editoriales de Rosario (y la región), cuántos corresponden a editoriales y cuántos a autores particulares.

Qué cantidad se comercializa efectivamente

A través de qué medios se comercializan mayoritariamente (librerías, ferias, venta directa, venta on line, presentaciones, etc.)

Qué temáticas y géneros son abordados por cada editorial

Quiénes son los consumidores de este tipo de productos culturales

Cómo se difunde la producción, qué efectividad tiene

Cuáles son las decisiones editoriales resultado de las experiencias particulares

Cuántas reseñas sobre libros de Rosario aparecen en los medios de comunicación anualmente, cuántas de esas reseñas son en medios de tirada regional y cuántos en medios de alcance nacional.

Qué repercusión puede medirse respecto a la venta de un libro recomendado por una reseña en un medio de comunicación (local y nacional)

Cuántos autores radicados en Rosario trabajan con editoriales de otras ciudades (Bs As, La Plata, Córdoba).

Qué razones empujan a un autor a buscar un editor fuera de la ciudad

Qué practicas realiza un editor y cómo pueden ser comparadas con las prácticas de editores de otras ciudades, con otras formaciones (profesionales)

Qué prácticas puede profesionalizar un editor.

Qué relevancia tienen los libros en las cuentas de redes sociales de las librerías locales y nacionales

Qué tipo de acuerdos o alianzas puede generarse para un resultado virtuoso entre actores del sector

Cómo pueden aportar los actores del sector a la organización de eventos masivos de venta de libros

Qué prácticas son netamente de un editor o cuáles son de un librero y qué practicas pueden tener ambos en común

Por qué serían viables modelos de editorial librería

Qué subsidios han recibido y en concepto de qué valores

Han recibido compras de parte del Estado (en qué año, por qué montos)

### **Otras cuestiones macroscópicas**

Qué cantidad de dinero se mueve alrededor del sector del libro en Rosario y la región

Cuánto dinero está destinado a imprenta

Cuánto dinero está destinado a producción

Cuánto dinero a los autores

Cuál es la facturación anual aproximada de una librería

Describir las diferentes realidades de las librerías

Cómo se compone un PVP

Qué representa para la cultura local, para la identidad cultural, para la percepción de lo que el Estado debe hacer alrededor de la idea de cultura

Cuánto dinero destina el Estado local anualmente para el desarrollo de la IC

Y el provincial

Y el nacional

En qué modalidades se vierten las inversiones del estado en el desarrollo de la IC

Subsidios, becas, compra de ejemplares

Cómo intervienen las bibliotecas populares en la sociedad

Qué servicios brindan, además del préstamo de libros

Cómo deciden sus compras las bibliotecas, por reseñas, por recomendaciones, por pedidos de lectores

Qué cantidad de ejemplares fabricados en Rosario compran las bibliotecas de Rosario

### **Memoria**

Qué instituciones conservan el acervo bibliográfico de la ciudad

Definir acervo bibliográfico

Qué instituciones tienen un relato histórico de la edición en Rosario

## Posibles entrevistas

El criterio de selección de informantes viene dado por el recorrido profesional de los postulados en el ámbito de los libros en Rosario. Intentamos abarcar el mayor universo posible, pero valorando sobre todo los años de experiencia en el mercado y el conocimiento del campo.

### Informantes:

Oscar Villarruel (es imprentero especializado en libros y cuenta con más de 50 años en el rubro, está al frente de talleres gráficos Fervil, una de las imprentas más demandadas por los editores de Rosario)

Perico Pérez (es editor y librero con más de 40 años de experiencia, uno de los gerentes de Homo Sapiens, miembro de Cámara Argentina del Libro)

Carolina Musa (editora y escritora, responsable en Libros Silvestres, editorial de libros infantiles con inserción internacional)

Federico Ferroggiaro (escritor y editor, autor de una tesis de maestría sobre literatura de rosario y compilador de Rosario se lee de Casagrande editorial)

Nadia Amalevi (ex directora de UNR editora, concejala de Rosario, integrante de la comisión de cultura del concejo municipal)

Jorge Jacobi (investigador del CONICET, su tesis doctoral aborda el tema de historia de la edición de libros en la región centro)

Eduardo D'Anna (escritor, autor de tres libros sobre la Historia de la literatura de Rosario y de la prov. de Santa Fe)

Rubén Chababo (Prof. en Letras, Director en HyA ediciones)

Darío Maionara (Prof. en Letras, ex Rector de UNR, director del Centro Estudios Interdisciplinarios)

Federico Valentini (secretario de cultura, responsable del desarrollo de las industrias culturales de Rosario en los últimos 10 años de gestión)

Marina Mesanich (Lic. en Letras, Coordinadora del mapeo del libro en Rosario, de Secretaría de Cultura municipal)

Quique Rey (Lic. en Ciencia Política, librero, uno de los responsables de librería Paradoxa)

Germán Armando (librero, responsable de El juguete rabioso)

Germán Abbet (librero, El halcón maltés)

Marcos Buchin (es librero en Buchin libros)

Julia Ossanna (es distribuidora de libros)

Carlos Gazzera (Director de la editorial Eduvim, de la Universidad Nacional de Villa María, presidente de la REUN de 2011 a 2015, impulsor de la profesionalización de las editoriales universitarias)

Eugenia Arpesella (es periodista cultural, especializada en reseñas de libros de Rosario para diferentes medios locales en los últimos 10 años)

Alejandro Dujovne (es sociólogo e investigador de CONICET, su tema es la Historia del libro en Argentina, responsable del Centro de Estudios del Libro en UNSAM, uno de los creadores del Programa SUR de la Cancillería Argentina)

## **9 Evaluación del proyecto**

Se proponen dos instancias de evaluación:

La primera instancia se enfocará en la pertinencia en la conformación del equipo del Observatorio. El objetivo es contar con interlocutores propios que puedan atravesar el proyecto integralmente. Se evaluará la capacidad de trabajo, el conocimiento del campo y de los actores, el interés en profundizar en las tareas de planificación.

Una segunda instancia en la que se evalúan el alcance de los objetivos, puntualmente en la actualización de propuestas concretas para políticas públicas en pos del fortalecimiento del sector. Concretamente, se tomarán como referencias las planificaciones motorizadas desde el Observatorio para medir los alcances y consecuencias esperadas, así como las consecuencias positivas fortuitas.

Otros niveles de evaluación se plantearán en etapas intermedias, buscando ajustar criterios en los sucesivos procesos a seguir en el desarrollo de los trabajos. Luego de cada entrevista, se retendrán las dinámicas buscadas, el aprovechamiento de los registros, la manipulación del archivo general. El procesamiento de la encuesta también deberá ser evaluado oportunamente.

## **10 presupuesto**

- 1 presentación de encuestas
- 2 desarrollo de entrevistas
- 3 elaboración de conclusiones
- 4 comunicación de relevamiento

El equipo técnico requiere de movilidad para desarrollar sus actividades

Para los ítems 1 y 2 se requerirá de x semanas, dinero para movilidad y salarios para encuestadores y entrevistadores.

Para el ítem 3 se requiere de 2 meses de trabajo de recopilación, ordenamiento y elaboración de un texto

Para el ítem 4 se quiere de mecanismos de comunicación: un acto de presentación formal, el diseño de una página web, la difusión de la web y su mantenimiento. Eso requiere de \$

## 11 Bibliografía

- Altamirano, Carlos, compilador (2008) *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires.
- Botto, Malena (2014) “1990-2010. Concentración, polarización y después” en De Diego, José Luis (director): *Editores y políticas editoriales en Argentina, (1880-2010)*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Bourdieu, Pierre (1999). “Una revolución conservadora en la edición”, en *Intelectuales, política y poder*, Eudeba, Buenos Aires.
- de Diego, José Luis. (2015). «Concentración económica, nuevos editores, nuevos agentes. Fichas para una investigación». En *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*. Ampersand, Buenos Aires.
- Dujovne, Alejandro (2019). “Gutenberg atiende en Buenos Aires. La edición universitaria ante la concentración geográfica del mercado editorial argentino” *Cuaderno 85 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Buenos Aires.
- García Canclini, Néstor (1987): *Políticas culturales en América Latina*, México, D.F., Grijalbo
- Heredia, Pablo. (2012). “Propuestas para un estudio de las operaciones políticas de regionalización cultural en la literatura argentina”. En *La Literatura del Noroeste Argentino. Reflexiones e investigaciones*, San Salvador de Jujuy: EdiUnju, 19-34.  
<https://issuu.com/lucasperassi/docs/literatura-del-noroeste-argentino-v> (2 de julio de 2019).
- Jacobi, Jorge (2019). *Las asimetrías del campo cultural en Argentina y el desarrollo regional del mercado editorial*. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Malumian, Víctor, López Winnie, (2016), *Independientes, ¿de qué?*, México, Fondo de cultura económica (FCE).
- Martinell, Alfons (1999) “Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural”, en *Revista Ibero Americana de Educación*, N° 20.
- Olmos, Héctor Ariel, *Cultura: el sentido del desarrollo*, Toluca, México, CONACULTA/Instituto Mexiquense de Cultura, 2004.

- Rabasa, Magalí (2021), *El libro en Movimiento. La política autónoma y la ciudad letrada subterránea*, Buenos Aires, Tinta Limón; Tren en Movimiento.
- Schmitz-Kuhl, Martin (2017) *Book & bookster. El futuro del libro y del sector librero*. Eduvim, Villa María.
- Szpilbarg, Daniela, y Saferstein, Ezequiel (2012). “El espacio editorial ‘independiente’: heterogeneidad, posicionamientos y debates. Hacia una tipología de las editoriales en el período 1998-2010”. Presentado en I Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición, UNLP-CONICET.  
[http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.1955/ev.1955.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1955/ev.1955.pdf) (26 de junio de 2019).
- Szpilbarg, Daniela, y Saferstein, Ezequiel (2014) “De la industria cultural a las industrias creativas: un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos”, en *Revista anual del Grupo de Investigación de Filosofía Práctica e Historia de las Ideas*, Vol. 16 nº 2. Mendoza.
- Szurmuk, Mónica y McKee, Robert, compiladores (2009) *Diccionario de Estudios Culturales latinoamericanos*, Siglo XXI, México.
- UNESCO (2006). *Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*. Recuperado el 22 de junio de 2012, de UNESCO: [http://portal.unesco.org/culture/en/files/30850/11467401723cultural\\_stat\\_es.pdf](http://portal.unesco.org/culture/en/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf)/cultural\_stat\_es.pdf
- Vanoli, Hernán (2009), “Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria Argentina”, *Apuntes de Investigación del CECYP*, nº 15, disponible digital  
<http://www.apuntescecy.com.ar/index.php/apuntes/article/viewArticle/67>
- Winik, Marilina, Reck Matías (2012), “Un posible final para un certero inicio: acerca de los desafíos de las editoriales independientes”. Ponencia presentada en el Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición. La Plata, UNLP,  
<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar> [consultado 2022].

# ANEXO

Un primer relevamiento de actores del libro en Rosario arrojó las siguientes nominaciones

## Sellos editoriales de Rosario

Listocalisto

Le Pecore Nere

Patas de Cabra

Mburucuyá Ediciones

CR ediciones

Carpe Literario

Aguará Colectivo Editorial

Último Recurso

Casagrande

Serapis

Baltasara Editora

Libros Silvestres

Brumana Editora

Pequeña Ortiga Editorial

Punto Final Ediciones

Ciudad Gótica

Editorial Biblioteca (Vigil)

Mal de archivo Ediciones

Rabdomantes Ediciones

Santos ediciones

Studio Ergo Sum

Nati Holand

Otro cauce

Homo Sapiens

Nube negra

Beatriz Viterbo  
Prohistoria  
EMR  
UNR editora  
HyA ediciones  
Facultad libre  
Neutrinos  
Danke  
Iván rosado  
Perfeito  
Facultad libre  
Laborde editor  
Fundación Ross  
Multiversal  
Corpus  
Szama  
Juris  
Espacio santafesino  
Zafarrancho

### **Librerías de Rosario**

El cuco no existe  
Mal de Archivo  
Mandrake  
Cúspide  
El ateneo  
Yenny  
El halcón maltés (2 sucursales)  
El juguete rabioso  
Oliva  
Buchín  
Puerto Libros

Homo sapiens  
Chicho y Babel  
Paradoxa  
UNR (3 sucursales)  
EMR  
Fantasía  
La montaña  
El que tiene sed  
Gato eterno  
Técnica  
Kel  
SBS  
El aleph

## **Librerías de libros usados**

Peco  
El lugar  
Leo libros  
El pez volador 1  
El pez volador 2  
El pez volador 3  
El pez volador 4  
Incunables Diego Segura  
La maga  
Vites  
De la manta  
Argonautas + Nabú  
Buscalibros

Caburé

Macedonio

Oliverio

La chispa

Caute

Oslo

## **Distribuidores**

Radeff

Rayuela

Julia Ossanna

Ciraolo

## **Sellos editoriales y revistas literarias extintos en los últimos 10 años**

La chicago

La pulga renga

El ombú bonsai

Posteo

Río ancho

Gula

Turba

Pesada herencia

La ciudad de las mujeres

El Corán y el termotanque

Apología

Abend

Yo soy Gilda

Papeles del Boulevard

Este carnaval

Co-lectora

Escafandra

Lucio V

Fuerza y posibilidad

Gaceta florida

Espiral calipso

Erizo

Soquete terrorista

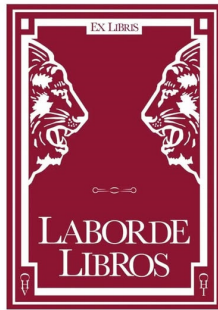
Surco

La magdalena de hoy

Femme Fetal

Tropofonía

La mayoría de los emprendimientos tiene una identidad definida, con un logo propio y un perfil asignado por cada agente y reconocido por el resto. A continuación, daremos cuenta de algunos logotipos



Los chats de WhatsApp suelen ser los espacios habituales de intercambio. No suele haber reuniones presenciales entre los actores del campo. Las tensiones propias de un campo se resuelven en sencillas comunicaciones públicas y grupales, breves y concisas. No es posible saber si todos los participantes leen todos los mensajes, pero sí es posible saber que no hay otras instancias de intercambio. A través del mismo medio se suelen elegir representantes del sector para el diálogo con funcionarios del Estado municipal.

A continuación, reproducimos un fragmento de un chat de editores de Rosario en el que se presenta un resumen de una reunión entre editores y funcionarios en el nuevo contexto de asunción del gobierno nacional de perfil neoliberal.

[17/1 7:30 p. m.] Caro Mda: Unión entre editoriales. Librerías. Escritores. Ilustradores. Y lectores

[17/1 7:34 p. m.] Lorena Méndez: Hola, buenas tardes. Paso un punteado de lo que se habló ayer en la reunión virtual. Fuimos aproximadamente 10 editoriales las presentes. Si me olvido algo por favor colaboren los que estuvieron en completar.

[17/1 7:35 p. m.] Lorena Méndez:

1. La reunión con Valentini y Javkin se pasó para el jueves a las 15 horas.
2. -Se pide eliminación de la tasa/carga impositiva que se paga a la Municipalidad de Rosario por tener local y que no se cobra en ningún otro municipio del país. (se expresó que es una problemática puntual de librerías y no de editoriales)
3. El precio del papel es una problemática fundamental. Se mencionó que la CAL lleva adelante un juicio por tal motivo por las dos grandes papeleras que tienen la venta del papel. Es una problemática a nivel nacional.
4. Es necesario una representación de todas las editoriales en caso que se convoque solo a representantes (los que pueden ir rotando). Dicha representación es en ese carácter y no equivale a que se tomen decisiones sin consultar al colectivo, para que la información circule en forma horizontal y a todos por igual. En caso que se convoque al colectivo o no se exprese en las negociaciones y/o reuniones que se presenten pocas personas se irá a título personal cada uno en nombre de su editorial.
5. Expresar al municipio que la difusión de la lectura también esté vinculada a la compra de libros a las editoriales (no a través de las librerías ¿? )
6. Se decide poner el nombre de Editoriales de Rosario para que sea más abarcativa.

7. Se nombran como representantes: Perico de Homo Sapiens, Guillermo de Baltasara, Rodolfo de Carpe Literario y Romina de B.Vigil.
8. Se menciona que es necesario hacer un relevamiento de cuántas y cuáles son efectivamente las editoriales de Rosario.
9. Se propone una reunión presencial para que conozcamos cuáles son y quiénes somos.
10. Se expresa que es necesario la mayor participación de editoriales tanto en reuniones virtuales como presenciales.

[17/1 7:59 p. m.] Perico Pérez: Perico Pérez

Homo Sapiens Ediciones

[17/1 8:01 p. m.] Patricio Raffo: Patricio Raffo

CR ediciones

[17/1 8:02 p. m.] +54 9 341 212-5729: Mónica Discépola

Listocalisto

[17/1 8:04 p. m.] Lorena Méndez: Lorena Méndez

Mburucuyá Ediciones

[17/1 8:04 p. m.] Regina Cellino: Regina Cellino

Le Pecore nere

[17/1 8:04 p. m.] Guille (H) Corbacho: Guillermo J. Corbacho

Baltasara Editora

[17/1 8:05 p. m.] Sergio Gioacchini: Sergio Gioacchini. Alberto De Lorenzi

CGeditorial

[17/1 8:05 p. m.] Jimi Gonella: Juan Gonella. Otro cauce

[17/1 8:08 p. m.] Nicolás Manzi: Nicolás Manzi

Casagrande editorial

UNR editora

Hya ediciones

[17/1 8:09 p. m.] +54 9 341 277-3749: Rodolo Abalos

(Carpe Literario)

[17/1 8:12 p. m.] Caro Mda: Carolina Elorza

Mal de archivo Emisiones

[17/1 8:12 p. m.] Cesar Libardi: Cesar Libardi

Rabdomantes Ediciones

[17/1 8:16 p. m.] Cota: José Coronel

Último Recurso

[17/1 8:39 p. m.] romina gianfelici: Romina Gianfelici

Editorial Biblioteca

[17/1 8:54 p. m.] +54 9 341 562-4373: Gastón Flores

Alquimia Comics y Studio Ergo Sum

[17/1 9:05 p. m.] +54 9 341 697-1239: Ignacio Llanes

Patas de cabra

[17/1 9:11 p. m.] +54 9 341 361-7491: Ligia Rossi

Listocalisto

[17/1 9:25 p. m.] Laura Rossi: Laura Rossi

Brumana Editora

[17/1 9:27 p. m.] Jimena Esborraz: Jimena Esborraz

[17/1 9:27 p. m.] Jimena Esborraz: Agura Colectivo Editorial

[18/1 12:17 p. m.] Silvio Santos: Silvio Santos. Está clarísimo. Estaré de regreso el 24. Pido disculpas por mi poca participación. ¡Muchas gracias!

[18/1 12:28 p. m.] Nati Holan: Nati Holand

Autoediciones

[18/1 4:21 p. m.] +54 9 341 372-9216: Hola! Soy Malú y también estoy por Editorial Patas de Cabra

[18/1 4:32 p. m.] Silvina Listocalisto: Hola! Aquí Silvina Maroni de Listocalisto

[19/1 7:34 p. m.] Guille (H) Corbacho: Buenas tardes. Ayer en la reunión con el intendente nos pusieron al tanto de la situación administrativa del gobierno en general.

La problemática política y de comunicación interna entre los distintos organismos estatales es compleja.

Nos dejaron en claro la postura en apoyo a la cultura. No se suspende ningún evento cultural y eso incluye la feria del libro.

Propusieron mantener un diálogo constante con los distintos representantes de la cultura para escuchar propuestas de iniciativas nuestras y poner los recursos de la municipalidad a disposición.

Vamos a tener que tomar una actitud más propositiva y participar más de la agenda cultural de la ciudad.

## **Agradecimientos**

No existen las palabras precisas para engrandecer la imagen ya inmejorable de Sabrina Gullino Valenzuela Negro. Así como no se encuentran palabras que ennoblezcan aún más la ya inmensa lealtad y tolerancia de mi familia, Juana, Virginia, mis padres, hermanas, hermano y sobrinos.

Es preciso agradecer también a Nadia Amalevi, Sandra Valdetaro, Darío Maiorana, Rubén Chababo, a los docentes y compañeros del trayecto de Especialización en Gestión Cultural, a los colegas de los libros y a los fieles amigos que con el tiempo se han transformado en socios “capitalistas”, cómplices y confesores de esta *sort of craziness* que es ir por la vida haciendo libros.