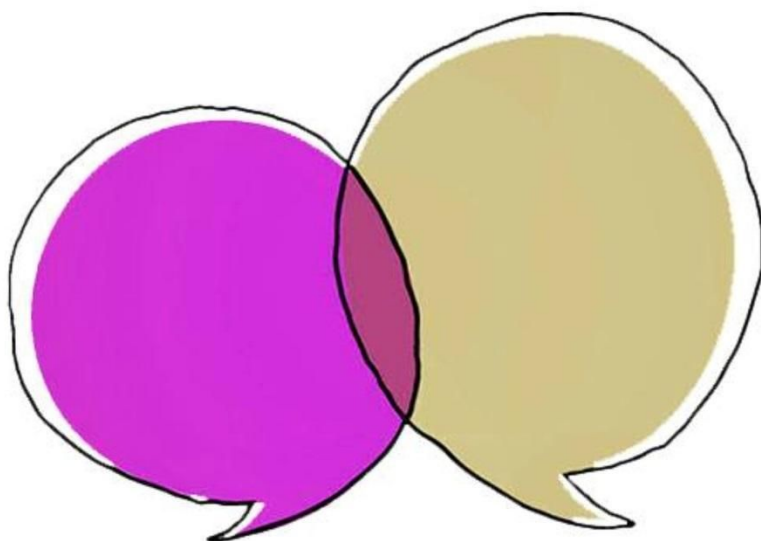


## Dirección de Emprendimientos Creativos



**ESCENAS.**  
Foro de Creadores  
de Córdoba

**Editorial**

17 de octubre de 2016, Centro Cultural Alta Córdoba.

Propuesta de trabajo.

**“Construcción de consensos para la política pública cultural: fomento del sector editorial de la ciudad de Córdoba”**

### Diseño, facilitación y sistematización

- **Coordinación:** Lic. Marina Assandri
- **Equipo de co-facilitación**  
Lic. Agustina Monserrat  
Lic. Mario Cuomo  
Lic. Santiago Nores.



## **A – Informe**

---

## Resumen Ejecutivo

En el marco de “ESCENAS. Foro de Creadores de Córdoba”, editorial se trabajó en la “**Construcción de consensos para la política pública cultural: fomento del sector editorial de la ciudad de Córdoba**”, con los **objetivos** de reflexionar y debatir el diagnóstico y posicionamiento del sector editorial en la ciudad de Córdoba y de identificar desafíos para el fortalecimiento del mismo. Con eje en la *cultura como motor de desarrollo local* se contemplaron los siguientes **aspectos**: a) antecedentes de foros anteriores, b) analizar el diagnóstico estratégico del sector en general y por dimensiones: Feria del Libro, Premio Tejeda más Fondo Estímulo, Espacio Barón Biza, c) compartir el diagnóstico estratégico del sector editorial: acordando la imagen, la identidad, la proyección y el mapa de actores, como así también sugerencias para cada dimensión de trabajo propuesta y d) identificar principales desafíos para el 2016-2017, e) establecer las próximas actividades que se deben desarrollar para continuar avanzando en el marco de este proceso y g) en el momento final de la jornada: g.1) realizar la reflexión general del evento.

El foro se desarrolló el lunes 17 de octubre en el Centro Cultural Alta Córdoba, Efraín Bischoff.

A partir de la información recabada, la Secretaría de Cultura formalizará este material –diagnóstico, problemáticas y conclusiones- en un documento que será un insumo fundamental para reformular y proponer legislación pertinente para el sector editorial en la ciudad de Córdoba.

La convocatoria a este foro fue abierta y pública, haciendo extensiva la invitación a editores, escritores, libreros, periodistas, ilustradores, representantes de bibliotecas públicas y populares, referentes de asociaciones vinculadas al sector, representantes de escuelas de formación en letras, bibliotecología y comunicación, docentes, estudiantes, empleados y funcionarios del municipio y funcionarios de la provincia. De ellos los participantes fueron: editores, libreros, docentes, escritores, referentes de asociaciones vinculadas al sector, representantes de la Escuela de Bibliotecología así como también empleados y funcionarios del municipio.

Al abordarse el diagnóstico estratégico los participantes trabajaron con la **técnica de diagnóstico**, identificando los aspectos positivos y los aspectos negativos de la escena editorial en la ciudad de Córdoba **en general y por dimensiones**: Feria del Libro, Fondo Estímulo y Premio Luis de Tejeda, y Espacio Barón Biza.

Se identificaron los **nudos críticos** (aquellos identificados como la mayor debilidad) y los **aspectos positivos Internos** (como ventaja o diferenciación) entre los aspectos positivos y los negativos enumerados. Entre los nudos críticos, se establecen: la comunicación y construcción de público es escasa e inadecuada, los intermediarios, que exigen una gran tirada de distribución monopólica (porcentaje - tirada), falta de acceso al público nacional, falta de difusión por parte de la distribuidora, exceso de consignación, falta de criterio del libro, falta de público específico y falta de apoyo directo relacionado a sustentabilidad de proyectos (créditos blandos, financiamiento, etc.); en relación al Espacio Barón Biza, el nudo crítico resaltado es la identidad e identificación del stand.

En cuanto a la **diferenciación** de la escena se establecen, en relación a la autogestión, la organización de ferias independientes y producción de libros, la pasión en la gestión; es un momento próspero, como polo de producción "literaria" (calidad y producción) pero lo cual no necesariamente se refleja en las ventas, se fortalecen los contactos con editores y autores; en relación al Espacio Barón Biza como lugar de encuentro.

Se delineó la **identidad, la proyección** y la **imagen** de la escena. Así mismo se trabajó sobre el **mapa de actores**.

La **identidad de la escena**, la razón de ser de la misma dada por "la diversidad de géneros y opciones de lectura, el aporte en materia de asesoramiento y apertura a nuevas formas de edición como así también por la creación de nuevos espacios de encuentro y nuevos artistas".

La **proyección del sector Editorial** para el año en curso y el próximo es: presencia en la Feria del Libro similar al de las librerías, con espacios interdisciplinarios y colectivización. Presencia en la Feria del Libro de Bs. As. y otras con un espacio multicultural de la producción cordobesa. Exhibición en Ferias Internacionales. Conformación de un espacio con mayor representatividad del sector frente a políticas públicas. Los editores locales capitalizado la designación de Córdoba como sede para el Congreso Mundial de la Lengua. Posicionamiento regional inclusivo con otros emprendimientos de la región. Organización como sector y conexión con entidades gubernamentales.

El **posicionamiento estratégico** considera la propuesta editorial de Córdoba como diversa en sus géneros y opciones de lectura. Necesidad de atraer a los niños, generando planes nacionales de lectura inclusivos a través de libros objeto y audiolibros. Buscar nuevas estrategias de distribución.

El **mapa de actores** está integrado por editores, librerías, bibliotecarios, gestores culturales, público, Estado, autores, universidad.

Se plantearon un conjunto de sugerencias **Feria del Libro**, entre ellas: no abrir tan temprano la Feria del Libro (septiembre), una política de Estado unificada, mayor inclusión y protagonismo de “lo digital”, serie de talleres en la Feria del Libro, articular con la Provincia para las escuelas secundarias, con musicales fuertes, un Programa de acciones a partir de la Feria, promoción en conjunto y educar “hábitos del público para el traslado”. En cuanto a las sugerencias al **Fondo Estímulo y Premio Luis de Tejeda**, se mencionan: diversificar premio Luis de Tejeda: todos los géneros se premian por año: 4 géneros, agilizar cronograma de pagos, mayor difusión a las convocatorias, “no hacer reglas de construcción rígida y cumplimiento flexible sino reglas flexibles de cumplimiento rígido”, clarificar el premio Tejeda, que sea claro de reconocer, destinar mayores recursos al Fondo Estímulo o reformular el concepto de “Estímulo a la Actividad Editorial” ya que dicho así le queda grande. Forma de premio, reformular esquema de distribución de los premios, definir editorial en el reglamento: al menos debe haber editado 5 libros, se propone un jurado idóneo, más información para el jurado por ejemplo: ficha técnica, si hay aporte económico del autor a la producción del libro, entre otras: revisar Art. 1 del Fondo Estímulo sobre obligatoriedad de inscripción de editoriales en AFIP; revisar Art. 2 del Fondo Estímulo: Fomento a la actividad editorial, no importa procedencia del autor y tener reglamentos antes de fin de año para que los cambios se reflejen el año que viene.

Las sugerencias referidas al **Espacio Barón Biza**, manifiestan: catálogos y directorios impresos y programación, producir un catálogo (simple) de títulos Barón Biza, difundir un catálogo del material del stand con información de cada editorial, construcción de un espacio integral, desde el diseño hasta el contenido de las propuestas, Barón Biza en Mercado de Arte, la posibilidad de diseñar el espacio teniendo en cuenta la particularidad a exponer, la regularidad del espacio Barón Biza (más allá de la Feria, organización mensual), visibilizar a nivel nacional a través de presencia en ferias de otras provincias el Espacio Barón Biza, mayor presupuesto económico para el sector Barón Biza y darle a Barón Biza una existencia que trascienda la Feria.

Se definieron los **desafíos** para este año **2016 y para el 2017**, vinculados a: a) organización del sector, b) fortalecer alianzas, c) ferias alternativas y feria del libro, d) políticas públicas, e) profesionalización y nuevas formas de edición, f) contextualización del sector, g) promoción de la distribución, h) difusión y promoción, i) llegar al público, j) trascender lo local, k) proyectos y l) otros.

El **momento final** de la jornada contó por un lado con una **reflexión general** del evento, así mismo con una **matriz de evaluación** de los participantes del evento, donde los participantes plantearon cómo se sintieron durante el encuentro, que les aportó y las sugerencias para próximos foros. La evaluación del encuentro fue satisfactoria.

Se agradece la gran riqueza de aportes y reflexiones de todos los actores participantes en el foro como el clima de armonía en el que se desarrolló el encuentro. Por otro lado, se destacan la coordinación y la logística adecuada para el desarrollo de la jornada que acompañaron la reflexión y la inmersión para el alcance de los objetivos previstos en el marco del foro.

Se alcanzaron los objetivos previstos para la jornada: a) abordar el diagnóstico estratégico; b) abordar el análisis estratégico: b.1) acordar la imagen, b.2) la identidad y la proyección y b.3) el mapa de actores y c) establecer los desafíos para el presente año y para el 2017.

El foro fue desarrollado con metodología de planificación participativa sistémica.

## Matrices FODA

En este apartado presentamos dos matrices que permiten una visualización rápida y clara de lo producido en “Escenas, Foro de Creadores de Córdoba” edición Editorial, complementando los lineamientos estratégicos esbozados en este informe. La primera matriz es una aproximación a un FODA, es decir, una “foto” del sector Editorial en este momento, con sus aspectos positivos y negativos. Se presentan en color los aspectos críticos marcados por los actores en las diferentes mesas de trabajo. La segunda, muestra con qué elementos existentes se puede **maximizar** las Fortalezas y Oportunidades, y **minimizar** las Amenazas y Debilidades. De esta manera, se busca plantear líneas de acción para que sean analizadas por los actores de la escena antes del segundo encuentro, ya que consideramos que de la estrategia a la acción hay una brecha operativa y de imponderables que merecen ser evaluados.

### **Matriz 1**

**En rojo:** nudos críticos, aspecto identificado como mayor debilidad.

**En verde:** aspecto positivo interno, ventaja o diferenciación.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Autogestión</li> <li>● <b>Autogestión: organización de festivales y producción de libros</b></li> <li>● <b>Gestión/ Pasión</b></li> <li>● Sostenimiento en el tiempo del sector editorial independiente</li> <li>● Producción local se estuvo produciendo en los últimos años. Aparición de editoriales enfocados a públicos más segmentados</li> <li>● Posibilidad para editoras sin fondos</li> <li>● Abrieron muchas editoriales en los últimos 10 años</li> <li>● Crecimiento</li> <li>● Generación de editoriales independientes</li> <li>● Calidad estética y contenidos</li> <li>● Diversidad de propuestas</li> <li>● Bibliodiversidad</li> <li>● Apertura a todos los sectores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Momento próspero, como polo de producción “literaria”: calidad y producción (no ventas)</b></li> <li>● Diversificación de géneros como historieta, libro objeto</li> <li>● Diversidad, originalidad y fortalecimiento del sector editorial a partir del 2001</li> <li>● En la UNC existen “espacios de diálogo”</li> <li>● Existen algunos procesos de educación al consumidor</li> <li>● Que haya una librería de comics</li> <li>● Existen casos puntuales del “sector” que ofrecen servicios al exterior</li> <li>● No se paga IVA a nivel nacional</li> <li>● Cambios “canales de distribución” beneficia a algunos en la cadena de valor</li> <li>● Aumenta las ventas en las Ferias</li> <li>● Variaciones en política de comercio exterior no impacta en las librerías</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Contacto con editores y autores</b></li> <li>● Relación entre editoriales independientes</li> <li>● Integrarse con otros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diferentes espacios/ medios de acceso</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Llegada en comunicación y construcción de público que es escasa e inadecuada</b></li> <li>● Falta de diagnóstico para llegar al público</li> <li>● Hacer el camino inverso: ¿Qué quiere leer la gente? Ver necesidades</li> <li>● Visibilidad desigual</li> <li>● Falta de agrupación en entes propios de las editoriales (cámara o asociación)</li> <li>● Falta de representatividad</li> <li>● Sinergia y trabajo en conjunto</li> <li>● Falta de articulación Municipalidad/Foro Editorial y Barón Biza / Universidad</li> <li>● Distribución: cortas tiradas muy altas</li> <li>● Problemas para distribución</li> <li>● Dificultad en la distribución: “No sabemos distribuir” (posición de algunas editoriales)</li> <li>● Necesidad de centralizar la distribución conjunta de la producción de editoriales independientes</li> <li>● Cuesta generar la cadena de producción de libros para que vuelva el monto a reinvertir</li> <li>● Situaciones económicas y estructuras muy diversas</li> <li>● El sector editorial es informal. Falta de inscripción</li> <li>● Difusión con poca información</li> <li>● Exclusión y desinformación. Editoriales del interior</li> <li>● Falta de página web o libro electrónico de la editorial municipal</li> <li>● Recursos sustentabilidad</li> <li>● Ventas escasos recursos para publicidad</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de consumo local, cultura local</li> <li>● Público: capacidad de consumo restringido. Eventos específicos</li> <li>● Superpoblación de material que produce una falta de visibilidad</li> <li>● Público: cree que lo único que hay para leer está en la vidriera</li> <li>● Público reducido</li> <li>● Normalización de autores cordobeses</li> <li>● Falta de compromiso estatal con las librerías locales</li> <li>● Medidas públicas que afectan a partes del sector</li> <li>● Dificultad para construir políticas públicas frente a la heterogeneidad de las editoriales</li> <li>● Falta de apoyo estatal a la producción editorial</li> <li>● Falta de apoyo estatal en la comunicación del libro de la editorial independiente</li> <li>● Falta de apoyo estatal en la distribución de la producción editorial de Córdoba</li> <li>● <b>Intermediarios, que exigen esa gran tirada de distribución monopólica (porcentaje - tirada) falta de acceso al público nacional</b></li> <li>● Ventas restringidas por tipo de material falta de interés de distribuidoras</li> <li>● <b>Consignación distribuidora: falta de difusión, exceso de consignación, falta de criterio del libro, falta de público específico</b></li> <li>● Exportación: Proceso complejo para realizarlo</li> <li>● Alto costo del precio de tapa que ronda el 70%</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Escasa continuidad de los proyectos</li> <li>● Poca participación y autoridades femeninas</li> <li>● No hay una bibliografía de autores cordobeses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Alto porcentaje con el que se quedan las librerías (45%)</li> <li>● Dificultad al momento de inscripción en ventanilla única (Comercio e Industria)</li> <li>● <b>Falta de apoyo directo relacionado a sustentabilidad de proyectos (créditos blandos, financiamiento, etc.)</b></li> </ul>
--	--

## Matriz 2

DEBILIDADES/ OPORTUNIDADES	FORTALEZAS/ OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Llegada en comunicación y construcción de público que es escasa e inadecuada</b> / Diversificación de géneros como historieta, libro objeto; Existen algunos procesos de educación al consumidor</li> <li>● <b>(falta de) Sinergia y trabajo en conjunto</b> / <i>(Aprovechar que)</i> Existen casos puntuales del “sector” que ofrecen servicios al exterior; Aumenta las ventas en las Ferias (<i>Barón Biza</i>); Diversidad, originalidad y fortalecimiento del sector editorial a partir del 2001.</li> <li>● <b>Falta de articulación Municipalidad/Foro Editorial y Barón Biza / Universidad</b> / En la UNC existen “espacios de diálogo”</li> <li>● <b>Distribución: cortas tiradas muy altas/</b> Aumenta las ventas en las Ferias</li> <li>● <b>Problemas para distribución; Dificultad en la distribución: “No sabemos distribuir” (posición de algunas editoriales)</b> / Existen casos puntuales del “sector” que ofrecen servicios al exterior; Cambios “canales de distribución” beneficia a algunos en la cadena de valor</li> <li>● <b>Necesidad de centralizar la distribución conjunta de la producción de editoriales independientes/</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Autogestión: organización de festivales y producción de libros; Gestión/ Pasión; Sostenimiento en el tiempo del sector editorial independiente; Abrieron muchas editoriales en los últimos 10 años; Crecimiento/</b> Momento próspero, como polo de producción “literaria” (calidad y producción); Producción local se estuvo produciendo en los últimos años; Diversificación de géneros como historieta, libro objeto; Diversidad, originalidad y fortalecimiento del sector editorial a partir del 2001; Necesidad de centralizar la distribución conjunta de la producción de editoriales independientes</li> <li>● <b>Posibilidad para editoras sin fondos/</b> Momento próspero, como polo de producción “literaria” (calidad y producción); Aumenta las ventas en las Ferias; Necesidad de centralizar la distribución conjunta de la producción de editoriales independientes; Existen casos puntuales del “sector” que ofrecen servicios al exterior; No se paga IVA a nivel nacional; Diferentes espacios/ medios de acceso</li> <li>● <b>Calidad estética y contenidos; Diversidad de propuestas;</b></li> </ul>

<p><b>Momento</b> próspero, como polo de producción “literaria”: calidad y producción (no ventas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Recursos sustentabilidad/</b> No se paga IVA a nivel nacional; Aumenta las ventas en las Ferias</li> <li>● <b>Escasa continuidad de los proyectos/</b> Diversidad, originalidad y fortalecimiento del sector editorial a partir del 2001</li> </ul>	<p><b>Bibliodiversidad /</b> Momento próspero, como polo de producción “literaria” (calidad y producción); Diversificación de géneros como historieta, libro objeto; Existen algunos procesos de educación al consumidor; aumenta las ventas en las Ferias</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Apertura a todos los sectores; Contacto con editores y autores; Relación entre editoriales independientes; Integrarse con otros /</b> Necesidad de centralizar la distribución conjunta de la producción de editoriales independientes; Aumenta las ventas en las Ferias; Existen casos puntuales del “sector” que ofrecen servicios al exterior; En la UNC existan “espacios de diálogo”</li> <li>● <b>Producción local se estuvo produciendo en los últimos años. Aparición de editoriales enfocados a públicos más segmentados/</b> Momento próspero, como polo de producción “literaria”: calidad y producción (no ventas); Diversificación de géneros como historieta, libro objeto; Diversidad, originalidad y fortalecimiento del sector editorial a partir del 2001</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS/ FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Falta de consumo local, cultura local; Público: capacidad de consumo restringido. Eventos específicos; Público: cree que lo único que hay para leer está en la vidriera; Público reducido /</b> Autogestión: organización de festivales y producción de libros; Producción local se estuvo produciendo en los últimos años. Aparición de editoriales enfocados a públicos más segmentados/</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES/ AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Llegada en comunicación y construcción de público que es escasa e inadecuada/</b> Falta de consumo local, cultura local; Público: capacidad de consumo restringido. Eventos específicos; Superpoblación de material que produce una falta de visibilidad; Público: cree que lo único que hay para leer está en la vidriera; Público reducido; Normalización de autores cordobeses</li> <li>● <b>Visibilidad desigual/</b> Superpoblación de material que produce una falta de</li> </ul>

- **Superpoblación de material que produce una falta de visibilidad/** Diversidad de propuestas; Bibliodiversidad; Autogestión: organización de festivales y producción de libros
- **Medidas públicas que afectan a partes del sector/** Integrarse con otros
- **Dificultad para construir políticas públicas frente a la heterogeneidad de las editoriales; Falta de apoyo estatal a la producción editorial /** Relación entre editoriales independientes; Integrarse con otros
- **Intermediarios, que exigen esa gran tirada de distribución monopólica (porcentaje - tirada) falta de acceso al público nacional; Ventas restringidas por tipo de material falta de interés de distribuidoras; Consignación distribuidoras: falta de difusión, exceso de consignación, falta de criterio del libro, falta de público específico/** Integrarse con otros
- **Dificultad al momento de inscripción en ventanilla única (Comercio e Industria) /** Integrarse con otros
- **Falta de apoyo estatal a la producción editorial/** Producción local se estuvo produciendo en los últimos años. Aparición de editoriales enfocados a públicos más segmentados

visibilidad; Público: cree que lo único que hay para leer está en la vidriera

- **Falta de agrupación en entes propios de las editoriales (cámara o asociación) /** Dificultad para construir políticas públicas frente a la heterogeneidad de las editoriales; Exportación: Proceso complejo para realizarlo
- **(falta de) Sinergia y trabajo en conjunto/** Falta de apoyo estatal a la producción editorial; Intermediarios, que exigen esa gran tirada de distribución monopólica (porcentaje - tirada) falta de acceso al público nacional; Dificultad al momento de inscripción en ventanilla única (Comercio e Industria); Falta de apoyo directo relacionado a sustentabilidad de proyectos (créditos blandos, financiamiento, etc.)
- **Distribución: cortas tiradas muy altas; Problemas para distribución; Dificultad en la distribución: “No sabemos distribuir” (posición de algunas editoriales); Necesidad de centralizar la distribución conjunta de la producción de editoriales independientes /** Falta de apoyo estatal en la distribución de la producción editorial de Córdoba; Intermediarios, que exigen esa gran tirada de distribución monopólica (porcentaje - tirada) falta de acceso al público nacional; Exportación: Proceso complejo para realizarlo
- **Cuesta generar la cadena de producción de libros para que vuelva el monto a reinvertir; Situaciones económicas y estructuras muy diversas; Recursos sustentabilidad; Escasa continuidad de los proyectos/** Falta de apoyo directo relacionado a sustentabilidad de proyectos (créditos blandos, financiamiento, etc.)

	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>El sector editorial es informal. Falta de inscripción/</b> Dificultad al momento de inscripción en ventanilla única (Comercio e Industria)</li><li>● <b>Difusión con poca información; Falta de página web o libro electrónico de la editorial municipal/</b> Falta de apoyo estatal en la comunicación del libro de la editorial independiente</li></ul>
--	--

## Apertura

La apertura del encuentro estuvo a cargo del Subdirector de Cultura Digital de la Municipalidad de Córdoba, Lic. Juan Cruz Sánchez Delgado, dando el marco al Foro e invitando a la participación de los actores convocados. También estuvo presente en la apertura la Directora General de Desarrollo y Cooperación Cultural, Lic. Natalia Albanese y la Directora de Emprendimientos Creativos, Cecilia Salguero.

El Lic. Juan Cruz Sánchez Delgado, dio la bienvenida a los participantes con la expectativa de una jornada intensa de debate y acuerdos en relación a los objetivos planteados para el foro. También hizo referencia a los tres foros entre editores y la Secretaría de Cultura que se realizaron en 2015 y que dieron por resultado, entre otras cosas, la concreción a un histórico reclamo de los editores hacia la Municipalidad de Córdoba: un espacio gratuito de exhibición y venta para las editoriales independientes cordobesas dentro de la carpa central de la Feria del Libro, el cual lleva por nombre “Espacio Barón Biza” y que en 2016 redobló la apuesta “federalizando” la propuesta para que no sólo pudieran participar editoriales cordobesas sino también sellos independientes de otras provincias, potenciando así la bibliodiversidad del stand y la posibilidad de que los editores tiendan puentes y redes y compartan inquietudes con colegas de otros puntos del país en similares situaciones.

Asimismo el Subdirector rescató que dada la buena experiencia de diálogo y crítica constructiva en los foros editorial 2015, la Secretaría de Cultura había decidido replicar la instancia foro en 2016 con los otros siete subsectores de la cultura: artes visuales, artes escénicas, audiovisuales, artesanías, diseño, música y gastronomía.

Además mencionó que a diferencia de los foros con editores de 2015, en esta oportunidad se había decidido “abrir el juego” a otros agentes vitales del ecosistema editorial más allá de los editores como lo son los escritores, librerías, bibliotecarios, dibujantes, editores de revistas, periodistas y fanzineros, a fin de poder tener “una foto” más amplia del sector y entendiendo que estos agentes pueden aportar al debate miradas nuevas y otro enfoque que potencie al ecosistema editorial cordobés.

# Introducción al Foro

Se presentó a la facilitadora del taller, la Lic. Marina Assandri, para dar inicio al mismo.

## 1. Presentación del Equipo de Facilitación

La moderadora presentó al equipo de co facilitación conformado por el Lic. Mario Cuomo, la Lic. Agustina Monserrat y el Lic. Santiago Nores, quienes se presentaron diciendo su perfil y rol en el foro.

## 2. Objetivos, Agenda y Metodología

Posteriormente se consensuaron la **agenda de trabajo**<sup>1</sup> y los **objetivos del encuentro**. Se presentó la metodología a ser utilizada durante la jornada, la aplicación de la técnica de Metaplan<sup>2</sup>, la importancia de la visualización permanente de los pasos para lo cual se trabaja con tarjetas sobre paneles de manera de registrar los acuerdos del grupo y poder revisar lo ya elaborado.

Por otro lado, se comentó sobre el **rol de la facilitadora**, quien guió la discusión grupal y propuso la metodología en los distintos momentos del foro. Así mismo se establecieron acuerdos con respecto a los horarios y se planteó la importancia de participar durante toda la jornada para la construcción conjunta de consensos. Con el acompañamiento de los trabajos grupales del equipo de co facilitación y también para las plenarias.

La agenda de trabajo como la **metodología de trabajo** fue diseñada con la coordinación del Subdirector de Cultura Digital, Juan Cruz Sánchez Delgado, la Directora de Desarrollo y Cooperación Cultural, Natalia Albanese y con el acompañamiento del Área de Investigación de la Secretaría de Cultura, Lic. Agustina Monserrat y el Lic. Santiago Nores.

Entre los **objetivos del foro** se mencionaron los siguientes:

- Abordar el diagnóstico estratégico
- Abordar el análisis estratégico:
  - ✓ Acordar la imagen, la identidad, la proyección.
  - ✓ Delinear el mapa de actores.

---

<sup>1</sup> Anexo: Agenda del Foro.

<sup>2</sup> Técnica de visualización por tarjetas la cual fue desarrollada en Alemania a finales de los años '60 por un grupo interdisciplinario de científicos sociales y asumidos luego por la empresa METAPLAN con el objetivo de apoyar procesos de discusión grupales en instituciones y empresas y a los fines de lograr una mayor participación y eficacia.

- Identificar los principales desafíos para el presente año y el 2017.
- Establecer los próximos pasos para avanzar en el marco de este proceso.

## Diagnóstico Estratégico

### 1. Análisis de Situación: Aspectos Positivos y Negativos

Se trabajó con la **técnica de diagnóstico** utilizando los **aspectos negativos** y los **aspectos positivos** en general y por dimensión asignada.

Para el desarrollo de esta actividad se conformaron tres grupos de trabajo:

**El grupo I: abordó temas generales más la dimensión: Feria del libro.**

**El grupo II: abordó temas generales más las dimensiones: Fondo Estímulo y Premio Tejeda.**

**El grupo III: abordó temas generales más la dimensión: Espacio Barón Biza.**

Respondiendo a las preguntas: ¿Cuáles son los principales aspectos positivos del sector editorial en la ciudad de Córdoba? y ¿Cuáles son los principales aspectos negativos del sector editorial en la ciudad de Córdoba?

Entre los **aspectos positivos** se resaltaron a) Autogestión y el sostenimiento del sector, b) Crecimiento del sector, c) Diversidad y calidad de las propuestas editoriales, d) Vínculos y e) Otros como: “Existen algunos procesos de educación al consumidor”, “Que haya una librería de comics”, “Existen casos puntuales del ‘sector’ que ofrecen servicios al exterior”, “No se paga IVA a nivel nacional”, “Cambios ‘canales de distribución’ beneficia a algunos en la cadena de valor”.

Entre los **aspectos negativos** se destacaron

#### Aspectos positivos en general:

##### En verde, las ventajas distintivas

- ❖ **AUTOGESTIÓN Y SOSTENIMIENTO DEL SECTOR**
  - Autogestión
  - **Autogestión: organización de festivales y producción de libros**
  - **Gestión/ Pasión**
  - Sostenimiento en el tiempo del sector editorial independiente



## ❖ **CRECIMIENTO DEL SECTOR**

### ● **Momento próspero, como polo de producción “literaria” (calidad y producción) No ventas**

- Abrieron muchas editoriales en los últimos 10 años
- Crecimiento
- Generación de editoriales independientes
- Producción local se estuvo produciendo en los últimos años. Aparición de editoriales enfocados a públicos más segmentados

## ❖ **DIVERSIDAD Y CALIDAD DE LAS PROPUESTAS EDITORIALES**

- Diversificación de géneros como historieta, libro objeto
- Calidad estética y contenidos
- Diversidad, originalidad y fortalecimiento del sector editorial a partir del 2001
- Diversidad de propuestas
- Bibliodiversidad

## ❖ **VÍNCULOS**

### ● **Contacto con editores y autores**

- Apertura a todos los sectores
- Relación entre editoriales independientes
- Integrarse con otros
- En la UNC existan “espacios de diálogo”

## ❖ **OTROS**

- Posibilidad para editoras sin fondos
- Existen algunos procesos de educación al consumidor
- Que haya una librería de comics
- Existen casos puntuales del “sector” que ofrecen servicios al exterior
- No se paga IVA a nivel nacional
- Cambios “canales de distribución” beneficia a algunos en la cadena de valor
- Aumenta las ventas en las Ferias
- Variaciones en política de comercio exterior no impacta en las librerías
- Diferentes espacios/ medios de acceso

## **Aspectos positivos por dimensión:**

### **➤ Feria del Libro**

- Dura 3 semanas
- Presencia entre agosto y septiembre
- Comunicación y presencia
- La continuidad (30 años)
- Manejo con el curador para la línea
- Eje conceptual (riqueza y cohesión a la programación)
- Apoyo de autoridades y CALIPACER (apoyos económicos)
- Los mismos organizadores y el mismo lugar físico
- Espacio Barón Biza

### **➤ Fondo Estímulo y Premio Luis de Tejada**

- Tejada: método para premiar a los autores
- Tejada: Premio al escritor
- Administrativamente se está trabajando en un cronograma para los pagos de los premios

### **➤ Espacio Barón Biza**

- Diversidad de propuestas
- El espacio va cobrando identidad
- Visibilidad
- Visibilidad/ Fortalecimiento
- Amplitud/ Tamaño del stand
- Potencialidad
- Sector organizado
- Visibilidad y organización
- **Lugar de encuentro**
- Mucha circulación
- Primer espacio propio y con apoyo
- Inclusión de las editoriales independientes en la Feria del Libro

## Aspectos negativos en general:

### En rojo, nudos críticos

- ❖ FALTA DE PÚBLICO Y SOBREOFERTA / FALTA DE VISIBILIDAD
  - Falta de consumo local, cultura local
  - Público: capacidad de consumo restringido. Eventos específicos
  - Superpoblación de material que produce una falta de visibilidad
  - **Llegada en comunicación y construcción de público que es escasa e inadecuada**
  - Público: cree que lo único que hay para leer está en la vidriera
  - Falta de diagnóstico para llegar al público
  - Hacer el camino inverso: ¿Qué quiere leer la gente? Ver necesidades
  - Público reducido
  - Normalización de autores cordobeses
  - Visibilidad desigual
  
- ❖ FALTA POLÍTICAS Y/O APOYOS DEL ESTADO
  - Falta de compromiso estatal con las librerías locales
  - Medidas públicas que afectan a partes del sector
  - Dificultad para construir políticas públicas frente a la heterogeneidad de las editoriales
  - Falta de apoyo estatal a la producción editorial
  - Falta de apoyo estatal en la comunicación del libro de la editorial independiente
  - Falta de apoyo estatal en la distribución de la producción editorial de Córdoba
  
- ❖ ESCASA ORGANIZACIÓN DEL SECTOR Y ARTICULACIONES
  - Falta de agrupación en entes propios de las editoriales (cámara o asociación)
  - Falta de representatividad
  - Sinergia y trabajo en conjunto
  - Falta de articulación Municipalidad/Foro Editorial y Barón Biza / Universidad
  
- ❖ DIFICULTADES EN LA DISTRIBUCIÓN
  - Distribución: cortas tiradas muy altas
  - **Intermediarios, que exigen esa gran tirada de distribución monopólica (porcentaje - tirada) falta de acceso al público nacional**
  - Ventas restringidas por tipo de material falta de interés de distribuidoras
  - **Consignación distribuidora: falta de difusión, exceso de consignación, falta de criterio del libro, falta de público específico**

- Exportación: Proceso complejo para realizarlo
- Problemas para distribución
- Dificultad en la distribución: “No sabemos distribuir” (posición de algunas editoriales)
- Necesidad de centralizar la distribución conjunta de la producción de editoriales independientes
  
- ❖ PROBLEMAS DE COMERCIALIZACIÓN
  - Alto costo del precio de tapa que ronda el 70%
  - Alto porcentaje con el que se quedan las librerías (45%)
  - Cuesta generar la cadena de producción de libros para que vuelva el monto a reinvertir
  - Situaciones económicas y estructuras muy diversas
  
- ❖ INFORMALIDAD DEL SECTOR
  - El sector editorial es informal. Falta de inscripción
  - Dificultad al momento de inscripción en ventanilla única (Comercio e Industria)
  
- ❖ ESCASA INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN
  - Difusión con poca información
  - Exclusión y desinformación. Editoriales del interior
  - Falta de página web o libro electrónico de la editorial municipal
  
- ❖ NECESIDAD DE RECURSOS ECONÓMICOS / FINANCIAMIENTO
  - **Falta de apoyo directo relacionado a sustentabilidad de proyectos (créditos blandos, financiamiento, etc.)**
  - Recursos sustentabilidad
  - Ventas escasos recursos para publicidad
  
- ❖ OTROS
  - Escasa continuidad de los proyectos
  - Poca participación y autoridades femeninas
  - No hay una bibliografía de autores cordobeses

**Aspectos negativos por dimensión:**

➤ **Feria del Libro**

- Distintas visiones desde las distintas perspectivas del gobierno
- Falta de fundamento teórico que sustente la continuidad y producción de la Feria
- Rol ambivalente del gobierno, participa o no según interés
- Editorial: trabajo no articulado con las otras instituciones
- Desborde de actividades en producción editorial
- Falta de espacio físico para actividades
- Falta en el control en el trabajo no formal durante la Feria

- Falta de presencia: de editoriales nacionales e internacionales con stand propio
- Escasa participación del Estado Provincial. En distribución en escuelas y espacios propios

#### ➤ **Fondo Estímulo y Premio Luis de Tejeda**

- Tejeda: Necesidad de diversificar el Premio Luis de Tejeda, en categorías
- Falta de difusión en convocatorias a premio Tejeda
- Tejeda: Dilación entre la premiación y la distribución
- Falta articulación premios provinciales y municipales, se pisan
- Monto de los premios permite editar menos libros
- Dilaciones administrativas
- Tejeda: No se identifica la política conceptual
- No hubo cambios sustanciales en los reglamentos
- Fondo Estímulo: Ganan siempre editoriales de servicios –empresas-
- Fondo Estímulo no funciona como premio. Hay que repensarlo
- Falla la distribución de los libros premiados, tanto Fondo Estímulo como Premio Luis de Tejeda

#### ➤ **Espacio Barón Biza**

- Falta de información más específica
- Cantidad de material
- Falta + Espacio
- Mejorar y profundizar la difusión del Espacio
- Trabajo en conjunto de las editoriales por encima de los intereses particulares
- Desconocimiento del Espacio Barón Biza
- Visibilidad desigual
- Más propuestas de los expositores en programación
- Crear agenda propia durante la Feria y después
- Mejorar el espacio expositivo. Atender a casos particulares. Ej. Libros objeto
- Federalización
- Variedad, falta de bibliodiversidad
- **Identidad e Identificación del Stand**
- Mejorar el espacio expositivo
- Programación (necesidad de pensarla colectivamente)
- Charlas y eventos que acompañan al sector que no tienen que ver con él

- Comunicación con editores del interior
- Falta de comunicación. Editoriales del interior

## **Análisis de Situación: Nudos Críticos y Diferenciación**

Se le pidió a cada grupo que identifiquen el nudo crítico (aquel identificado como la mayor debilidad) y el aspecto Positivo Interno (como ventaja o diferenciación) entre los aspectos positivos y los negativos enumerados.

### **Nudos críticos:**

- Intermediarios, que exigen esa gran tirada de distribución monopólica (porcentaje - tirada) falta de acceso al público nacional
- Consignación distribuidora: falta de difusión, exceso de consignación, falta de criterio del libro, falta de público específico
- Llegada en comunicación y construcción de público que es escasa e inadecuada
- Falta de apoyo directo relacionado a sustentabilidad de proyectos (créditos blandos, financiamiento, etc.)

### **Diferenciación:**

- Autogestión: organización de festivales y producción de libros
- Gestión/ Pasión
- Momento próspero, como polo de producción "literaria" (calidad y producción) No ventas
- Contacto con editores y autores.

## **Análisis Estratégico Sector Editorial**

### **1. Identidad, Proyección, Imagen y Mapa de Actores**

A través de preguntas sistémicas y con el trabajo en tres grupos de trabajo conformados en forma aleatoria, se delinearon la **identidad y la proyección**, la **imagen** y el **mapa de actores**. Así mismo se trabajó sobre

sugerencias a la Feria del Libro (Grupo I), al Fondo Estímulo y Premio Luis de Tejeda (Grupo II) y Espacio Barón Biza (Grupo III).

La **identidad** de la escena, la razón de ser de la misma dada por “la diversidad de géneros y opciones de lectura, el aporte en materia de asesoramiento y apertura a nuevas formas de edición como así también por la creación de nuevos espacios de encuentro y nuevos artistas”.

La **proyección** del sector Editorial para el año en curso y el próximo es: presencia en la Feria del Libro similar al de las librerías, con espacios interdisciplinarios y colectivización. Presencia en Bs. As. de manifestación de nuestra cultura. Con un espacio multicultural de la producción cordobesa. Exhibición en Ferias Internacionales. Conformación de un espacio con mayor representatividad del sector y frente a políticas públicas. Córdoba capitalizando el Congreso Mundial de la Lengua. Posicionamiento regional inclusivo con otros emprendimientos de la región. Organización como sector y conexión con entidades gubernamentales.

El **posicionamiento estratégico** considera la propuesta editorial de Córdoba como diversa en sus géneros y opciones de lectura. Necesidad de atraer a los niños, generando planes nacionales de lectura inclusivos a través de libros objeto y audiolibros. Buscar nuevas estrategias de distribución.

El **mapa de actores** está integrado por editores, libreros, bibliotecarios, gestores culturales, público, Estado, autores, universidad.

#### **Sugerencias Feria del Libro:**

- No abrir tan temprano la Feria del Libro (septiembre)
- Una política de Estado unificada
- Incluir el “momento digital”
- Serie de talleres en la Feria del Libro
- Articular con la Provincia para las escuelas secundarias
- Musicales fuertes
- Programa de acciones a partir de la Feria
- Promoción en conjunto
- Educar “hábitos del público para el traslado”

### **Sugerencias Fondo Estímulo y Premio Luis de Tejada:**

- Diversificar premio Luis de Tejada: todos los géneros se premian por año. 4 géneros
- Agilizar cronograma de pagos
- Mayor difusión a las convocatorias
- “No hacer reglas de construcción rígida y cumplimiento flexible sino reglas flexibles de cumplimiento rígido”
- Clarificar el premio Tejada. Que sea claro de reconocer
- Destinar mayores recursos al Fondo Estímulo o Reformular el concepto de “Estímulo a la Actividad Editorial: le queda grande. Forma de premio
- Reformular esquema de distribución de los premios
- Definir editorial en el reglamento: al menos debe haber editado 5 libros
- Jurado idóneo
- Más información para el jurado por ejemplo: ficha técnica , si hay aporte económico del autor a la producción del libro
- Revisar Art. 1 del Fondo Estímulo sobre obligatoriedad de inscripción de editoriales en AFIP
- Revisar Art. 2 del Fondo Estímulo: Fomento a la actividad editorial, no importa procedencia del autor.
- Tener reglamentos antes de fin de año para que los cambios se reflejen el año que viene

### **Sugerencias Espacio Barón Biza**

- Catálogos y directorios impresos y programación
- Producir un catálogo (simple) de títulos Barón Biza
- Difundir un catálogo del material del stand con información de cada editorial
- Construcción de un espacio integral, desde el diseño hasta el contenido de las propuestas
- Barón Biza en Mercado de Arte
- La posibilidad de diseñar el espacio teniendo en cuenta la particularidad a exponer
- Regularidad del espacio Barón Biza (más allá de la Feria, organización mensual)
- Visibilizar a nivel nacional a través de presencia en ferias del Espacio Barón Biza
- Mayor presupuesto económico para el sector Barón Biza
- Darle al Barón Biza una existencia que trascienda la Feria



## 1.1 Grupo I: Identidad del sector Editorial

En relación a la identidad y a la proyección del sector Editorial se respondieron los siguientes disparadores:

### 1. *¿Cómo proyectan el Sector Editorial de la ciudad de Córdoba?*

- “Feria del Libro con presencia como de Librería”
- Espacios interdisciplinarios y colectivización
- Con objetivos más concretos para la colectivización
- “Manifestación de nuestra cultura con presencia en Bs As”
- Un lugar lindo del intelectual de Córdoba “espacio multicultural” de la producción cordobesa
- CAL: producción local para exhibirse en el exterior “Ferias Internacionales”
- “Sector como espacio de conformación de una entidad con mayor representatividad y frente a las políticas públicas”
- Contemplar y observar la producción digital
- “Secretaría de turismo que se lo entreguen a los turistas”
- “Semillero de productores” y que propulse los otros eslabones de la cadena de valor”
- Córdoba capitalizando el Congreso Mundial de la Lengua.
- Implementación de las articulaciones a partir del mapeo
- “Posicionamiento regional inclusivo con otros emprendimientos de la región”
- Sumar al actor provincial
- “Cultura y educación”

Todo lo antes punteado será posible si se dan los siguientes pasos: 1. Organización nuestra, 2. Conexión con entidades gubernamentales

## 1.2 Grupo II: Imagen del sector Editorial

En relación a la imagen del sector Editorial se respondieron a las siguientes preguntas:

### 1. ¿Cómo se puede fortalecer el sector editorial de la ciudad de Córdoba?

- Atraer a los niños
- Planes nacionales de lectura inclusivos. Libros objeto. Audio libros
- Distribución
- Redefinir qué es el editor y qué es editar- cambios conceptuales- Mapeo

### 2. ¿Qué ofrece el sector editorial de la Ciudad de Córdoba?

- Diversidad de géneros, opciones de lectura
- Asesoramiento
- Creación de nuevos espacios de encuentro y nuevos artistas
- Apertura a nuevas formas de edición

## 1.3 Grupo III: Mapa de Actores del sector Editorial

En cuanto al Mapa de Actores relacionados al sector Editorial de la Ciudad de Córdoba se esbozaron las siguientes respuestas por parte de los actores participantes

1. *¿Qué actores integran el sector Editorial?*
2. *¿Interés de los actores el sector Editorial de la Ciudad de Córdoba? (Apoyo – Rechazo – Interrogante)*
3. *¿Cuáles son los recursos relevantes de los actores para el sector Editorial?*

Mapa de Actores	¿Interés de los actores el sector Editorial de la Ciudad de Córdoba? (Apoyo – Rechazo – Interrogante)	¿Cuáles son los recursos relevantes de los actores para el sector Editorial?
Editores	Apoyo	Fondo Estímulo
Libreros	Apoyo y Rechazo	Recursos: económicos, comunicación, difusión, espacios, redes, base de datos
Bibliotecarios	Interrogante	
Público	Apoyo	
Gestores culturales	Apoyo	
Estado	Apoyo y Rechazo	

Autores	Apoyo	
Universidad	Interrogante	

#### 4. ¿Cómo se fortalecerán los vínculos en la red y con otros actores de ahora en adelante?

- Municipalidad cumpla rol facilitador de la red (Edit. + otros actores)
- Relación editorial + muni + universidad
- Fomentar relación entre editores independientes y alternativos
  
- Reuniones previas para planificar y proponer actividades y programación entre municipalidad y editores
- Fortalecer la programación construida en diálogo con los editores y autores
- Espacio móvil por los barrios en plazas
- Difusión del Barón Biza más amplia y explicando la producción editorial de Córdoba
- Aprovecha otros eventos generados por la muni para que esté presente Barón Biza
- Programación construida en base al fortalecimiento entre sectores (editores, librereros, gestores, autores)

## Desafíos al 2016-2017

### 1. Listados de Desafíos

Se los invitó que pensarán y escribieran, *¿cuáles son los **Desafíos** más necesarios para el sector Editorial de la Ciudad de Córdoba en el presente año y en el 2017? Pensando tanto los de aplicación del ámbito público como privado, como público/privado e independiente.*

Se definieron los **desafíos** para este año **2016 y para el 2017**, vinculados a: a) organización del sector, b) fortalecer alianzas, c) ferias alternativas y feria del libro, d) políticas públicas, e) profesionalización y nuevas formas de edición, f) contextualización del sector, g) promoción de la distribución, h) difusión y promoción, i) llegar al público, j) trascender lo local, k) proyectos y l) otros.

## ORGANIZACIÓN DEL SECTOR

- Buscar unificar una Red de Editoriales
- Favorecer una entidad civil que agrupe a editoriales de Córdoba
- Integrar a todos los actores del medio, visibilizarlos. Hacerlos parte de la cultura de Córdoba
- Generar actividades para participar de eventos culturales
- Conformación de entidad que nucleee los editores de Córdoba exclusivamente
- Desarrollar una red de librerías culturales con programación afín
- Generar un espacio permanente de debate de ideas, de proyectos, de trabajo en conjunto como si fuera una cámara de editoriales independientes
- Generar una instancia de producción y distribución unificado de todo el sector
- Elaborar un catálogo común de autores de Córdoba con puntos de venta

## FORTALECER ALIANZAS

- Integración: UNC, Provincia, Municipalidad
- Articular con la Provincia para las escuelas secundarias
- Congeniar con la Cámara de Comercio
- Facilitar el diálogo entre escritor y lector. Centros culturales, Colegios, Medios
- Lograr articular un diálogo periódico y fructífero con la municipalidad

## FERIAS ALTERNATIVAS Y FERIA DEL LIBRO

- Feria exclusiva de Editoriales Independientes
- Gestión de Espacios alternativos a la Feria del Libro
- Serie de talleres en la Feria del Libro
- Llevar a los barrios una réplica de la Feria del Libro
- Fomentar la creación y el encuentro de los actores en un tiempo espacio propio (Feria del Libro Independiente)
- Crear Feria del Libro permanente en la ciudad de Córdoba
- Creación de una feria de editores con instancia no sólo de exhibición y venta sino también de formación
- ¿Pensar qué es la Feria del Libro, cultural? ¿Social? ¿Público?
- Realizar diferentes Ferias temáticas a lo largo del año

## POLÍTICAS PÚBLICAS

- Una política de Estado unificada
- El Estado financie la producción local y lo distribuya en colegios
- Fomento estatal a la actividad editorial. Compromiso real con ordenanzas independientes de cada gestión
- Desde lo público, eliminar trabas burocráticas en el apoyo al sector y generar un concepto autosustentable en la editorial municipal
- Para el Estado Municipal: recuperar credibilidad a través de acciones concretas (recuperar prestigio de los premios, por ej.)
- Incentivo enérgico al Fondo Estímulo Municipal

## PROFESIONALIZACIÓN Y NUEVAS FORMAS DE EDICIÓN

- Incluir el “momento digital”
- Actualizarnos: no sólo al papel, también a lo digital
- Nuevas formas de hacer libros
- Mejorar la calidad en edición
- Profesionalizar los procesos de edición y comercialización

## CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR

- Reconocer los cambios del mercado
- Reconocimiento de la complejidad que atraviesa el sector y de la multiplicidad de actores y niveles del mismo
- Ofrecer un panorama de tendencias globales de la industria editorial

## PROMOCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN

- Promover, a partir de artistas estimulados la distribución de la producción local
- La distribución de los nuevos libros en tiempos más cortos

## DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN

- Encontrar a corto plazo un encuentro de charla con editores y/o productores culturales para el desarrollo de la difusión de las actividades
- Promoción de autores locales
- La Difusión del material Bibliográfico, de forma atractiva e inclusiva

- Difundir base de datos Editoriales independientes (incluir el interior)

#### LLEGAR AL PÚBLICO

- Generar nuevo público
- Llegar a nuevos lectores

#### TRASCENDER LO LOCAL

- Trascender los límites de Córdoba y del sector “independiente”
- Salir del plano local
- Romper con el cerco de la ‘cordobesidad’, proponiendo acciones que contemplen actores de todo el país

#### PROYECTOS

- “Ciclos”: Cómicos, infantil
- Replicar la “Noche de Museos” con la “Noche del Libro”

#### OTROS

- Educar “hábitos del público para el traslado”
- La continuidad de las editoriales existentes
- Lograr la interdisciplinar: integrar con otros aspectos de cultura (música, teatro, etc.) y con educación
- Abrir nuevos espacios de encuentro
- Musicales fuertes
- Arteria San Jerónimo y 27 de abril peatonalizarla por ejemplo el fin de semana “Para pensarla”

## Momento final del Foro

El momento final de la jornada contó con una **reflexión general** del evento y con la **presencia** del Subdirector de Cultura Digital de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Córdoba, Juan Cruz Sanchez Delgado, quien agradeció a todas sus participaciones, a la facilitadora y al equipo de facilitación. Se clausuró el evento con un cálido aplauso para todos los presentes.

## 1. Próximos Pasos

Se establecieron las **próximas actividades** que se deben desarrollar para continuar avanzando en el marco de este proceso. Quedando definida la sistematización y digitalización del taller a ser distribuido por la Secretaría de Cultura.

## 2. Evaluación de Participantes

El **momento final** de la jornada contó por un lado con una **reflexión general** del evento, así mismo con una **matriz de evaluación** de los participantes del evento, donde los participantes plantearon que en general durante el encuentro se **sintieron** “a gusto, muy bien, escuchada/o, cómoda/o, respetado, valorado, bien recibido, celebrando el espacio de diálogo, análisis y construcción de consensos, lamentando la escasa participación”, que el encuentro les **aportó** “experiencia valiosa, nada, acercamiento al sector de las editoriales y librerías, instancia de encuentro y diálogo con otros referentes del sector, ganas de seguir fortaleciendo el encuentro con otros agentes, información y panorama de la situación del sector, conocimientos, vínculos, contactos”. A su vez, los participantes plantearon como **sugerencias** “cambiar horario y día del foro, que los grupos puedan tratar todos los temas, ampliar y reforzar la convocatoria, seguir trabajando la función facilitadora del Estado municipal, una nueva instancia para proyectos específicos, dar continuidad y frecuencia a estos espacios, dinamismo en la plenaria, dejar un eje de trabajo a disposición de los concurrentes, facilitar el temario del foro con anticipación, revisar la dinámica del Foro para poder explayarse en las discusiones”.

Se transcriben a continuación los comentarios y sugerencias de los participantes:

¿Cómo me sentí?
Muy a gusto. Celebro la apertura al diálogo siempre y cuando éste continúe
Los espacios de diálogo, análisis y construcción de consensos son siempre bienvenidos
Me sentí escuchada, cómoda, y muy a gusto con los organizadores. Gracias!!!

Escuchado y respetado, hermanado con otros productores independientes
Me sentí muy bien por la iniciativa de generar este espacio de debate pero lamento la falta de mayor participación de actores del sector
Muy bien, escuchado y atendido
Bien, en general
Ok. Posibilidad de participar en políticas públicas
Cómodo, libre, valorado
Fue muy gratificador y muy cómodo dialogar sobre la problemática del sector
En un espacio de diálogo abierto con potencial para el trabajo en conjunto
Contento en una instancia de diálogo
Bien recibido. Apertura a ser escuchado
Me sentí bien, fue una buena experiencia
Mal
<b>¿Qué me aportó?</b>
Me aportó experiencia valiosa
Nada
Mayor acercamiento al campo de las letras, desde otro sector al que vengo trabajando. Puntualmente el campo editorial y de las librerías
Una instancia de diálogo y encuentro con otros actores
La posibilidad de comunicar que es más complejo el panorama editorial, que no sólo se publica en grandes tiradas, sino que hay actores que crean de a 10 libros...
El encuentro con otros referentes del sector y la posibilidad de escuchar y ser escuchado
Conocimiento propio del sector, nuevas inquietudes, ganas de seguir fortaleciendo el trabajo con otros agentes/actores del sector



Una confirmación del Estado del medio editorial y un panorama más integral
Me aportó gran caudal de información de la situación del sector
Visión panorámica del sector y de las diversas opiniones
Tópicos específicos (pensamiento de distintos actores)
Ideas
Conocimientos. Vínculos
Contacto con colegas
Intercambio de ideas con otros editores y actores
Mayor conocimiento del campo editorial de la ciudad de Córdoba
Me dio una visibilización más amplia de la problemática general/ comunicación horizontal
Relacionarme con gente del sector, conocer opiniones diversas
Me aportó una visión más amplia de la problemática de las editoriales independientes
<b>¿Qué sugerencias hago?</b>
Cambien el horario y el día. Los editores independientes laburamos de cientos de cosas más
Hacer más un debate con los temas, que se pueda mover el grupo por todas las propuestas (para eso harían falta varias jornadas o una jornada más extensa)
Que los temas pasen por todos los grupos
Revisar todos los actores del medio: faltan editoriales cartoneras, reciclado, autopublicadores, libro objeto, para públicos especializados, etc.
Más libertad en algunos grupos (la Cámara intimida)
Seguir trabajando la función facilitadora del Estado municipal a la integración de foro autónomo de editores a través de reuniones regulares y comunicación vía mail

Como en cualquier otra instancia si no se producen resultados visibles y prácticos en el corto/ mediano plazo sólo queda en una buena intención o tal vez incluso potencie el aspecto negativo del diagnóstico que se elaboró
Horario del Foro más propicio que quienes trabajan por la mañana
Una nueva instancia para proyectos específicos
Generar encuentros más seguidos entre los sectores
Profundizar las propuestas
Retroalimentar el documento final
Mantener el tiempo, dar continuidad al trabajo
Faltó más dinamismo en la presentación final de los tres grupos
Que se repita con mayor frecuencia
Dejar un eje de trabajo a disposición de los concurrentes (es decir, dar espacio a una instancia de trabajo sugerido)
Constancia en este tipo de encuentros
Reforzar la convocatoria
Facilitar el temario o interrogantes centrales sobre los que se trabaja con antelación
Que estos encuentros se repitan a modo de poder evaluar vamos por buen camino
Por momentos la metodología del Foro no deja explayarse sobre algunas discusiones interesantes y necesarias. Sugiero revisar la dinámica
En cuanto a los Foros en general promoverlos y difundirlos desde otros agentes (por ejemplo nosotros como ... En cuanto a éste se podrían reformular en distintos encuentros, más pequeños, de trabajo previos con otros actores del sector (escritores, biblioteca, editoriales) Dichos encuentros pueden ser presenciales y/o virtuales particularmente, tengo poco conocimiento de la legislación editorial, por lo cual, en algún punto puede haber obstaculizado algún tema debatido en el grupo
Dar continuidad a estos encuentros

Hacer algo más concreto

### **3. Reflexión General del Evento**

Se agradece la gran riqueza de aportes y reflexiones de todos los actores participantes en el foro como el clima de armonía en el que se desarrolló el encuentro.

Por otro lado, se destacan la coordinación y la logística adecuada para el desarrollo de la jornada que acompañaron la reflexión y la inmersión para el alcance de los objetivos previstos en el marco del foro.

Se alcanzaron los objetivos previstos para la jornada: a) abordar el diagnóstico estratégico; b) abordar el análisis estratégico: b.1) acordar la imagen, b.2) la identidad y la proyección y b.3) el mapa de actores y c) establecer los desafíos para el presente año y para el 2017.

El foro fue desarrollado con metodología de planificación participativa sistémica.

**B – Anexo**

---

## **I. Agenda Foro**

### **“ESCENAS. Foro de Creadores de Córdoba”**

**Foro: “Construcción de consensos para la política pública cultural: posicionamiento del Sector Editorial de la ciudad de Córdoba”**

<b>I. Apertura del Foro (10.00 – 10.15 horas) – Autoridades de la Municipalidad de Córdoba</b>
<b>II. Introducción al Foro (10.15 – 10.45 horas) - Lic. Marina Assandri</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Presentaciones - Expectativas</li><li>▪ Objetivos – Agenda - Metodología</li></ul>
<b>III. Antecedentes de foros anteriores (10.45 – 11.00 horas) –</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Antecedentes y acciones</li></ul>
<b>IV. Diagnóstico Estratégico (11.00 – 12.00 horas)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Diagnóstico</li><li>▪ Nudos críticos y diferenciación</li></ul>
<b>Corte 12.00 a 12.20 horas</b>
<b>V. Análisis Estratégico de Posicionamiento del Sector Editorial (12.20 -13.15 horas)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Imagen, Identidad, proyección y Mapeo de Actores</li></ul>
<b>VI. Plenaria (13.15 -14.15 horas)</b>  <b>Presentación del trabajo de los grupos</b>
<b>VII. Conclusiones y cierre (14.15 – 14.30 horas)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Reflexión general</li><li>▪ Temas pendientes</li><li>▪ Próximos pasos</li></ul>

## **II. Listado de Participantes**

1. Alejo Carbonell
2. Bárbara Couto
3. Carlos del Campo
4. Celia Abrego
5. Chibli Yammal
6. Eduardo Gasquez
7. Elida Elizondo
8. Emilia Casiva
9. Emilio Baigorri
10. Ernesto Lerch
11. Federico Lavezzo
12. Federico Racca
13. Félix Marcelo Piñero
14. Gastón Sironi
15. Ignacio Salde
16. Ileana Contreras
17. Jorge "Droopy" Campos
18. Jorge Maldonado
19. Juan Cruz Sánchez Delgado
20. Juan Pablo Gorostiaga
21. Leandro Calle
22. Lucía Gregorczyk
23. Lucio Speranza
24. Luis Seia
25. Martín Felippa
26. Matias Lapezzata
27. Nelda Abed
28. Nicolás Viglietti
29. Ramiro Arellano
30. Ramiro Iraiola
31. Rocío Carnicer

**III. Listado de Participantes por Grupo**

GRUPO I			
NOMBRE	REFERENCIA	TELÉFONO	CORREO
Ignacio Salde	Profesor taller literario Centro Cultural Graciela Carena	351- 4245402/ 351- 156728203	<a href="mailto:ignacioalejandrosalde@gmail.com">ignacioalejandrosalde@gmail.com</a> <a href="mailto:sinpalabrastallerliterario@gmail.com">sinpalabrastallerliterario@gmail.com</a>
Ernesto Lerch	Sociedad Bíblica Argentina	351- 422-9014 351-15608526 5	<a href="mailto:ernestolerch@biblica.org">ernestolerch@biblica.org</a>
Martín Felippa	Editorial Insignia	03543 44-4672 351-156114639	<a href="mailto:infoedinsignia@gmail.com">infoedinsignia@gmail.com</a> <a href="mailto:mfelippa@yahoo.com.ar">mfelippa@yahoo.com.ar</a>
Carlos del Campo	Ediciones del Corredor Austral	351- 4551494 351-155586755	<a href="mailto:carlos.delcampo11@gmail.com">carlos.delcampo11@gmail.com</a>
Nelda Abed	Librería Infanto Juvenil - CALIPACER	351- 4216605 351-3968125 (CALIPACER: 4518631)	<a href="mailto:libreriainfantojuvenil@gmail.com">libreriainfantojuvenil@gmail.com</a> <a href="mailto:calipacer@gmail.com">calipacer@gmail.com</a>
Romina Ortigoza	Librería- Jerez Libros Mayorista	351- 4740501 351-4084537 351-15208360 5	<a href="mailto:cordoba@jerezeditores.com.ar">cordoba@jerezeditores.com.ar</a> <a href="mailto:ortigozaromina@hotmail.com">ortigozaromina@hotmail.com</a>
Luis Seia	EduVIM (Editorial Universitaria Villa María)	351-15227091 5	<a href="mailto:foreign.rights.eduvim@gmail.com">foreign.rights.eduvim@gmail.com</a>
Nicolás Viglietti	Editorial Contamusa	0351-3480701	<a href="mailto:thegraycorner@gmail.com">thegraycorner@gmail.com</a> <a href="mailto:viglietti.nicolas@gmail.com">viglietti.nicolas@gmail.com</a>
Ramiro Arellano	Editorial Municipal	351-155592924 351-4332472	<a href="mailto:editorialmunicipalidad@gmail.com">editorialmunicipalidad@gmail.com</a> <a href="mailto:arellano@gmail.com">arellano@gmail.com</a>

Juan Cruz Sánchez Delgado	Secretaría de Cultura - Editorial Nudista	351-15557752 3	subdir.culturadigital@gmail.com juancruzsanchez@gmail.com
Chibli Yammal	Ediciones Chibli Yammal	0351-15633493 4	chyammal@gmail.com

GRUPO II			
NOMBRE	REFERENCIA	TELEFONO	CORREO
Federico Lavezzo	Editorial Municipal	351-2455464 351-4332472	editorialmunicipalidad@gmail.com federicolavezzo@gmail.com
Eduardo Gasquez	Agencia Córdoba Cultura	351-3695597	eduardogasquez@gmail.com
Lucía Gregorczuk	Editorial Contamusa. Colectivo Prendefuego	351-2340918	lugregorczuk@gmail.com
Alejo Carbonell	Caballo Negro Editora	351- 4802570 351-15211061 7	alejocarbonell@hotmail.com
Matias Lapezzata	Editorial UNC. Los ríos editorial. Cinéfilo Revista.	351-15347649 7	matiaslapezzata@gmail.com
Federico Racca	Escritor		federacca@yahoo.com.ar
Jorge Maldonado	Revista La Central	351-15232323 2	revistalacentral@gmail.com <a href="mailto:jormaldonado@gmail.com">jormaldonado@gmail.com</a>
Jorge "Droopy" Campos	Revista La Central	351-15230303 0	revistalacentral@gmail.com <a href="mailto:droopycampos@gmail.com">droopycampos@gmail.com</a>
Celia Abrego	Biblioteca Municipal Dr. Arturo Capdevila	351-4332732 351-15207785 7	celiabrego@hotmail.com
Gastón Sironi	Editorial Viento de Fondo	351-15696042 7	gastonsironi@gmail.com



<b>GRUPO III</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>REFERENCIA</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>CORREO</b>
Juan Pablo Gorostiaga	Vicedirector Escuela de Bibliotecología	351-1555815 60	juanpgorostiaga@gmail.com
Elida Elizondo	Directora Escuela de Bibliotecología	351-1534659 45	elidaeee@gmail.com
Ileana Contreras	Centro cultural Casona Municipal - Centro de Documentación e investigación	351-4332766	ileanacon@hotmail.com
Emilia Casiva	Casa 13 ediciones		casa13ediciones@gmail.com updcasa13@gmail.com emiliacasiva@gmail.com
Bárbara Couto	Ediciones de la Terraza	0351 - 156414498	edicionesdelaterraza@gmail.com barbicouto@gmail.com
Rocío Carnicer	Casa 13 ediciones Miembro del equipo Colección 1.330.022, etcétera artistas contemporáneos de Córdoba	3585-092957	casa13ediciones@gmail.com updcasa13@gmail.com ro_peperina@hotmail.com
Emilio Baigorri	Librero, escritor	351-15270828 3	ebaigorritheyler@gmail.com
Lucio Speranza	Editorial Municipal	351- 4332472 351-15241817 3	editorialmunicipalidad@gmail.com luciospear@gmail.com
Leandro Calle	Escritor	351-15239151 0	leandrocalle2000@yahoo.com
Ramiro Iraiola	Babel Ediciones	351-4222578 -351-4215696 351-15314139	babelediciones@gmail.com
Félix Marcelo Piñero	Proyecto Big Bang Arte	351-15520368 1	fmp@proyectobigbang.com.ar

