

Lenguaje y formación en el sector editorial argentino: un análisis comparativo entre el discurso académico y las prácticas profesionales contemporáneas (2021-2023) con herramientas digitales

Language and Training in the Argentine Publishing Sector: A Comparative Analysis between Academic Discourse and Contemporary Professional Practices (2021-2023) with Digital Tools

Hebe Mariel Dato

hebedato@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina

 <https://orcid.org/0000-0002-0430-0946>

Jésica Stecco

jesicastecco@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

Biblioteca del Congreso de la Nación, Argentina


 <https://orcid.org/0000-0001-8018-2139>

Ana Ximena Cano

canoanaximena@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

Universidad Nacional de Avellaneda, Argentina

 <https://orcid.org/0000-0003-2515-2644>

Mariana A. Fábrega

marianafabrega@uba.ar

Universidad de Buenos Aires

Universidad de Morón, Argentina


 <https://orcid.org/0000-0003-1154-4241>

Jairo Fiorotto

jairoxfiorotto@gmail.com

Universidad de Buenos Aires


Universidad Nacional de las Artes, Argentina

 <https://orcid.org/0009-0005-1228-3751>

Jorgelina Passo

jorpasso@gmail.com

Universidad de Buenos Aires, Argentina

 <https://orcid.org/0000-0002-5206-1054>

Stefhanny Rey

stefhanny.rey@gmail.com

Universidad de Buenos Aires, Argentina

 <https://orcid.org/0009-0003-5242-434X>

Cita recomendada:

Dato, H. M., Stecco, J., Cano, A. X., Fábrega, M. A., Fiorotto, J., Passo, J. y Rey, S. (2025). Lenguaje y formación en el sector editorial argentino: un análisis comparativo entre el discurso académico y las prácticas profesionales contemporáneas (2021-2023) con herramientas digitales. *Publicaciones de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales*, 6, e068. <https://doi.org/10.24215/27187470e068>

RECIBIDO: 20/03/2025 **ACEPTADO:** 02/07/2025

Roles de autor

Hebe Dato: Visualización, Software, Redacción - borrador original, Recursos, Metodología, Investigación, Escritura - revisión y edición, Conceptualización, Análisis formal, Administración del proyecto.

Jésica Stecco: Administración del proyecto, Redacción - borrador original, Recursos, Investigación, Escritura - revisión y edición, Conceptualización, Análisis formal.

Ana Ximena Cano: Curaduría de datos, Metodología, Recursos, Investigación, Escritura - revisión y edición, Conceptualización, Análisis formal.

Mariana A. Fábrega: Curaduría de datos, Recursos, Investigación, Escritura - revisión y edición, Conceptualización, Análisis formal.

Jairo Fiorotto: Software, Curaduría de datos, Metodología, Investigación, Escritura - revisión y edición, Conceptualización, Análisis formal.

Jorgelina Passo: Curaduría de datos, Metodología, Recursos, Investigación, Escritura - revisión y edición, Conceptualización, Análisis formal.

Stefhanny Rey: Curaduría de datos, Metodología, Recursos, Investigación, Escritura - revisión y edición, Conceptualización, Análisis formal.

RESUMEN

Este artículo aborda el análisis del campo editorial argentino desde diversas perspectivas disciplinarias, con un enfoque principal en las entrevistas a editores realizadas en el programa "Edición de Bolsillo". A través de una metodología que incluye transcripción y análisis léxico, se examinan las diferencias en el vocabulario utilizado por editores con formación académica y aquellos formados en el oficio. Los resultados revelan que no existen diferencias significativas en la terminología empleada, contraviniendo la hipótesis inicial. El estudio clasifica los términos según su relación con los polos cultural y comercial, destacando la mayor mención de términos relacionados con el polo cultural. Se resalta la importancia de la oralidad en el análisis, subrayando la necesidad de un encuadre centrado en los propios editores, para lograr comprender mejor las dinámicas del sector editorial argentino.

PALABRAS CLAVE: argot profesional, editores argentinos, lenguaje editorial, lectura distante, prácticas editoriales.

ABSTRACT

This research paper analyzes, through language, the construction of practices and knowledge in the current Argentine publishing sector. Through a distant reading analysis of a corpus of podcast interviews, key terms are extracted. These terms are compared with the minimum content standards currently in effect in the Editing program at the Faculty of Philosophy and Letters, University of Buenos Aires, in order to identify professional jargon. Language oriented toward cultural or commercial poles and terms from academic-professional discourse are compared with those of editors whose training is linked to practical experiences and familiar publishing environments as formative instances. Differential training trajectories reflect not only specific practices and knowledge observable in the jargon used, but also the cultural and commercial dynamics that permeate the contemporary Argentine publishing sector.

KEYWORDS: Professional Jargon, Argentine Editors, Editorial Languages, Distant Reading, Editorial Practices

1. INTRODUCCIÓN

El Grupo de Estudios sobre la profesión del editor: Prácticas, contextos y tecnologías¹, conformado por docentes, graduados y estudiantes² de la carrera de Edición de la Universidad de Buenos Aires, se dedica a investigar el campo editorial argentino a través del uso de herramientas digitales para el análisis de datos. Este enfoque no solo combina el conocimiento específico del ámbito editorial, sino que también se enriquece con las perspectivas interdisciplinarias de sus miembros,

¹ Accesible desde: https://www.instagram.com/sobre_la_profesion_del_editor/.

² Hebe Dato y Jéscica Stecco (directoras), Ana Ximena Cano, Mariana A. Fábrega, Jairo Fiorotto, Jorgelina Passo y Stefhanny Rey.

algunos de los cuales provienen de disciplinas como Comunicación, Historia, Letras y Bibliotecología.

Uno de los aspectos clave para comprender el desarrollo del campo editorial argentino es el análisis histórico de la carrera de Edición. La creación de la carrera de Técnico en Edición —posteriormente transformada en la carrera de Edición en 1998— fue el resultado de una convergencia de factores institucionales y sectoriales durante la década de 1990. Desde la Universidad de Buenos Aires, se impulsó la apertura de carreras técnicas cortas destinadas a facilitar una rápida inserción laboral y a responder a las demandas específicas del mercado. Paralelamente, el Departamento de Bibliotecología y Ciencia de la Información de la Facultad de Filosofía y Letras, bajo la dirección de Susana Romanos de Tiratel, promovió el diseño del plan de estudios, apoyándose en materiales aportados por el Rectorado y la Cámara Argentina del Libro (CAL). La propuesta inicial tenía como objetivo formar técnicos con un conocimiento integral del circuito editorial, en contraste con el perfil más fragmentado predominante en el sector en aquel momento (Dato, 2022).

La Cámara Argentina del Libro, fundada en 1938, también jugó un papel fundamental. En un contexto de recuperación económica a principios de los noventa, la CAL advirtió la necesidad de ofrecer capacitaciones específicas para futuros editores, de modo que pudieran familiarizarse con todas las etapas del proceso editorial antes de ingresar al mercado laboral. Según Alejandro Katz (comunicación personal, agosto de 2019), esta etapa fue percibida como una “primavera editorial”, impulsada por nuevas generaciones que ingresaban al ámbito público y universitario. Horacio García (comunicación personal, agosto de 2019) refuerza esta visión, señalando que la llegada de editoriales extranjeras y la estabilización económica aumentaron la demanda de personal técnico calificado. Sin embargo, Trinidad Vergara (comunicación personal, agosto de 2019) advierte que este periodo también marcó el inicio de una concentración editorial, especialmente a partir de 1995, cuando varios

conglomerados españoles, alemanes e ingleses adquirieron editoriales locales.

La carrera, diseñada originalmente con una duración de dos años y medio, se enfocó en formar editores con competencias generales para desempeñarse en roles técnicos. No obstante, la figura del *publisher* —considerada una habilidad que se adquiere en la práctica— quedó fuera del alcance académico formal. Esta decisión reflejó las limitaciones temporales del plan de estudios y la intención de responder con agilidad a las demandas del mercado laboral, sin dejar de lado el compromiso con la profesionalización del sector (Cabanellas, 2019; Dato, 2022). Finalmente, en diciembre de 1991, el Consejo Superior de la Universidad de Buenos Aires aprobó la creación de la carrera de Técnico en Edición mediante la resolución CS N° 2160/91. Posteriormente, en 1997, la resolución N° 5294/97 cambió la denominación a carrera de Edición, modificó el título otorgado a Editor y estableció un nuevo plan de estudios a partir del 1° de agosto de 1997.

En este marco, el presente trabajo tiene como objetivo principal identificar, categorizar y analizar el vocabulario técnico y el argot utilizado —o, en algunos casos, omitido— por los editores argentinos en entrevistas, con el fin de reconocer la terminología común que estructura y define el campo editorial. En segundo lugar, se busca comparar las diferencias en el vocabulario y la terminología empleada por editores con formación académica y aquellos formados en el oficio, para evaluar si existen variaciones significativas relacionadas con el tipo de formación del entrevistado. En tercer lugar, se analizará el equilibrio entre los polos cultural y comercial desde la perspectiva de los propios editores, para lo cual se examinarán los contenidos mínimos de la carrera de Edición. Finalmente, se pretende explorar cómo el lenguaje especializado de los editores contribuye a la construcción y transmisión de conocimientos dentro del sector.

La investigación parte de la hipótesis de que existen diferencias significativas entre el vocabulario técnico empleado por los editores con formación de oficio y aquellos que han recibido formación académica en Edición.

Para abordar esta problemática, se plantean varios objetivos específicos. En primer lugar, examinar las características estructurales de la industria editorial argentina, incluyendo el tamaño de las editoriales, su orientación por género literario y los modos de producción, a partir del análisis de un corpus empírico compuesto por 34 entrevistas realizadas a diversos actores del sector. Asimismo, analizar el rol del editor dentro de las editoriales, poniendo especial énfasis en las tareas que desempeñan y las marcas lingüísticas que evidencian su intervención en el proceso editorial. Otro eje fundamental consiste en comparar el uso del lenguaje entre editores con formación académica formal y aquellos que adquirieron sus conocimientos a través de la práctica profesional o en contextos familiares, teniendo en cuenta las distintas trayectorias formativas.

Este estudio también propone contrastar el vocabulario identificado en las entrevistas con los contenidos mínimos de la carrera de Edición de la Universidad de Buenos Aires, para establecer puntos de convergencia, divergencias y vacíos significativos. Finalmente, se reflexionará sobre el impacto del lenguaje profesional, no solo en la construcción de la identidad del editor argentino, sino también en la cohesión interna del campo editorial, desde una perspectiva tanto histórica como contemporánea.

La hipótesis central que guía esta investigación sostiene que las diferencias en el vocabulario técnico entre editores formados en el oficio y aquellos con formación académica reflejan modos distintos de aproximarse a la profesión, mientras que también revelan las tensiones y dinámicas internas del campo editorial argentino. Este análisis, por lo tanto, no solo aporta al estudio del lenguaje especializado, sino que

también ofrece una vía para comprender las complejas relaciones entre formación, identidad profesional y prácticas editoriales.

2. ANÁLISIS DE TRABAJOS PREVIOS SOBRE EL CAMPO EDITORIAL

2.1. Aportes interdisciplinarios al estudio del campo editorial: una revisión analítica

El campo editorial argentino ha sido objeto de estudio desde diversas perspectivas y disciplinas tales como los estudios culturales, la sociología, la historia, las letras y la bibliotecología. Sin embargo, resulta notable que, en comparación con estas perspectivas, se le ha prestado poca atención a la mirada de los propios editores, quienes desempeñan un papel central en el funcionamiento de la industria.

Entre los estudios históricos y culturales más destacados se encuentran las investigaciones del sociólogo Alejandro Dujovne (2017, 2018), especialista en historia y sociología del libro y la edición en América Latina que, además, participó en distintos proyectos de investigación nacionales e internacionales sobre producción y circulación internacional de bienes simbólicos, edición universitaria, traducción, políticas de la traducción y ferias del libro latinoamericanas.

Desde el campo de la sociología, los aportes de Saferstein (2015) y Szpilbarg (2014, 2020) sobre la profesionalización del sector editorial argentino, particularmente en pequeñas y medianas empresas, han sido fundamentales. Ambos autores identifican estrategias para adaptarse a los cambios del mercado. En particular, Szpilbarg ha desarrollado una tipología de los editores que surgieron en las décadas posteriores a 1990. En la misma línea, María Fernanda Beigel (1996, 2003, 2014, 2015, 2022) ha investigado sobre la circulación del conocimiento y las políticas editoriales en Argentina, en un contexto académico. Aborda sus estudios desde la sociología de la ciencia y explora las dinámicas de la industria y sus periferias.

Por su parte, desde las disciplinas históricas, Viviana Román (2013, 2016, 2021) se ha centrado en la conformación del sector editorial y los perfiles de editores, utilizando entrevistas con actores clave de empresas de distintos tamaños para comprender la economía del libro en el país. Giuliani y De Sagastizábal (2014, 2016) han estudiado el asociativismo editorial, incluyendo la evolución de la Cámara Argentina del Libro y la organización de eventos como la Feria del Libro, mientras que De Sagastizábal (1995) ha abordado la relación entre el Estado, la industria editorial y los lectores a lo largo de la historia argentina. Asimismo, conjuntamente con Quevedo (2015), analizan la industria editorial Argentina, como resultado de 21 entrevistas realizadas en el programa Leer por Leer³. Ofrecen un recorrido histórico y contextual del sector, que incluye momentos de crisis y recuperación, asimismo, se centran en la composición de una editorial, la construcción de un catálogo, los cambios tecnológicos que influyen en la industria y describen a los editores como personas que, a pesar de las crisis recurrentes en Argentina, siguen apostando por el libro y la cultura.

Desde el ámbito de las letras, De Diego (2014, 2015) ha investigado las políticas editoriales en Argentina desde finales del siglo XIX hasta la primera década del siglo XXI, integrando aspectos económicos y culturales para examinar su impacto en la difusión de libros y la formación de cánones literarios.

Alejandro Parada (2007) ha abordado desde la bibliotecología la relación entre libros, bibliotecas y prácticas editoriales, explorando cómo estas han influido en la sociedad argentina, en el siglo XIX y a posteriori.

Finalmente, la edición, como disciplina específica, también ha generado investigaciones significativas. Dato (2020a, 2020b, 2020c, 2023, 2024) ha analizado la profesionalización de los editores en el siglo XX y las primeras propuestas curriculares para la formación profesional de

³ El programa Leer por Leer fue emitido por Radio UBA (FM 87.9) desde el año 2011 hasta 2019, las entrevistas realizadas son un valioso aporte para el mundo de la edición en la Argentina y en América Latina.

los editores en Argentina. En Dato y Stecco (2024) se explora la incorporación de la tecnología en la formación de editores científicos en la UBA. Dato (2021), en particular, ha publicado sobre las competencias laborales de los editores y el rol de las librerías como canales de distribución en el siglo XXI.

En otro ámbito, el consultor y agente literario Guillermo Schavelzon ha publicado numerosas entradas en su blog⁴, en las que ofrece análisis y reflexiones sobre la actualidad del mundo editorial y toda la cadena de producción del libro. Su blog se ha consolidado como un referente para editores y profesionales del sector. Entre sus publicaciones se destaca *El enigma del oficio: memoria de un agente literario*, editado por Ampersand en 2022.

Por su parte, el sector editorial argentino es estudiado por investigadores extranjeros desde las ciencias de la información: bibliotecología, periodismo y comunicación. Uno de los ejemplos es Lluís Codina⁵, docente e investigador en la Universitat Pompeu Fabra (España), quien contribuye al estudio del campo editorial a través de diversas investigaciones y publicaciones, tanto de autoría individual como en colaboración con investigadores internacionales. Sus trabajos abordan distintas dimensiones del sector editorial, con especial énfasis en la edición científica (Codina, 2025a, 2025b; Lopezosa et al., 2023). Codina es autor de artículos en revistas académicas y medios periodísticos, así como de libros y otras publicaciones especializadas. En esta misma línea de investigación sobre la edición científica se inscriben los estudios de Ernest Abadal⁶, catedrático de la Facultad de Información y Medios Audiovisuales de la Universitat de Barcelona (España). Su labor investigadora se centra en el acceso abierto y la ciencia abierta (Anglada & Abdal, 2023; Abad García et al., 2022; Delgado López-Cozar et al., 2021), así como en el análisis de las tecnologías aplicadas a la

⁴ Accesible desde: <https://schavelzon.com/>.

⁵ Accesible desde: <https://www.lluiscodina.com/>.

⁶ Accesible desde: <https://fima.ub.edu/pub/abadal/es/qui-soc>.

documentación, con especial atención a las publicaciones digitales. Abadal ha publicado numerosos libros y artículos en torno a estas temáticas.

2. 2. La edición como espacio de reflexión. La importancia de investigar desde el marco teórico de la edición

Este panorama general de los estudios o las reflexiones acerca de la edición muestra que la mayor parte de ellos provienen de disciplinas ajenas al campo específicamente editorial, como la historia, la sociología, la bibliotecología, entre otras; y si bien las investigaciones realizadas desde estas perspectivas han sido valiosas, es fundamental que los editores se conviertan en actores protagónicos en la generación de conocimiento sobre su campo. La edición debe ser entendida como un *campo* autónomo, con sus propias dinámicas y lógicas internas, en las cuales los editores sean parte activa y fundamental en la producción de sentido y conocimiento (Bourdieu, 1983; Bourdieu y Wacquant, 2005).

Crear nuevos espacios de reflexión liderados por los propios editores permitiría fortalecer la profesionalización del sector, mejorar la adaptación a los cambios del mercado y proporcionar herramientas para enfrentar los desafíos actuales. En este contexto, los editores, como agentes dentro del *campo editorial*, movilizan su *capital* (ya sea *capital cultural, social o económico*) para posicionarse y operar dentro de las lógicas del mercado, contribuyendo a la consolidación de un *habitus* colectivo que dé forma a la práctica editorial. Esta autorreflexión contribuiría a consolidar la edición no solo como una disciplina productora de libros, sino también como un espacio de conocimiento sobre los procesos y el quehacer editorial.

En conjunto, el corpus de investigaciones del que se habla en el apartado anterior refleja la riqueza interdisciplinaria del estudio del campo editorial argentino. No obstante, persiste la necesidad de profundizar en su análisis desde la perspectiva de los propios editores, quienes aportan un enfoque invaluable para comprender las dinámicas de la industria.

En este trabajo tomamos fuentes primarias aún no analizadas como son las entrevistas y las enmarcamos dentro de una reflexión más amplia sobre los géneros discursivos y la importancia de la oralidad, basándonos en las teorías de Mijaíl Bajtín (1995), quien nos ofrece un marco conceptual clave para entender cómo los discursos no solo se estructuran en función de la forma escrita, sino también a través de la interacción oral. Los géneros discursivos, según Bajtín, son formas de interacción que están impregnadas de ideologías, relaciones de poder y tradiciones sociales, lo cual convierte a las entrevistas en una instancia fundamental para comprender cómo los editores interpretan y construyen el sentido de los textos que manejan.

El proceso de análisis de estas entrevistas se realiza desde la óptica de los editores, entendiendo que, en su rol, no solo son mediadores de textos, sino también agentes activos de producción de significados.

Las entrevistas, por tanto, son elegidas como un corpus privilegiado por su capacidad de revelar las dinámicas internas de la industria editorial, así como sus tensiones y decisiones.

3. METODOLOGÍA

3. 1. *Edición de Bolsillo*: un repositorio de saberes editoriales

Como fuente primaria para la investigación se utilizaron las entrevistas realizadas por Jéssica Stecco a distintos actores del mundo editorial en el marco del programa *Edición de Bolsillo*.

El programa es un ciclo de difusión del trabajo editorial que se transmite por BCN Radio (la radio online de la Biblioteca del Congreso de la Nación) desde mayo de 2021 con presencia en múltiples plataformas como la página web de la radio⁷, YouTube⁸ y Spotify⁹.

A lo largo de sus cuatro temporadas, ha contado con la participación de una centena de editoriales que van desde las artesanales

⁷ Accesible desde: <https://bcnradio.com.ar/podcast/edicion-de-bolsillo>.

⁸ Accesible desde: <https://www.youtube.com/@edebolsillo>.

⁹ Accesible desde: <https://open.spotify.com/show/2FJVfIPkO6VUjL1QOTO0Wb>.

hasta industriales; de las editoras y editores entrevistados, hay una gran variedad, desde quienes obtuvieron formación académica o transitaron por la carrera de Edición de la UBA, hasta quienes aprendieron el oficio ejerciendo; tanto representantes de grandes empresas y como líderes de pequeños proyectos unipersonales.

Esta diversidad con la que cuenta el programa es un valor que resultó clave a la hora de estudiar el lenguaje de la industria editorial local.

En su canal de YouTube, *Edición de Bolsillo* cuenta con más de 100 episodios¹⁰ y cada uno de ellos es una entrevista realizada de manera presencial o virtual a un actor del campo editorial argentino y con una extensión promedio de unos 45 minutos. Todas están disponibles tanto en formato de audio como en audiovisual.

La primera etapa de la investigación se centró en el relevamiento y catalogación de la totalidad de los episodios. Para ello se creó una base de datos con las entrevistas del programa (Voces del campo editorial argentino: 34 entrevistas a editores y editoras, 2021-2023), registrando información como el nombre del editor o editora, cargo o rol que ocupa, editorial que representa, tipo de editorial (grande o pequeña, industrial o artesanal), género y grado de formación (específica en edición, académica en otras disciplinas, de oficio, o de familia de editores), año en que se realizó y duración de la entrevista, entre otros datos. Esto resultó en una base de metadatos con una veintena de columnas que se usó como referencia para la selección final del cuerpo de estudio (Dato, Stecco, Cano, Fábrega, Fiorotto, Passo y Rey, 2025).

Así, de las cien entrevistas del programa, se seleccionaron 34 procurando contar con una diversidad tipológica que garantizara la representación equitativa de editores artesanales e industriales, pequeños y grandes grupos, características que en la industria editorial local

¹⁰ Accesible desde:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLjAFdSeUqItK8kkK6QxZtz3b1wVzN7JjI>.

aportan un gran valor. La muestra está conformada por 16 entrevistas a editores que no han cursado parcial o completamente la carrera de Edición (Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires) y 18 que sí la han cursado o finalizado.

A modo de síntesis, la población de la investigación está constituida por los cerca de 100 actores del campo editorial argentino entrevistados en el ciclo *Edición de Bolsillo* (mayo 2021–2023). Se empleó un muestreo intencional, definido por criterios de tipo de editorial (artesanal vs. industrial; pequeña vs. grande) y formación del editor (con o sin estudios en la carrera de Edición de la UBA), para garantizar diversidad tipológica y académica. De ese universo se seleccionó una muestra de 34 entrevistas —16 a editores sin formación en Edición y 18 a editores con formación cursada o finalizada—, conformando un corpus balanceado y representativo para el análisis de vocabulario y prácticas editoriales en Argentina.

3. 2. Metodologías de transcripción y análisis léxico automatizado en entrevistas a editores

La segunda etapa del proceso consistió en transformar esta selección de entrevistas, que originalmente se encuentran en formato de audio y video, a un formato de texto, más apropiado para procesar y analizar con las herramientas habituales de análisis de textos. Para ello se comenzó haciendo una investigación sobre las distintas herramientas disponibles para hacer transcripción *speech-to-text*:

- El subtulado automático de YouTube fue útil para algunas entrevistas, pero muy defectuoso en otras. Sobre todo, en las entrevistas que fueron realizadas por Zoom u otras plataformas de videoconferencia, donde los cambios de calidad generados por la conectividad hicieron, por momentos, muy pobre el audio y por tanto también la desgrabación. En estos casos, se exploraron otras vías.

- Chequeado.com¹¹, un portal argentino de noticias, cuenta con una herramienta de desgrabación gratuita y *on-line* que se utilizó en una primera instancia. Sin embargo, los resultados no fueron del todo satisfactorios. El procesamiento que pudo hacer esta herramienta, sin bien fue correcto y muy útil, no fue lo suficientemente potente como para identificar voces (entrevistador/entrevistado) y se tuvo que invertir demasiado tiempo de corrección manual para depurar los errores incorporados o no detectados.
- Deepgram¹² es una plataforma IA para transcribir audio a texto y texto a audio. Si bien requiere suscripción, la prueba gratuita que habilita unos pocos usos permite excelentes resultados. Pudo identificar distintas voces y una comprensión muy adecuada del audio.
- Turbo Scribe¹³ es otra plataforma de transcripción muy potente que admite ciertos usos gratuitos en su versión de prueba. Al igual que con el caso anterior, la potencia de la herramienta se desbloquea con los distintos niveles de suscripción, pero aun así se obtuvieron resultados satisfactorios.
- Adobe Premiere¹⁴ cuenta con una herramienta de IA incorporada en las últimas actualizaciones para la creación de subtítulo que permite también exportar en formato de texto corrido. Reconoce e identifica interlocutores y posee una gran comprensión, pero es un software de pago.

Dependiendo del caso y de la calidad del archivo audiovisual, se trabajó con una u otra herramienta obteniendo resultados poco homogéneos. Con lo cual, la instancia de revisión y corrección también llevó un tiempo considerable, ya que se decidió realizarla de manera manual para garantizar el mejor resultado posible y trabajar con un objeto de estudio adecuado. La revisión consistió en la comparación del

¹¹ Accesible desde: <https://chequeado.com/desgrabador/index.html>.

¹² Accesible desde: <https://deepgram.com/>.

¹³ Accesible desde: <https://turboscribe.ai/es/>.

¹⁴ Accesible desde: www.adobe.com/CreativeCloud/Equipos.

texto con el audio original, en la corrección de nombres propios y de la jerga técnica específica del lenguaje editorial.

De las 34 entrevistas realizadas, se obtuvo un total de 145.847 palabras distribuidas a lo largo de 1.212 horas de audio. Tras aplicar un filtro de *stopwords* con el objetivo de eliminar términos vacíos de contenido, tales como artículos y preposiciones, el corpus resultante para el análisis se redujo a 46.842 palabras. Este proceso implica que el 68% de las palabras fueron descartadas, quedando un 32% (es decir, 97.375 palabras, las cuáles serán llamadas términos a partir de ahora) del total original para su posterior análisis (ver figura 1).

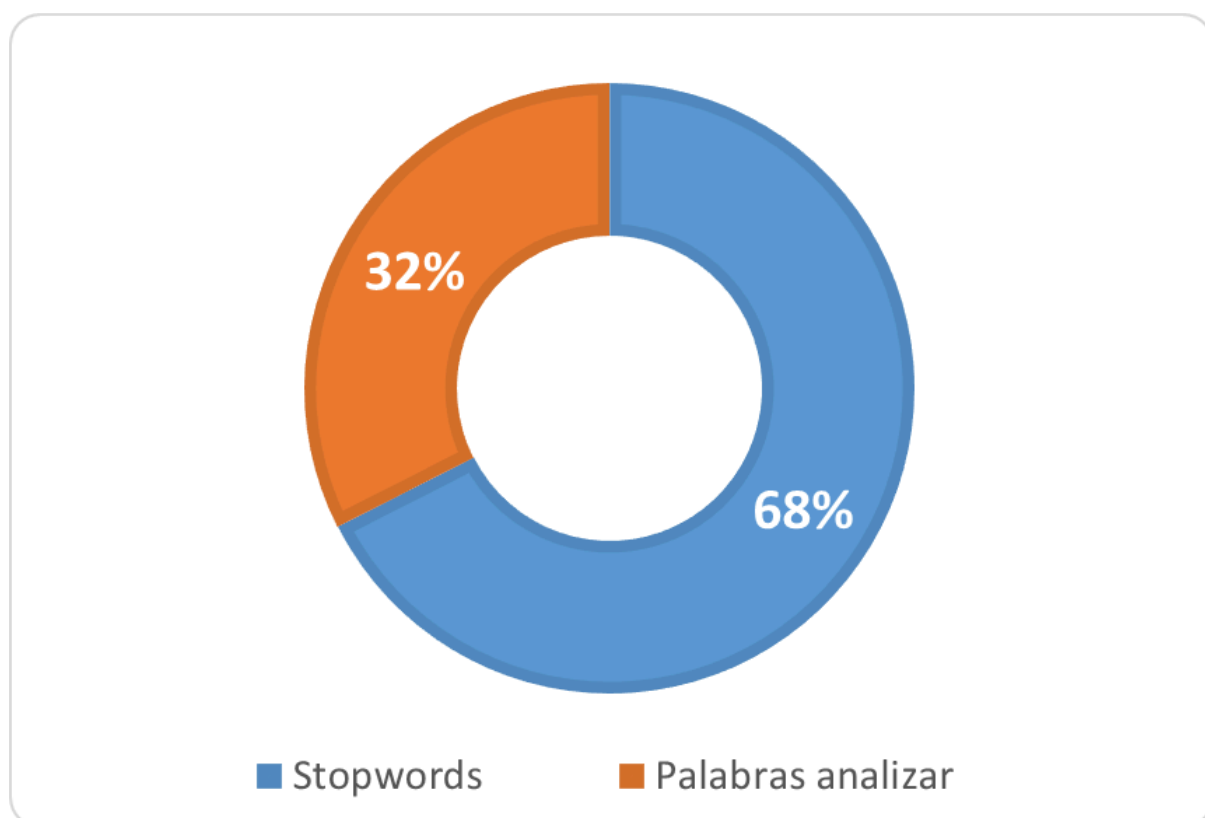


Figura 1. Palabras totales del corpus. Fuente: Elaboración propia.

Esta etapa finalizó con un corpus de trabajo formado por 34 documentos de word, uno por cada entrevista, todos desgrabados y corregidos y un archivo de texto con *stopwords* (de palabras vacías como conectores, onomatopeyas, proposiciones o conceptos que no revisten de

interés en esta investigación) para incorporar al software de procesamiento.

Para procesar todas las entrevistas masivamente se utilizó el software gratuito AntConc¹⁵, una herramienta específica y apropiada que permitió analizar, cuantificar y visualizar la frecuencia de aparición de términos en grandes volúmenes de texto. La aplicación de esta herramienta digital se justifica (dentro del marco de este estudio) por su capacidad para ofrecer un análisis rápido, accesible y eficaz del lenguaje editorial en un contexto determinado. Aunque existen otras herramientas más avanzadas y complejas que podrían proporcionar un análisis más profundo y detallado, las herramientas seleccionadas en este trabajo fueron consideradas apropiadas para los objetivos establecidos: identificar patrones lingüísticos de manera sistemática y visual, y permitir una interpretación inicial de las tendencias en el vocabulario de los editores argentinos. AntConc permitió la incorporación para su análisis de, por un lado, los 34 archivos desgrabados y corregidos y, por otro lado, el listado de *stopwords* para que el software solo mostrase terminología útil a la investigación. De manera paralela, se implementó un procedimiento equivalente con herramientas distintas para el control de calidad: por un lado, se aplicó un conteo automático de términos en los documentos Word, y por otro, se solicitó a los modelos de lenguaje Gemini y ChatGPT que extrajeran la frecuencia de uso de las palabras presentes en las transcripciones de las entrevistas.

Se utilizó el enfoque de lectura distante (Moretti, 2015) como metodología de análisis, permitiendo examinar de manera sistemática el extenso corpus textual a través de herramientas computacionales y técnicas cuantitativas. Los resultados obtenidos de este procesamiento, es decir, el listado de los términos técnicos que aparecen con mayor frecuencia en cada entrevista, fueron comparados con la base de datos para lograr vincular el léxico del entrevistado con su tipo de formación.

¹⁵ Accesible desde: <https://antconc.en.lo4d.com/>.



Figura 3. Nube de palabras. Términos obtenidos de las 34 entrevistas. Editores que han cursado la carrera de Edición (FFyL, UBA). 2021-2024. Fuente: Elaboración propia.



Figura 4. Nube de palabras. Términos obtenidos de las 34 entrevistas. Editores que no han cursado la carrera de Edición (FFyL, UBA). 2021-2024. Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, la terminología utilizada por editores formados académicamente no difiere significativamente de la de los editores formados en el hacer mismo (formación de oficio). En cambio, se pudo notar diferencias entre el género o temática publicada por las editoriales: en las que publican, por ejemplo, libros infantiles existe una mayor aparición de palabras relacionadas con la infancia, la educación, la

ilustración o la materialidad de los libros. En las figuras 5 y 6 se observa que los términos mencionados con mayor frecuencia están relacionados con el género, público, construcción del catálogo y materialidad de las publicaciones.



Figura 5. Nube de palabras de términos más frecuentes. Entrevista al editor de Editorial Limonero (2022). Fuente: Elaboración propia.



Figura 6. Nube de palabras de términos más frecuentes. Entrevista al editor de Editorial Gourmet Musical (2021). Elaboración propia.

En azul, una visualización de la frecuencia de aparición de terminología específica en la entrevista a la editorial de libros ilustrados Limonero, y en verde, lo mismo para la editorial Gourmet musical.

3. 3. Enfoques metodológicos en el estudio de los contenidos mínimos de la carrera de Edición (FFyL, UBA)

Dado que el grupo de investigación no encontró un listado de términos en idioma español específicamente dedicado al argot de editores, se optó por utilizar los contenidos mínimos de las asignaturas de la carrera de Edición de la Facultad de Filosofía y Letras (UBA). Esta fuente se seleccionó por su relevancia en el contexto académico y profesional de la edición en Argentina, ya que los planes de estudio de

dicha carrera reflejarían el lenguaje técnico y especializado utilizado en el ámbito editorial local¹⁶. A través de este análisis, se pudo obtener un conjunto representativo de términos utilizados en la formación de editores, lo cual resulta esencial para el objetivo del trabajo que es identificar el lenguaje y las categorías asociadas a los diferentes polos, cultural y comercial, dentro del contexto de la edición. Este enfoque metodológico permite abordar el tema desde una perspectiva académica y aplicada, proporcionando una base sólida para el estudio del argot editorial argentino.

Los planes de estudio de las carreras universitarias integran varios elementos clave. Incluyen el contexto en el cual se crea cada carrera, que suele ser diseñada para responder a una necesidad específica de la sociedad, así como la descripción del perfil de los graduados y sus posibilidades de inserción laboral. También presentan un listado de asignaturas (con su modalidad de cursado) y los contenidos mínimos que cada una debe abordar.

Posteriormente, las cátedras responsables de dichas asignaturas deben elaborar programas específicos para cada materia. Estos programas deben incluir los contenidos mínimos establecidos, complementados, cuando sea necesario, con la perspectiva del docente a cargo. Además, es importante que los contenidos se actualicen periódicamente para garantizar su pertinencia y validez frente a los cambios y necesidades del contexto actual.

Con el objetivo de incluir en el análisis del presente trabajo un listado amplio de términos y palabras utilizadas por los editores argentinos, se procedió a analizar los contenidos mínimos de las asignaturas de la carrera de Edición extraídos del sitio web de la Facultad de Filosofía y Letras (FFyL, UBA)¹⁷. El análisis se llevó a cabo mediante

¹⁶ Siendo que la carrera de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires que otorgó el título de Técnico en Edición (1992-1999) y luego Editor (2000 en adelante) fue la primera carrera en formar en el nivel universitarios a profesionales para desarrollarse como Editores (Dato, 2022).

¹⁷ Accesible desde: <https://edicion.filo.uba.ar/>.

dos enfoques metodológicos. En primer lugar, se realizó un relevamiento de las palabras presentes en los contenidos mínimos de cada asignatura, a las cuales se les asignó, según su significado y contexto, una categoría específica: polo cultural, polo comercial, polo neutro o polo mixto. Este análisis permitió, a través de planillas de Excel, identificar la frecuencia de aparición de cada categoría en los textos, centrándose en términos con una frecuencia igual o superior a uno. Como resultado, se obtuvo un porcentaje de mención de los polos cultural y comercial en cada entrevista analizada.

En segundo lugar, se tomó el texto completo de los contenidos mínimos de las asignaturas y se lo analizó como un todo (en formato de texto corrido) utilizando el software AntConc. Este procedimiento permitió profundizar en las características discursivas de los contenidos mínimos desde una perspectiva global, para luego ser comparado con los resultados obtenidos en el primer enfoque.

4. RESULTADOS

4. 1. Publisher vs Editor

Según Dato (2023) para mencionar al sujeto que desarrollará las tareas editoriales existe en idioma español un solo nombre: editor. En cambio, en el idioma inglés existen dos palabras diferentes para las tareas editoriales: *publisher* y editor (Gazzera, 2016). La diferencia entre *publisher* y editor radica en que la tarea del primero es tener una visión más amplia de la empresa, ya que está encargado de la planificación, puesta en práctica y evaluación de todo el plan editorial, o sea, de la editorial en su conjunto. El *publisher* toma la mirada de la empresa, por ejemplo, quiénes serán sus socios comerciales, el flujo de fondos de capital y de ventas en consignación, así como también los acuerdos con otros actores del sector editorial nacional o internacional. Juega un rol que se puede identificar con tareas del director de una empresa, ya que conoce y determina el requerimiento de personas o departamentos con

los cuáles habrá que acordar y trabajar en conjunto, planificar el calendario de publicaciones, los acuerdos institucionales o socios comerciales, la firma y renovación de contratos, su paga y el aprendizaje y desarrollo de nuevos modelos y áreas de negocios.

El editor, en cambio, busca el original, adquiere derechos de publicación, elige al traductor (si es necesario), piensa los paratextos, las imágenes o ilustraciones, identifica la demanda y sigue todo el circuito de la corrección en conjunto con el autor; también abarca las decisiones de diseño e impresión. Quien realiza esto es el editor de una línea editorial, colección o libro en particular. Ampliando, la tarea del editor se desarrolla en todo el circuito editorial; desde la identificación de un texto (por pedido o por recepción) que requiere un conocimiento técnico que identifica diferentes partes del trabajo editorial. En principio, el editor debe analizar la adaptación del texto al público que está dirigido y, al mismo tiempo, la identificación de esa o esas diferentes audiencias metas. La elección de un traductor, si fuera necesario para el texto, y las características de ese traductor, dependiendo del género textual (por ejemplo, la aclaración de palabras extranjeras que deben ser adaptadas a un público y a su cultura). Además, las variadas decisiones relacionadas con la corrección ortotipográfica (por ejemplo, seleccionar un corrector académico o uno con un perfil literario). La decisión de formato y maquetación, elección de páginas preliminares y finales (por ejemplo, encargar la escritura de un prólogo). Es importante incluir, desde el principio de la planificación del circuito, las características físicas que tendrá el texto y la manera o maneras en las cuáles se les va a acercar el texto a los diferentes públicos meta (por ejemplo, la elección del tipo de papel, cantidad de páginas, acabado de tapas, diseño de lomo, el formato de encriptado digital, el salto de pantallas, los metadatos), los derechos o contratos que hay que firmar, así como la elección de los canales de distribución (sean las librerías físicas, virtuales, u otros puntos de venta). Tendrá en cuenta, además, la elección del canal de comunicación a través

del cual se le comunicará al público específico las características particulares (mencionadas antes) que se pretendió resaltar en el producto editorial final. Por último, el precio acorde a todo lo antes dicho, no solo al público, sino también teniendo en cuenta los procesos editoriales que el texto precisa.

Según Dato (2023) “los editores –publisher o editor– están conformados por dos caras de la misma moneda (Bourdieu, 1999; de Diego, 2015): el polo cultural y el polo comercial; ya que es imprescindible que ambos se encuentren presentes de una manera equilibrada en el editor profesional y, por tanto, es indispensable que ambos conocimientos formen parte de su capacitación. Ya sea de un conocimiento adquirido por oficio o a través de una formación dentro del nivel superior”.

4. 2. Lo dicho

Como ya se mencionó en el apartado 3, se relevaron los contenidos mínimos de las asignaturas de la carrera de Edición (FFyL, UBA), tanto las obligatorias como las electivas del actual plan de estudios (vigente en 2025).

Luego, se separaron las palabras que aparecían en cada asignatura y se las caracterizó según el polo al cuál corresponden, siendo estos: polo comercial, polo cultural, mixto o neutro. Se extrajeron 318 términos que fueron organizados en esas cuatro categorías.

Polos	Cantidad	Porcentaje
cultural	47	15
comercial	125	39
mixto	88	28
neutro	58	18
	318	100

Tabla 1. Cantidad de palabras organizadas según su relación con los polos comercial y cultural. Contenidos mínimos de la carrera de Edición, FFyL, UBA (2025).
Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 1 se puede observar que, de acuerdo con esta clasificación, hay una mayor cantidad de palabras que están relacionadas con el polo comercial (39%) y un menor número con el polo cultural (15%). Además, en la Figura 7 se puede observar la frecuencia de utilización de palabras en la redacción de los contenidos mínimos de la carrera de Edición (FFyL, UBA).

Hubo una segunda manera de analizar la información: se tomó todo el texto de los contenidos mínimos y se aplicó el mismo listado de *stopwords* que se usó con las entrevistas. Aquí se observa que —entre los primeros 20— tienen mayor frecuencia de mención los términos relacionados con el polo cultural (tabla 2 y figura 8).

Términos	Polo	Frecuencia
libro	cultural	1221
libros	cultural	1055
editorial	mixto	550
trabajo	mixto	265
edición	mixto	228
colección	mixto	226
autores	cultural	197
autor	cultural	171
editor	mixto	126
catálogo	mixto	120
proyecto	mixto	114
historia	cultural	101
editora	mixto	100
editoriales	mixto	100
editores	mixto	95
feria	comercial	94
forma	mixto	88
proceso	mixto	74
ciencia	neutro	69

Tabla 2. Frecuencia total de contenidos mínimos de la carrera de Edición (FFyL, UBA) mencionados por 34 entrevistados (Edición de Bolsillo, 2021-2024). Fuente: Elaboración propia.



Figura 7. Frecuencia de utilización de palabras en la redacción de los contenidos mínimos de la carrera de Edición (FFyL, UBA). 2025. Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo esta manera de observar la información no será tomada en cuenta porque la repetición de términos en cada una de las asignaturas no permite que todas las palabras tengan el mismo valor/peso estadístico al momento de medir la frecuencia en las entrevistas seleccionadas.

Tomando como base la tabla 1, se calculó la frecuencia de aparición en las 34 entrevistas analizadas. En la tabla 2 se puede observar la frecuencia en el total de las entrevistas, siendo que los primeros términos están relacionados con el polo cultural o mixto. Y recién en el puesto 16 —con un promedio de 2,77 menciones por entrevista, 94 menciones/frecuencia— se encuentra el término “ferias”, catalogado como polo comercial.

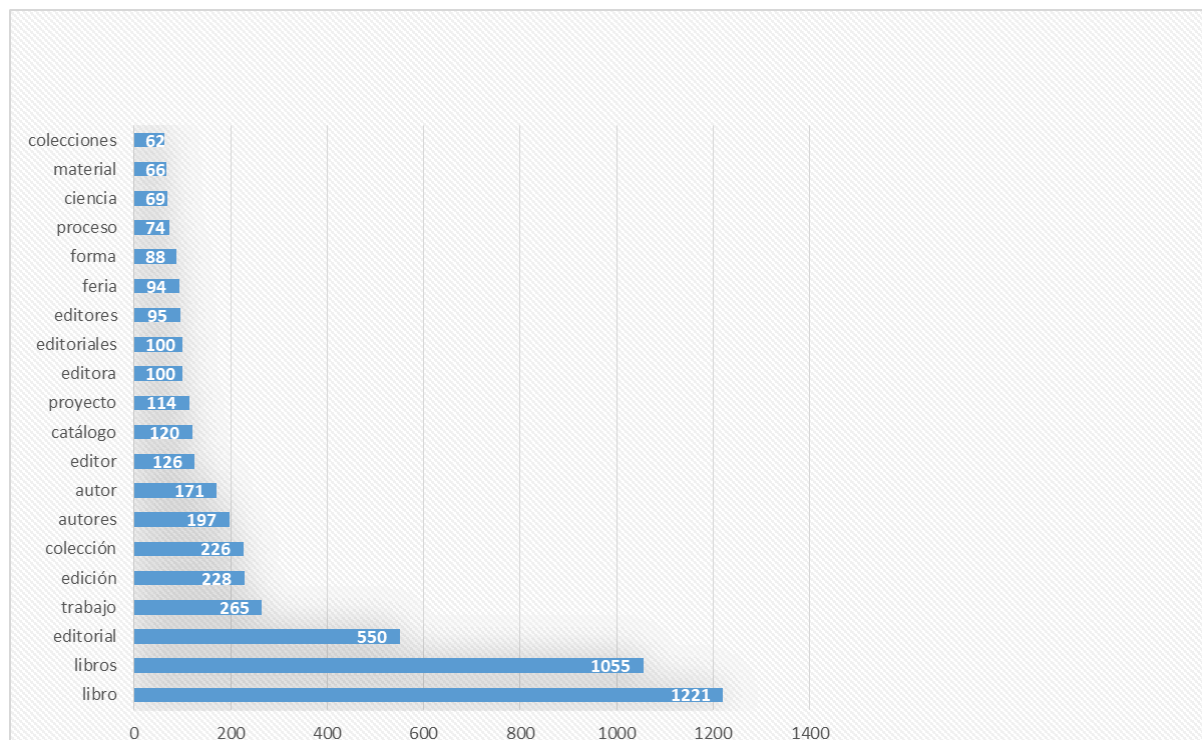


Figura 8. Los 20 términos (contenidos mínimos de la carrera de Edición), mencionados por 34 entrevistados (Edición de Bolsillo, 2021-2024). Fuente: Elaboración propia.

Según la información de la tabla 3, se observa que los términos relacionados con el polo cultural fueron mencionados 3.089 veces (43%) y los términos relacionados con el polo comercial, 746 veces (10%) en las 34 entrevistas.

Polos	Cantidad	Porcentaje
cultural	3089	43
comercial	746	10
mixto	3082	43
neutro	239	3
	7156	100

Tabla 3. Cantidad de apariciones de los términos en contenidos mínimos de la carrera de Edición, FFyL, UBA, y caracterizados según los polos obtenidos en las 34 entrevistas (Edición de Bolsillo, 2021-2024). Fuente: Elaboración propia.

Además, al profundizar el análisis dentro de ese corpus observamos diferencias entre los términos mencionados en las entrevistas a editores

que han cursado o finalizado la carrera de Edición (FFyL, UBA) y los que no han cursado nunca la carrera.

Polos	Cantidad	Porcentaje	
		Edición	No Edición
cultural	1643	41	46
comercial	454	11	9
mixto	1789	45	41
neutro	127	3	4
		100	100

Tabla 4. Comparación entre términos mencionados por editores que han cursado o no la carrera de Edición (FFyL, UBA), según los polos. (Edición de Bolsillo 2021-2024). Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 4 se puede observar que los entrevistados que han cursado o finalizado la carrera de Edición (FFyL, UBA) han mencionado más términos mixtos, correspondientes a ambos polos (cultural y comercial), y términos exclusivamente del polo cultural. En cambio, los editores que no han tenido esa formación universitaria mencionan en un porcentaje levemente superior, en primer lugar, los términos del polo cultural y, en segundo lugar, los de ambos polos (mixtos).

4. 2. Lo no dicho

En este apartado se analizan detalladamente los términos extraídos de los contenidos mínimos de la carrera de Edición (FFyL, UBA), en relación con la muestra (34 entrevistas realizadas a editores). El objetivo es identificar el vocabulario técnico y el argot utilizado —o, en algunos casos, omitido— por los editores argentinos, enfocado en la terminología común que estructura y define el campo editorial (apartado 1). Como se verá más adelante, los resultados revelan que el 35% de los términos extraídos de los contenidos mínimos (110 términos) no fueron mencionados en ninguna de las entrevistas de la muestra (total de 318 términos). El grupo de estudio consideró importante analizar los términos del corpus obtenido mencionados por los entrevistados, como así también los no mencionados y, a partir de allí, profundizar la mirada en los polos

comercial o cultural de cada grupo —mencionados u omitidos— y, a su vez, distinguir entre los grupos de términos nombrados por los editores entrevistados que han cursado o finalizado la carrera de Edición y los mencionados entre los editores que no han cursado nunca esta carrera.

De los 318 términos extraídos de los contenidos mínimos solo se mencionaron 208 (65%) al menos una vez en alguna entrevista y, por lo tanto, 110 términos (35%) no fueron mencionados nunca, como se indica en la tabla 5. Dentro del grupo de los 110 términos no mencionados en las 34 entrevistas el 45% pertenece al polo comercial. En las tablas 1 (polo comercial) y 2 (polo cultural) del Anexo se listan los términos extraídos de los contenidos mínimos de la carrera de Edición (FFyL, UBA) que no han sido mencionados alguna vez en las 34 entrevistas de la muestra.

Polos	Cantidad	Porcentaje
cultural	14	13
comercial	49	45
mixto	15	14
neutro	32	29
	110	100

Tabla 5. Términos no mencionados en las 34 entrevistas. Frecuencia. (Edición de Bolsillo, 2021-2024). Fuente: Elaboración propia.

Como se mencionó en el apartado 3, la muestra está conformada por 16 entrevistas a editores que no han cursado parcial o completamente la carrera de Edición (FFyL, UBA) y 18 que sí la han cursado o finalizado.

Polos	Edición		No Edición	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
cultural	21	15	16	11
comercial	60	43	65	46
mixto	22	16	23	16
neutro	37	26	37	26
		100		100

Tabla 6. Comparación entre términos no mencionados por editores que han cursado o no la carrera de Edición (FFyL, UBA), según los polos. (Edición de Bolsillo 2021-2024). Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 6 se puede observar que los entrevistados que hayan o no cursado, o finalizado la carrera de Edición (FFyL, UBA) han omitido en su mayoría términos correspondientes al polo comercial. Sin obtener una diferencia significativa en el uso de su vocabulario específico a la profesión de los editores en Argentina según la formación de cada uno de los 34 entrevistados.

Como se ha expuesto en la hipótesis de este trabajo de investigación, se parte del supuesto de que existen diferencias significativas entre el vocabulario técnico empleado por los editores con formación de oficio y aquellos que han recibido formación académica en Edición. Los resultados obtenidos no permitieron corroborar la hipótesis. Ya que no se pudo observar, en este primer análisis, marcas en el lenguaje que permitiera reconocer el grado de formación del entrevistado, lo cual exigió algunas reflexiones más agudas.

5. CONCLUSIONES

Este trabajo avanza en la comprensión del lenguaje técnico utilizado por los editores en Argentina, destacando la relación entre la terminología empleada en la oralidad y los polos cultural y comercial que estructuran la industria editorial (Bourdieu, 1983, 1999). A través de las entrevistas realizadas a los editores, se aporta una valiosa fuente de conocimiento que permite una visión más profunda de las dinámicas del sector. La comparación entre editores con formación académica y aquellos con formación práctica revela diferencias significativas en la terminología y enfoque profesional, lo que enriquece el análisis sobre las prácticas editoriales. En términos metodológicos, el uso de software para la lectura distante y las metodologías cuantitativas han permitido procesar y analizar las entrevistas de manera sistemática, aportando nuevas perspectivas al estudio del campo editorial. Además, se examina el impacto del contexto cultural y comercial en la industria, observando

cómo distintos tipos de editoriales se inclinan hacia uno de estos polos en función de sus objetivos. Finalmente, la creación de categorías basadas en los contenidos mínimos de la carrera de Edición para asociar términos utilizados por los editores, como *polo comercial* y *polo cultural*, proporciona un marco conceptual novedoso para analizar el vocabulario y las prácticas editoriales en Argentina.

Se presenta un primer hallazgo de este trabajo de investigación al analizar el vocabulario empleado por los entrevistados, el cual da cuenta que no existen diferencias significativas en el uso de términos vinculados a los polos comercial y cultural entre quienes cursaron la carrera de Edición (FFyL, UBA) y quienes no lo hicieron. Este resultado sugiere que la formación académica no determina de manera decisiva la adopción de cierta terminología en el ámbito editorial, lo que abre la posibilidad de que otros factores, como la experiencia profesional o el contexto de trabajo, influyan en la configuración del lenguaje utilizado por los editores.

Lo anterior da cuenta de que se han cumplido con los principios fundacionales de la carrera de Edición, la cual fue creada para formar a personas ajenas al sector editorial pero que fueran capaces de insertarse en él:

Con fecha 11 de abril de 1991, se firmó el Convenio Marco (...) entre la CAL y la UBA, que puede marcarse como el primer puente formal y explícito de trabajo en junto con un objetivo común: la formación de editores dentro de un ámbito educativo de nivel superior en la Argentina. Este fue el puntapié para la creación de la carrera de Técnico en Edición y, seguidamente, con el reconocimiento oficial de sus graduados un nuevo paso en el proceso de profesionalización de los editores en Argentina. El proyecto formativo de estas instituciones (la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires y la Cámara Argentina del Libro) se transformó en un proyecto del campo disciplinar (Dato, 2022, p. 95).

En este trabajo, el objeto de estudio estuvo formado por entrevistas realizadas oralmente a editores argentinos y se dividieron, por un lado, entre los que habían pasado —en algún momento de su formación, hayan

o no finalizado— por la carrera de Edición (FFyL, UBA), y por otro lado, por los editores que adquirieron sus conocimientos a través de trabajar en el oficio o devinieron en editores luego de tener un estudio formal —hayan obtenido o no el título universitario— en el nivel universitario de disciplinas diferentes a la Edición. Para el presente análisis se dejó fuera del estudio la formación continua que realizan los profesionales de la edición en Argentina y, posteriormente, se buscaron otras bases de información sobre los editores analizados, o bien se generaron desde el grupo de investigación con el fin de poder categorizar las entrevistas en un gran tablero con la información de cada uno de los entrevistados y las editoriales a las cuáles representaban en el momento de la entrevista (2021-2024). Este tablero en formato de Excel interoperable se puede consultar como base de datos (Dato et al., 2025).

A partir de esta sección de la investigación y tras revisar la hipótesis planteada, se identifica un segundo hallazgo relacionado con el uso del vocabulario técnico y el argot por parte de los editores argentinos. Este vocabulario no solo refleja la heterogeneidad de sus trayectorias formativas y profesionales (académicas, de oficio o familiares), sino que también actúan como herramientas fundamentales en la construcción de la identidad profesional del editor y en la transmisión de saberes dentro del sector editorial. No existen, asimismo, diferencias entre el vocabulario técnico de los editores que han transitado parcial o completamente por la carrera de Edición y los que fueron formados en el oficio en su recorrido profesional. Se generan, de esta manera, ciertas tensiones entre el conocimiento adquirido a través de la práctica y el proporcionado por la formación universitaria, dentro del espacio de desarrollo profesional.

Otra conclusión posible es tener en cuenta el medio a través del cuál fue obtenido el corpus. O bien la formación académica en edición no aporta un léxico técnico mayor al que se obtiene en la práctica, o es lo suficientemente potente como para dotar de un vocabulario apropiado y adecuado a cualquier sujeto ajeno al sector editorial. No obstante, esta

cuestión debe analizarse en el marco de un género discursivo específico: el de la oralidad, y más concretamente, el formato entrevista, ya que existe una extrema heterogeneidad de discursos, cada uno con sus reglas y mecanismos singulares. No es lo mismo un diálogo cotidiano que un discurso preparado o una orden militar o un relato. Así, el corpus de trabajo analizado debe ser enmarcado en el género de la oralidad, como señala Bajtin (1998). Igual que el Jourdain de Molière, quien hablaba en prosa sin sospecharlo, nosotros hablamos utilizando diversos géneros sin saber de su existencia. Incluso dentro de la plática más libre y desenvuelta moldeamos nuestro discurso de acuerdo con determinadas formas genéricas, a veces con características de cliché, a veces más ágiles, plásticas y creativas. Este enfoque introduce una variable no prevista inicialmente: que cada editor o editora no ponga en funcionamiento, o no exprese en este tipo de discurso, la totalidad de su vocabulario técnico sino que haga uso de una terminología común en función de mejorar la comprensión para el gran público, que es el destinatario de estas entrevistas.

En el camino de esta investigación hemos generado nuevas preguntas para trabajos futuros: ¿Cómo afectan las trayectorias formativas y profesionales al uso del lenguaje en el ámbito editorial? ¿Hay otros factores (como la localización geográfica, el tamaño o temática de la editorial, etc.) que influyen en las variaciones de vocabulario?

Es por ello por lo que el presente grupo de investigación se propone abordar la hipótesis expuesta desde diferentes disciplinas académicas y marcos teóricos con el objetivo de ampliar la comprensión de los factores que inciden en la configuración del lenguaje profesional en el ámbito editorial argentino. Este enfoque busca ofrecer nuevas perspectivas que favorezcan el desarrollo del campo de estudio, destacando la necesidad de una reflexión crítica sobre el sector, no solo desde las miradas tradicionales, sino también desde la voz de los propios actores, con el

propósito de fortalecer su rol en el campo y facilitar su adaptación a los cambios del mercado.

REFERENCIAS

- Abad García, M. F., González Teruel, A., Abadal, E. y Ollé i Castellà, C. (2022). Les universitats espanyoles i la ciència oberta: un estudi sobre barreres i elements afavoridors. *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, 49. <https://doi.org/10.1344/BiD2022.49.17>
- Anglada, L. y Abadal, E. (2023). Open access: A journey from impossible to probable, but still uncertain. *Profesional de la Informació*, 32(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.ene.13>
- Bajtín, M. (1995). *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI Editores.
- Beigel, F. (1996). Un portavoz, una revista y una vanguardia. El proyecto de José Carlos Mariátegui y la revista *Amauta*. *Anuario Marateguiano*, 8, 100-121.
- Beigel, F. (2003). Las revistas culturales como documento de la historia latinoamericana. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 8, 105-115.
- Beigel, F. (2014). Publishing from the Periphery: Structural heterogeneity and segmented circuits. The evaluation of scientific publications for tenure in Argentina's CONICET. *Current Sociology*, 62, 743-765. <http://dx.doi.org/10.1177/0011392114533977>
- Beigel, F. y Digiampetri, L. (2022). La batalla de las lenguas en la publicación nacional. Un estudio comparativo de la producción completa de los investigadores del CNPq (Brasil) y CONICET (Argentina). *Tempo Social*, 34. <http://dx.doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2022.201819>
- Beigel, F. y Salatino, M. (2015). Las revistas de ciencias sociales y humanas en Argentina. *Información, Cultura y Sociedad*, 32, 7-32.
- Bourdieu, P. (1999). *Intelectuales, política y poder*. EUDEBA.
- Bourdieu, P. (1983). *Campo de poder y campo intelectual*. Folios Ediciones.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Siglo XXI Editores.

- Codina, L. (18 julio de 2025a). Cómo utilizar contenidos generados por IA en trabajos académicos: el marco Veritas de evaluación, atribución y transparencia. *Lluís Codina*
<https://www.lluiscodina.com/inteligencia-artificial-trabajos-academicos/>
- Codina, L. (17 de junio de 2025b). SCImago Media Rankings: Web reputation index of media outlets around the world. *Lluís Codina*.
<https://www.lluiscodina.com/scimago-media-rankings-media-reputation/>
- Dato, H. (2020a). Un acercamiento a la primera propuesta curricular para la formación de los editores en la Argentina. En C. J. Giordano y G. Morandi (Coords.), *Memorias de las 3º Jornadas sobre las prácticas docentes en la Universidad Pública* (pp. 1338-1349). Universidad Nacional de La Plata.
- Dato, H. (2020b). Las competencias laborales de los editores en la Argentina. En V. Baraldi, J. Bernik, M. Aguirre, O. Lossio y M. Luna (Comps.), *Enseñar en el nivel superior: diálogos, proyectos y prácticas*. Facultad de Humanidades y Ciencias, Universidad Nacional del Litoral.
- Dato, H. (2020c). *La profesionalización de los editores en la Argentina*. [Archivo de video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=OBHDjnCH3Mo&t=622s>
- Dato, H. (2021). De las estanterías a los lectores. Las librerías físicas de CABA y GBA en Argentina como principal canal de distribución de contenidos editoriales. En V. Román (Comp.), *La industria editorial Argentina en perspectiva histórica* (pp. 125-150). Tren en Movimiento.
- Dato, H. (2022). *La profesionalización de un oficio: el caso de la carrera de Técnico en edición (1991-2000)* [Tesis de maestría no publicada]. Universidad de Buenos Aires.
- Dato, H. (2024). Del oficio a la academia: el proceso de profesionalización de los editores en Argentina en el siglo XX [ponencia]. *I Jornadas de Sociología de la Literatura*. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Dato, H., Canalicchio, P. y Valenzuela, M. (2023). Las redes sociales como estrategia pedagógica para la formación de editores. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 24(53), 126-129.
- Dato, H. y Stecco, J. (2024). Innovación y tecnología en la formación de Editores Científicos en la UBA. *5º Jornadas sobre las prácticas*

- docentes en la Universidad Pública*. Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Argentina.
- Dato, H., Stecco, J., Cano, A. X., Fábrega, M. A., Fiorotto, J., Passo, J. y Rey, S. (2025). *Voces del campo editorial argentino: 34 entrevistas a editores y editoras (2021-2023)*. [conjunto de datos]. Versión del 26 de marzo de 2025. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. <http://hdl.handle.net/11336/257121>
- De Diego, J. L. (2014). *Editores y políticas editoriales en Argentina*. Fondo de Cultura Económica.
- De Diego, J. L. (2015). *La otra cara de Jano: una mirada crítica sobre el libro y la edición*. Ampersand.
- De Sagastizábal, L. (1995). *La edición de libros en la Argentina*. EUDEBA.
- De Sagastizábal, L. y Giuliani, A. (2014). *Un editor argentino: Arturo Peña Lillo*. EUDEBA.
- De Sagastizábal, L. y Quevedo, L. (2016). *Optimistas seriales*. EUDEBA.
- Delgado López-Cozar, E., Ràfols, I. y Abadal, E. (2021). *Medidas insuficientes para un cambio en la evaluación de la investigación en España: glosando las nuevas directrices de la ANECA*. *RECERCA. Revista de Pensament i Anàlisi*, 27(2). <https://doi.org/10.6035/recerca.6308>
- Dujovne, A. (2017). Campo editorial y traducción. Valor y formación de valor de la traducción en las ciencias sociales y humanas en Argentina (1990-2011). *Desarrollo Económico*, 56, 446-468.
- Dujovne, A. (2018). "Efectos de lectura": problemas y propuestas para el estudio de las relaciones entre campo editorial y campo académico. *Prismas - Revista de Historia Intelectual*, 22(2), 179-184.
- Gazzera, C. (2016). *Editar: un oficio. Atajos/Rodeos/Modelos*. Eduvim.
- Giuliani, A. (2016). El Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938). *Anuario Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo*, 8(8), 93-120.
- Lopezosa, C., Giomelakis, D., Pedrosa, L. y Codina, L. (2023). Google Discover: Uses, applications and challenges in the digital journalism of Spain, Brazil and Greece. *Online Information Review*, 48(1), 123-143. <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2022-0574>
- Moretti, F. (2015). *Lectura distante*. Fondo de Cultura Económica.

- Parada, A. (2007). *Cuando los lectores nos susurran: libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina*. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas.
- Román, V. (2013) Estrategias empresariales de las Pymes editoriales argentinas a principios del siglo XXI. *Revista Latina de Sociología*, 3, 133-148.
- Román, V. (2016). A propósito del desarrollo de la industria editorial y las interpretaciones históricas de algunos de sus tópicos. *Anuario del Centro de Estudios Económicos de la Empresa de la Empresa y el Desarrollo*, 8(8).
- Romanos de Tiratel, S. (1992). *La carrera de Técnico en Edición de la Universidad de Buenos Aires*. Feria Internacional del Libro de Guadalajara.
- Saferstein, E. (2015). Las consecuencias de la profesionalización del espacio editorial argentino en las pequeñas y medianas empresas: dos estudios de caso. *Estudios de Teoría Literaria*, 4(7). <http://hdl.handle.net/11336/51455>
- Saferstein, E. A. y Szpilbarg, D. (2014). La industria editorial argentina 1990-2010: entre la concentración económica y la bibliodiversidad. *Alter/Nativas*, 3(7). <http://hdl.handle.net/11336/36047>
- Stecco, J. (2024). Editorial universitaria y cartonera ¿una contradicción? El caso Vera Cartonera [ponencia]. *I Jornadas de sociología de la literatura*. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Szpilbarg, D. (2020). *Cartografía argentina de la edición mundializada*. Tren en Movimiento.

ANEXO

Términos	Polo
administrativar	comercial
barer	comercial
bibliográfica	comercial
comercia	comercial
contabilidad	comercial
cuenta	comercial
directa	comercial
divinonar	comercial
económia	comercial
empresaria	comercial
empresarial	comercial
empresariales	comercial
empresaria	comercial
expatriación	comercial
estrategia	comercial
expatriación	comercial
expatriacione	comercial
expatriacione	comercial
financiera	comercial
financiera	comercial
financiera	comercial
impartación	comercial
internar	comercial
manufacturar	comercial
maquinaria	comercial
maquinaria	comercial
mayorista	comercial
mayorista	comercial
minorista	comercial
minorista	comercial
organizacional	comercial
planifica	comercial
prácticas	comercial
presupuesta	comercial
productiva	comercial
productiva	comercial
promociones	comercial
proveedor	comercial
publicidad	comercial
reintegración	comercial
reintegrar	comercial
regulacione	comercial
regular	comercial
reproducción	comercial
seguridad	comercial
segurar	comercial
selecciones	comercial
supermercado	comercial
vendedor	comercial

Tabla 1 Anexo. Términos que fueron omitidos en las 34 entrevistas. Polo comercial. Fuente: elaboración propia.

Términos	Polo
fuentes	cultural
gramática	cultural
hipermedia	cultural
ideología	cultural
ideologías	cultural
intelectuales	cultural
lingüística	cultural
lingüísticas	cultural
medio	cultural
mundo	cultural
periódica	cultural
periódicas	cultural
retóricas	cultural
videos	cultural

Tabla 2 Anexo. Términos que fueron omitidos en las 34 entrevistas. Polo cultural. Fuente: elaboración propia.