

Grupo de Trabajo:  
**Fortalecimiento de la profesionalización y  
de la diversidad del mundo editorial argentino**

## **FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES DE COMUNICACIÓN Y PRENSA DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EDITORIALES**

### **Palanca # 6**

**Autores:** Alejandro Dujovne (coordinador), Jorge Jacobi, Victoria Saez, Iván Suasnabar, Ezequiel Saferstein, Salvador Doldan, Valentina Cuneo e Ivana Mihal.

Agradecemos los valiosos aportes y recomendaciones de Mariana Hunt, Laura Benas, Sebastián Lidijover y Natalia Viñes.

### **1 ¿CUÁL ES LA IDEA?**

Los cambios tecnológicos de las últimas décadas contribuyeron a simplificar y reducir los costos de producción e impresión de libros. Esto tuvo un efecto directo en la ampliación y diversificación del mercado editorial argentino con la aparición de pequeños sellos que enriquecieron los paisajes intelectuales y literarios argentino y latinoamericano. La irrupción de nuevas herramientas digitales generó nuevas condiciones para el despliegue de una comunicación directa, no mediada, de las editoriales con su público.

Sin embargo, la experiencia concreta muestra que las posibilidades efectivas de dar a conocer un catálogo, de comunicar las novedades, están muy desigualmente distribuidas dentro del mercado editorial. Para comunicar de manera eficaz se necesita una estrategia con objetivos y acciones claras, y recursos que la sostengan. Para buena parte de las "editoriales independientes", que cuentan con muy poco capital y con equipos de trabajo reducidos, esto se convierte en un obstáculo que limita severamente su visibilidad, sustentabilidad y crecimiento. En consecuencia, para afianzar la profesionalización y diversidad del sector editorial es necesario atender y buscar soluciones consistentes para este problema.

Desde este punto de vista, la idea es diseñar y desarrollar una **política integral que fortalezca las capacidades de comunicación y prensa en el segmento de pequeñas y medianas editoriales**, habitualmente identificadas como "independientes". Esto implica ofrecer herramientas, capacitación y estrategias efectivas para mejorar la visibilidad, posicionamiento y profesionalización de editoriales y autores en el mercado nacional y regional.

La palanca se enfocará en crear sinergias entre editoriales, medios de comunicación, profesionales de prensa y nuevas tecnologías, fomentando una presencia más sólida en diferentes plataformas y canales.

#### **Desarrollo de la idea:**

La palanca busca promover una mejora sistemática en la comunicación y prensa editorial. Para ello, proponemos cuatro líneas de trabajo:

- **Formación y capacitación.** Implementación de un plan de formación en relaciones con la prensa, marketing digital, redes sociales y diseño de materiales promocionales. Se prestará especial atención al uso de herramientas digitales gratuitas y de fácil acceso.
- **Asesoría estratégica y herramientas digitales.** Desarrollo de estrategias ajustadas a cada perfil y proyecto editorial, uso de plataformas digitales, campañas de comunicación y análisis de métricas.
- **Asociaciones y alianzas.** Creación de espacios y auspicio de alianzas y vínculos estratégicos entre sellos de dimensiones y características similares a fin de alcanzar economías de escala en materia comunicacional.
- **Fortalecimiento de redes y colaboración sectorial.** Realización de encuentros, talleres y mesas de trabajo entre editoriales, periodistas y medios para intercambiar prácticas y generar alianzas.

## **2 ¿QUÉ ERRORES TRATA DE SOLUCIONAR ESTA IDEA?**

La idea apunta a morigerar las marcadas asimetrías en la comunicación entre editoriales grandes y pequeñas, la escasa o débil profesionalización en este punto, y la débil articulación sectorial para aprovechar oportunidades comunicacionales.

## **3 ¿QUIÉNES SERÁN LOS RESPONSABLES DE GESTIONAR LA IDEA?**

Colectivos editoriales (TyPeO, La Coop, Malisia), Cámara Argentina del Libro, Fundación El Libro y organismos públicos, con articulación y seguimiento a cargo del Centro de Estudios y Políticas Públicas del Libro dependiente de la Escuela IDAES y la Secretaría de Cultura, Comunidad y Territorio de la UNSAM.

## **4 ¿QUÉ MECANISMOS DE RENDICIÓN DE CUENTAS O MEDICIONES SE PUEDEN PONER EN MARCHA?**

- Informe de avance semestral.
- Indicadores de desempeño y métricas de impacto.
- Monitoreo y análisis de medios.

- Encuestas de retroalimentación.
- Reuniones de evaluación interinstitucional.

## 5 ¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS POTENCIALES DE LA IDEA Y CUÁLES SUS COSTES?

### **Beneficios:**

- Mayor profesionalización y visibilidad de editoriales pequeñas y medianas.
- Mayor presencia nacional y regional de sus catálogos.
- Fortalecimiento de redes sectoriales, disminución de brechas.

**Costos:** Inversión en formación, recursos humanos y herramientas digitales.

**Riesgos:** Resistencia al cambio, baja participación y demora en la obtención de resultados visibles.

## 6 ¿LA IDEA AUMENTARÁ LA INCLUSIÓN ECONÓMICA Y/O MEJORARÁ LA AUTONOMÍA? ¿CÓMO?

### **Inclusión económica:**

El proyecto posibilitará la ampliación de mercados y del potencial de ventas para editoriales pequeñas, además de otorgar más visibilidad y diversidad.

### **Autonomía:**

La palanca posibilitará acceder a mejores herramientas para tomar decisiones informadas en comunicación y promoción, fortaleciendo la sostenibilidad de los proyectos editoriales.