Las editoriales independientes frente a la Inteligencia Artificial

Gustavo Velazquez [12]

Recibido: 16/10/2025; Aceptado: 6/4/2026

Cómo citar: Velazquez, G. (2026). Las editoriales independientes frente a la Inteligencia Artificial. *Hipertextos, 14*(25), e115. https://doi.org/10.24215/23143924e115.

Resumen. El presente artículo aborda la incursión de la Inteligencia Artificial en el campo editorial argentino, especialmente, en el sector de las llamadas editoriales independientes. A partir del análisis de las condiciones particulares de este tipo de sellos, se pretende analizar el impacto y los desafíos que estas tecnologías podrían traer a un conjunto de editores y demás profesionales del libro y la edición.

Palabras clave: inteligencia artificial - campo editorial - editoriales independientes

Sumario. 1. Introducción. 2. Consideraciones teóricas y metodológicas. 3. Sobre el desarrollo de la IA. 4. Las tecnologías en el campo editorial. 5. Las editoriales independientes frente a la IA. 6. La edición independiente: una categoría ética. 7. Reflexiones finales.

Independent publishing houses and artificial intelligence

Abstract. This article addresses the incursion of Artificial Intelligence into the Argentine publishing industry, particularly in the so-called independent publishing sector. By analyzing the specific conditions of this type of publishing house, we seek to examine the impact and challenges these technologies could pose to a group of editors and other book and publishing professionals.

Keywords: artificial intelligence - publishing - independent publishers

As editoras independentes face à Inteligência Artificial

Resumo. Este artigo aborda a incursão da Inteligência Artificial no setor editorial argentino, em particular no chamado setor editorial independente. Analisando as condições específicas desse tipo de editora, o objetivo é analisar o impacto e os desafios que essas tecnologias podem trazer para um grupo de editores e outros profissionais do mercado editorial e do livro.

Palavras-chave: inteligência artificial - publicação - editoras independentes

[12] Becario doctoral de CONICET. Doctorando en Ciencias Sociales y Humanas (Universidad Nacional de Quilmes). Magíster en Industrias Culturales (Universidad Nacional de Quilmes). Integra el proyecto de extensión "El sur también publica" y el proyecto de Investigación "Inteligencia Editorial. Las prácticas de la edición en tiempos de aprendizaje automático, grandes modelos de lenguaje y redes conectivas". Contacto: gdvelazquez90@gmail.com. https://orcid.org/0000-0002-9352-4764

Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

1. Introducción.

Desde finales de la década del '80 y principios del '90, el campo de la edición de libros atraviesa grandes cambios originados por la mundialización de los mercados. El ingreso de nuevos intermediarios al mundo editorial, especialmente, firmas multinacionales de información y comunicación, ha llevado a una creciente concentración en grandes grupos, generando mutaciones en las formas tradicionales de pensar la industria. El resto de los actores del sector que poseen menor peso económico y, por ende, tienen una posición *dominada* dentro del campo, encuentran distintos obstáculos para desarrollarse en un escenario de transformaciones constantes en la producción, distribución y comercialización de libros.

A esto se suma el crecimiento acelerado de la Inteligencia Artificial (IA) que desafía a toda la cadena de valor. A partir de sistemas inteligentes conscientes de las necesidades humanas, las tecnologías de IA atraviesan varios aspectos de la vida cotidiana, alivianando y/o reemplazando a las personas en la ejecución de tareas específicas. De manera tal que surgen interrogantes respecto a la forma en que las máquinas dotadas con la capacidad de inteligencia tenderán a sustituir a los seres humanos en muchas de las acciones que llevamos a cabo, incluyendo las más intelectuales y creativas. Este aspecto pone en tensión a la actividad editorial. Aunque el estado actual de la IA no implica necesariamente la eliminación del trabajo humano, "conlleva transformaciones profundas que pueden generar brechas de capital humano y afectaciones a la capacidad competitiva del sector editorial latinoamericano" (Ossa, 2020, p. 5).

El objetivo de este artículo es pensar el impacto de la IA en el sector editorial argentino, con especial énfasis en las editoriales de escalas económicas y financieras reducidas, también llamadas editoriales independientes. Estos actores representan un segmento de importancia dentro del panorama editorial desde el 2000 en adelante. Los editores independientes se diferencian de las grandes empresas trasnacionales a partir de las lógicas de construcción de catálogos a largo plazo, a diferencia de la búsqueda de grandes sumas de ganancia en el corto plazo, y las formas de trabajo cercanas a la autogestión. Asimismo, las editoriales independientes cumplen un rol fundamental en la circulación de ideas y la promoción de ciertos debates en el espacio público. Estas condiciones determinarán las reacciones de este segmento ante las transformaciones que presenta la IA.

2. Consideraciones teóricas y metodológicas

En este artículo se recuperan los resultados arrojados por la encuesta realizada por Proyecto 451 en 2024, titulada *Uso y percepciones de las herramientas de Inteligencia Artificial en la industria del libro* y por la encuesta *Navegando lo incierto: usos y percepciones de la LA generativa en el sector editorial iberoamericano* (2025) de los autores Alejandro Dujovne, Valentina Cuneo y José Diego González Mendoza, realizada en conjunto por la CERLALC y el Centro de Estudios y Políticas Públicas del Libro de la Universidad Nacional de San Martín.

En estos estudios se consultó principalmente a editores aunque también respondieron otros profesionales como autores, equipos de comunicación y ventas, diseñadores gráficos e ilustradores, correctores, traductores, distribuidores, agentes, libreros y bibliotecarios. No obstante, consideramos importante destacar que este tipo de investigaciones poseen alcances y limitaciones propias de las herramientas utilizadas para la recolección de datos.

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

Por otra parte, mucha de la información que se brinda en este escrito corresponde al trabajo de campo llevado a cabo para mis tesis de maestría (Velazquez, 2024) y doctorado (Velazquez, 2025), en las cual se relevaron editoriales independientes del Área Metropolitana de Buenos Aires.

Para los fundamentos de este artículo partimos de los marcos teóricos desarrollados por Pierre Bourdieu (2000, 2003) respecto a la teoría de los campos sociales, en particular el campo editorial. Un campo es una red de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones están definidas por las determinaciones que imponen a sus ocupantes, por su situación actual y potencial en la estructura de la distribución de las diferentes especies de capital y por sus relaciones objetivas con las demás posiciones (dominación, subordinación, homología, etcétera.) (Bourdieu y Wacquant, 1995). A su vez, el campo editorial es un espacio social relativamente autónomo, un sistema de relaciones y posiciones relativas ocupadas por las editoriales en un momento dado del tiempo (Bourdieu, 2000). Este es un espacio de luchas por la legitimidad cultura, la única acumulación legítima es el capital simbólico que permite obtener la consagración.

Esta herramienta teórica nos permite pensar en la estructura del campo editorial (el cual es caracterizado por los altos niveles de concentración) y en la posición adoptada por los agentes dentro del segmento de las editoriales independientes (en tanto actores clave que representan una alternativa a las lógicas mercantiles que buscan imponer las grandes empresas, y que encuentran distintos desafíos para desarrollarse en el mercado). Asimismo, pensamos en la influencia de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de proyectos de distintas escalas financieras y en las transformaciones que generan en el sector del libro y la edición. En tal sentido, acordamos con John B. Thompson en que la teoría de los campos sociales debe integrar a la tecnología, un aspecto relegado en los estudios de la edición contemporánea:

> Si queremos entender lo que ocurre hoy en el mundo de la edición, tenemos que integrar el cambio tecnológico en la teoría de los campos y examinar en detalle a qué equivale la innovación tecnológica en la práctica. También necesitamos situar a las organizaciones y a los individuos en el centro de la teoría de los campos (Entrevista realizada por Muniz Jr., Vázquez Álvarez y Badenes, 2025, p. 125).

Por otra parte, cabe mencionar que en este trabajo evitamos caer en determinismos en el análisis de las tecnologías. En cambio, comprendemos a las tecnologías en su relación con las transformaciones sociales y culturales. Siguiendo a Emilio Cafassi (1998) pretendemos entender cómo las transformaciones tecnológicas repercuten directamente en la vida cultural y doméstica, tanto histórica como cotidianamente, así como en los modos culturales de organización e interacción social. Esta perspectiva nos sirve para analizar cómo se encuadran los editores independientes bajo ciertas premisas como la *bibliodiversidad* o bien las reacciones que estos actores pueden tener frente al avance de la Inteligencia Artificial.

Por último, en este trabajo es clave la idea de *independiente,* una categoría que es polémica y escurridiza (Sorá, 2013). En este artículo consideramos a la edición independiente como una "zona política, inestable y en constante cambio" (López Winne y Malumián, 2016, p. 2). En tal sentido, el sector independiente es diverso, en el cual los actores de pequeña y mediana escala pueden sentirse representados o no por los sentidos y las prácticas que encierra la *edición independiente* —si bien no todas las editoriales pymes se identifican como independientes, en varios momentos en este artículo se tomará a ambos conceptos como sinónimos—.

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

3. Sobre el desarrollo de la IA

Si bien no existen consensos respecto a la definición de la Inteligencia Artificial, consideramos que el debate "tiende a centrarse en las máquinas capaces de imitar ciertas funcionalidades de la inteligencia humana, incluidas características como la percepción, el aprendizaje, el razonamiento, la resolución de problemas, la interacción lingüística e incluso la producción de un trabajo creativo" (COMEST, 2019, p. 3). En tal sentido, la IA no se reduce a una serie de *prompts* (instrucciones) y plataformas destinadas a resolver las tareas y ocupaciones de las personas, sino que atraviesan gran parte de las interacciones humanas. Como planta Éric Sadin (2020):

> La inteligencia artificial no constituye una innovación más entre otras, sino que representa más bien un "principio técnico universal" basado sobre una misma sistémica: el análisis robotizado —generalmente operado en tiempo real— de situaciones de diverso orden, la formulación instantánea de ecuaciones, supuestamente las más acordes, y en general con vistas a emprender las acciones adecuadas correspondientes, sea por medio de intervenciones humanas o de modo autónomo por los sistemas mismos (p. 20).

Los inicios de la IA se pueden rastrear en la década del '50 a partir de los trabajos del científico Alan Turing[13], quien definió el comportamiento inteligente de un ordenador como "la capacidad de lograr un rendimiento similar al de un humano en tareas cognitivas" (UNESCO, 2021, p. 15). Sin embargo, desde el lanzamiento del producto de OpenAI ChatGPT 3.5 en noviembre de 2022, la IA ha crecido a niveles exponenciales. Este hecho revitalizó el desarrollo, la investigación y la inversión de lo que se conoce como IA Generativa que "a diferencia de otras formas de IA diseñadas para realizar tareas específicas, como reconocer objetos en una imagen, la IA Generativa crea resultados nuevos y únicos, como imágenes, textos, música o incluso código informático"[14].

En la actualidad, la información y la extracción de datos impregna cada aspecto de nuestra vida cotidiana (automóviles autónomos, redes sociales, asistentes virtuales, sistema de recomendación, *bots* y *chats* inteligentes, etcétera). De modo tal que la expansión de la Inteligencia Artificial ha generado debates sobre su impacto en la sociedad. Así, dicha tecnología presenta interrogantes en cuanto a los límites de su intervención en las esferas públicas y privadas de las personas, y la capacidad que poseen de sustituir a los humanos en muchas actividades.

El fundador del Foro Económico Mundial Klaus Schwab (2016) plantea que este escenario llevará a una *Cuarta revolución industrial*, la cual se basa en la revolución digital[15]: "se caracteriza por

[13] En el artículo titulado *Computing Machinery and Intelligence* (1950), Alan Turing creó un test para evaluar la inteligencia de una máquina. Este test se conoce como "El test de Turing" (UNESCO, 2024, p.10).

[14] Fuente: https://intelligence.weforum.org/topics/a1Gb0000000pTDREA2/key-issues/a1G680000000Ne9EAE

[15] "La primera revolución industrial abarcó desde aproximadamente 1760 hasta más o menos 1840. Desencadenada por la construcción del ferrocarril y la invención del motor de vapor, marcó el comienzo de la producción mecánica. La segunda revolución industrial, entre finales del siglo XIX y principios del XX, hizo posible la producción en masa, fomentada por el advenimiento de la electricidad y la cadena de montaje. La tercera revolución industrial se inició en la década de 1960. Generalmente se la conoce como la revolución digital o del ordenador, porque fue catalizada por el desarrollo de los semiconductores, la computación mediante servidores tipo «mainframe» (en los años sesenta), la informática personal (décadas de 1970 y 1980) e internet (década de 1990)" (Schwab, 2016, p.20).

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

un Internet más ubicuo y móvil, por sensores más pequeños y potentes que son cada vez más baratos, y por la inteligencia artificial y el aprendizaje de la máquina" (Schwab, 2016, p. 20). Este escenario ha dado lugar a la consolidación de las GAFAM, acrónimo que hace alusión a las empresas estadounidenses Google, Apple, Facebook/Meta, Amazon y Microsoft que son clave en las transformaciones mundiales del capitalismo en las últimas décadas (Gorriti, 2022). De manera tal que los actores políticos y económicos se involucran en la economía de los datos y las plataformas, en el cual los bienes culturales circulan en tanto productos propios de una economía que tiene como centro la gestión de información. En este paradigma las tecnologías toman a la información como materia prima, lo que representa la base de la productividad y la competencia (Castells, 2005).

4. Las tecnologías en el campo editorial

En los últimos tiempos, las industrias culturales transitan profundas transformaciones ante los desafíos que impone el ecosistema virtual. En el campo editorial, las tecnologías de información y comunicación alteran los modos tradicionales de concebir el libro y la lectura: la irrupción de nuevas tecnologías, las redes sociales y la digitalización han atravesado la producción, comercialización y consumo de obras escritas.

Alejandro Piscitelli (2002) plantea que "el procesamiento electrónico de la palabra nos hizo ingresar a un nuevo mundo de distinciones y de operaciones cognitivas, generando un espacio psíquico inconmensurable con la cultura del libro" (p. 120). La creación de libros en formatos digitales (*e-books* y audiolibros) junto a las formas de distribución *online*, han abierto las posibilidades a diversas formas de consumo por fuera del formato impreso. Esto lleva a una progresiva resignificación del libro —objeto de doble faz, económica y simbólica (Bourdieu, 2000)— y de los propios lectores. De manera que "el advenimiento de la palabra digital puede verse como una transformación incremental del proceso de liberación y como un cambio radical en la forma de pensar" (Piscitelli, 2002, p. 120).

Es preciso comprender el avance tecnológico en la industria editorial como proceso ligado a la globalización de los mercados. La expansión de los mercados internacionales desde fines de los '80 ha dado lugar a la formación de grandes conglomerados que se caracterizan por: la orientación hacia la venta masiva, al bajo riesgo y a la alta rentabilidad, con foco en los títulos de éxito inmediato en detrimento de los títulos de "fondo de catálogo"; introducción de las lógicas del *marketing* y de las metas financieras en el trabajo editorial; reducción de la calidad en los procesos y en los productos; adquisición de pequeñas y medianas editoriales, con cambios intensos en sus modos de funcionamiento y en la selección de títulos (Muñiz Júnior, 2015). Estos grupos multimedia son empresas formadas por capitales inversores, que compiten entre sí por porciones del mercado.

> Los nuevos actores clave de este campo son ahora los fondos de inversión, además de los grandes grupos de comunicación. Hoy son estos los actores que dominan el sector editorial. Estamos entonces frente a un movimiento que está modificando la naturaleza misma del libro y que desestabiliza un sector cultural hasta ahora clave para la construcción de ciudadanía y la democratización del acceso y la producción cultural e intelectual en una sociedad democrática (Dujovne y Ostroviesky, 2016, pp. 29-30).

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

Como resultado de los procesos de internacionalización, los fondos de inversión pasaron a dominar la escena editorial a escala mundial, fenómeno que altera las lógicas de publicación y venta de libros. Al respecto, uno de los mayores cambios de este proceso es la incorporación de agentes económicos ajenos al mundo de la edición. Empresas que se abocan al entretenimiento o a los servicios de información y comunicación, a la telefonía celular y al *software*. Uno de los casos más paradigmáticos ha sido la adhesión de Amazon al campo, alterando la cadena de valor e imponiendo nuevos regímenes de exhibición y venta de libros físicos y digitales. Amazon es fundada en 1994 por Jeff Bezos. Esta empresa comienza como librería por Internet y adquiere relevancia cuando extiende la plaza de ventas a productos diversos como muebles, electrodomésticos, ropa y comida (Silva, 2023). Con el tiempo, además de ser un *marketplace*, sus líneas de negocio se extienden a otros servicios como la autopublicación (Kindle Direct Publishing); habilita acceso a diferentes tipos de contenidos, como series (Amazon Fire TV), películas (Amazon Prime Video), música (Amazon Prime Music) y fotos (Amazon Photo)[16]; e incluso cuenta con líneas de negocios por fuera de los medios, como el asesoramiento a empresas y la prestación de servicios de salud primaria. En la actualidad, esta empresa es una de las más importantes en el plano de la I+D en Inteligencia Artificial. Esta tecnología desafía las condiciones tradicionales de la industria del libro. Los procesos de producción, distribución y comercialización de obras literarias y científicas son modificados por las plataformas y uso extensivo de Internet. Si bien determinadas herramientas de IA pueden generar determinadas facilidades para los actores en lo que tiene que ver con alivianar tareas, también traen incertidumbres con respecto a las capacidades creativas de las máquinas y a su efecto en el trabajo de los profesionales del libro.

5. Las editoriales independientes frente a la IA

A la par de los procesos de concentración de firmas en el mercado del libro, surgieron las editoriales independientes en distintas partes del mundo. Estas se diferencian de las grandes empresas extranjeras por las escalas económicas reducidas con las que se manejan, además de políticas editoriales alejadas de la búsqueda de rentabilidad inmediata.

En nuestro país, las tecnologías habilitaron el ingreso de pequeñas y medianas editoriales al campo editorial. Desde el 2000 en adelante se consolidaron muchos pequeños proyectos editoriales valiéndose de facilidades que brindaban los procesadores de texto y la accesibilidad a los programas de diseño como *Indesing*. También la impresión digital y sistema de impresión a demanda *(Print on demand)* les permitió a estos actores hacer tiradas chicas y reducir costos de inversión. Así muchos editores que nacieron de manera *amateur* fueron profesionalizando en las últimas décadas.

No obstante, hasta el momento de confinamiento obligatorio por la pandemia de COVID-19 una buena parte de las editoriales de pequeña y mediana escala no habían avanzado en la incorporación de alternativas digitales a sus negocios (Szpilbarg, 2020). Este periodo dejó en evidencia el fuerte apego de las editoriales pequeñas al formato papel. Solo entonces las editoriales comenzaron a saldar cuentas pendientes con la digitalización de sus catálogos, además de la consolidación de las redes sociales como modelo estratégico de comunicación de los proyectos editoriales.

[16] Fuente: https://www.amazon.es/

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

Por tanto, la automatización del trabajo en varios eslabones de la cadena de valor puede resultar provechosa para estos actores. De acuerdo con una encuesta realizada por Proyecto 451 (2025), un número importante de profesionales a los cuales se consultó considera que la optimización de los costos o la automatización de tareas será el mayor beneficio de la IA. Por lo que esta tecnología puede tener un significativo impacto en las tomas de decisiones, resolución de problemas contables y administrativos, *marketing* y difusión de productos con públicos segmentados.

Pero la realidad económica y laboral de este tipo de proyectos puede entrar en tensión con las transformaciones que propone la IA. Principalmente, estas editoriales poseen condiciones económicas de supervivencia. La fragilidad económica de estos sellos determina las capacidades de producción (pocas novedades anuales, tiradas chicas, bajas posibilidades de reimpresión). De manera tal que encuentran distintos obstáculos para sostenerse en el tiempo. Tales cuestiones influyen en las posibilidades de avanzar en estrategias de digitalización e incorporación de tecnologías a los procesos operativos, sobre todo cuando las funciones más avanzadas de las herramientas de IA implican pagar suscripciones mensuales a precio dólar.

En las editoriales pymes es común que pocos integrantes absorban la mayor cantidad de tareas intelectuales y técnicas de la editorial, a diferencia de las grandes empresas que cuentan con departamentos específicos para cada área. El *multitasking* y el solapamiento de tareas son rasgos propios de este segmento editorial (Velazquez, 2024). Esto hace que las rutinas se realicen a contrarreloj con sobreexigencias de sus trabajadores, cuestión que puede afectar en el tiempo disponible que se requiere para capacitación en este tipo de tecnologías.

Esto también lleva a que las editoriales se manejen con muchos profesionales externos a la organización. Como dijimos, la IA amenaza la estabilidad de los eslabones tradicionales de la cadena de valor del libro, dado que los robots son capaces de reemplazar el rol de ciertos intermediarios. Correctores, fotógrafos, diseñadores gráficos, traductores son algunos de los puestos que corren riesgo de desaparición (Sadin, 2024). Si bien cada caso es diferente, estos son los roles que más se suelen subcontratar. De acuerdo con la encuesta de Proyecto 451 (2025) antes mencionada, la percepción negativa del impacto de la IA en la industria es especialmente alta entre estos trabajadores independientes. Eso se corresponde con la preocupación sobre el futuro laboral.

En la misma línea, la encuesta *Navegando lo incierto: usos y percepciones de la LA generativa en el sector editorial iberoamericano* (2025), expone que quienes se dedican a la traducción y a la ilustración manifiestan una percepción más crítica y preocupada frente al impacto de la IA:

> Respecto al impacto de la IA generativa en el trabajo creativo, los datos dan cuenta de que no existe una percepción homogénea entre las distintas ocupaciones del ecosistema del libro. Un porcentaje muy importante de quienes traducen (56 %) e ilustran (60 %) manifiesta una visión crítica, al considerar que esta tecnología representa principalmente una amenaza capaz de devaluar o poner en riesgo la creatividad humana. Esta percepción es menos frecuente entre quienes escriben, grupo que también se distingue por presentar un mayor porcentaje de personas (25 %) que considera que la IA puede potenciar el trabajo creativo (Dujovne, González y Cuneo, 2025, p. 55).

En tal sentido, un punto importante del impacto que puede generar la IA se da en el plano de la traducción. Como punto sobresaliente de esta tendencia destacamos la posibilidad de traducción de los idiomas periféricos que son posibles con la automatización de esta actividad. Esto abrirá el

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

espacio para la circulación de obras producidas en "lenguas minoritarias", incidiendo en la reformulación de los mercados de derechos internacionales. Michael Bhaskar (2020) considera que:

> Las barreras del lenguaje comenzarán a derrumbarse en el reino del texto. El mercado de los derechos, una parte esencial del panorama editorial, cambiará drásticamente, haciéndose más grande en términos de negocios hechos en todas partes. El lugar privilegiado de los contenidos en inglés comenzará a desaparecer —incluso mientras el capital cultural de los países de habla inglesa disminuya— (p. 14).

Sin embargo, no puede pasarse por alto que en la traducción automática la intervención humana se reduce al mínimo. De manera tal que los editores podrían prescindir de los traductores resolviendo ellos mismos la tarea en poco tiempo. No sólo eso, sino también existen empresas comerciales ajenas al mundo editorial que ofrecen a los autores la posibilidad de traducción a otros idiomas, gracias al costo reducido y la velocidad de producción que posibilita la IA (Schlavelzon, 2024). En consecuencia, surge la necesidad de generar mecanismos que protejan esta especialidad.

Tal vez quedará lugar para las traducciones que requieran de un trabajo más sofisticado. Por ejemplo, las editoriales independientes cumplen un papel importante al acercar a los lectores traducciones que recuperan el léxico local. En palabras de Damián Tabarovsky "si las editoriales pequeñas argentinas no existieran, no habría prácticamente más traducciones hechas en el país. Se perdería entonces riqueza lingüística y diversidad bibliográfica (Arias y Schmukler, 2015, p. 4). En este tipo de traducciones pesa los conocimientos y las decisiones que toman los propios traductores en conjunto con los editores. Por ende, difícilmente las máquinas puedan reemplazar a los traductores en este tipo de elaboraciones.

A la precarización que ya atraviesa el sector se suma el riesgo de pérdida de puestos de trabajo que representa la IA Generativa. Asimismo, cabe considerar si el avance de la IA profundizará las asimetrías ya existentes en el campo. Los grandes conglomerados editoriales son los capaces de producir en distintas líneas de productos y para distintos públicos a la vez (ficción, no ficción, infantil, etcétera). También pueden desarrollar sistemas de recomendación cada vez más personalizados. A partir del control de los datos, la compra y venta será más aguda según segmentos específicos de públicos.

Los *holdings* editoriales como Grupo Planeta y Penguin Random House se encuentran en posición de lograr alianzas estratégicas con las megas corporaciones desarrolladoras de IA. Así, el grupo propietario de Penguin Random House, Bertelsmann, firmó un acuerdo con OpenIA para desarrollar nuevas formas de crear y distribuir contenidos de vídeo, audio y texto. Además, el acuerdo contempla que todos los empleados que forman parte del grupo incorporen ChatGPT en sus rutinas de trabajo (Publishnews, 2025).

En el plano local, un ejemplo de este tipo de alianzas fue el acuerdo de Planeta con Mercado Libre[17]. En 2020 el grupo editorial lanzó su propio canal de ventas a través de esta empresa de *e-commerce* pasando por alto a los puntos de venta, lo cual generó el descontento de los/as libreros/as (Sáliche, 2020). Si bien, este acuerdo no generó cambios estructurales en el ecosistema editorial,

[17] Mercado Libre es uno de los mayores exponentes del *capitalismo de plataformas* (Srnicek, 2018) en América Latina. Debido a su poca capacidad de desarrollar tecnologías innovadoras, esta empresa depende de la capacidad informacional de las GAFAM para operar. Mercado Libre, por ejemplo, usa los servicios de almacenamiento y las herramientas analíticas de AWS (Amazon Web Service) para potenciar sus propios servicios digitales (Gorriti, 2022).

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

no deja de ser una representación del interés de las grandes editoriales en las plataformas de exhibición y logística de productos. Además, estos movimientos demuestran el avance de las plataformas de venta *online* en la circulación y venta de libros en la región. No obstante, cabe mencionar que durante la pandemia muchas editoriales independientes comenzaron a vender directamente desde Mercado Libre algunas, incluso, pasando por alto a distribuidores y librerías.

Ahora bien, entre los actores editoriales de menor peso económico existe el temor de que se profundicen estos procesos de concentración de la producción y circulación en pocos actores con mayor capital económico, "ya que la adopción tecnológica exige poder de inversión, lo que podría dejar rezagados a actores independientes, pequeñas editoriales, librerías y distribuidoras" (Dujovne, González y Cuneo, 2025, p. 60). Si bien, como se mencionó, desde la pandemia por Covid-19 y la consecuente cuarentena estricta, muchos pequeños editores se adaptaron obligadamente al entorno digital (por ejemplo, digitalizando sus catálogos), la incorporación de herramientas y recursos tecnológicos a los procesos de trabajo continúa siendo un aspecto sensible dentro de este segmento. A diferencia de las grandes empresas multinacionales, las editoriales pequeñas encuentran más dificultades para la adaptación digital debido, principalmente, a que esto requiere una alta inversión económica, además de los recursos humanos y conocimientos técnicos necesarios para llevar a cabo este tipo de estrategias (Dujovne, 2022).

6. La edición independiente: una categoría ética

Daniela Szpilbarg (2019) plantea que en las editoriales independientes se ve claramente el concepto de la *necesidad hecha virtud* planteado por Pierre Bourdieu. El autor francés plantea que las condiciones de producción del habitus, *necesidad hecha virtud*, que se entiende como rechazar lo rechazado y querer lo inevitable, hacen que las anticipaciones que se producen tiendan a ignorar la restricción a la que está subordinada la validez de todo cálculo de probabilidades (Bourdieu, 2015). En el campo editorial esto se verifica en la pérdida de autonomía del campo, como consecuencia de su relación con los campos económico y político, "pone de manifiesto una situación crítica en la cual los agentes deben ponerse en relación a las nuevas condiciones" (Szpilbarg, 2019, p. 220). Con relación a esto, un rasgo particular de las editoriales pequeñas, y que las diferencian de los grupos concentrados de capitales extranjeros, es la capacidad autogestiva y la flexibilidad para adaptarse a las circunstancias. Estas características les han permitido sortear distintos momentos de crisis económica y política. Tales condiciones bien pueden verse reflejadas en las nuevas exigencias que impone el entorno virtual e informático al campo editorial. La Inteligencia Artificial impondrá nuevos desafíos a los pequeños y medianos editores quienes adoptaran determinadas posturas que pueden objetivarse en prácticas específicas.

Por ejemplo, determinados sectores de este campo avanzarán en la defensa del trabajo de los equipos internos y externos de las editoriales y, por tanto, en la búsqueda de mejoras de las condiciones laborales contra la precarización que pueden sufrir como resultado de la extensión de la IA. Así como se extenderán el etiquetado de los libros generados con IA[18], seguramente surgirán

[18] La Ley Europea de Inteligencia Artificial de 2024 dispone que todos los proveedores de sistemas de IA generativa deben cumplir con las obligaciones fundamentales de transparencia para que el público sepa si el contenido se ha generado artificialmente y así poder distinguirlo del contenido auténtico generado por humanos. Esto implica incluir un etiquetado obligatorio para los contenidos generados por IA. Más información: https://artificialintelligenceact.eu/es/#

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

las etiquetas en los que se mencionara que determinado libro fue realizado íntegramente por humanos y no por máquinas (similar a la aclaración sobre la pertenencia a las licencias Creative Commons[19] que incluyen algunas editoriales independientes). Esto reforzará simbólicamente la importancia del trabajo de los diversos profesionales que intervienen en la creación de los libros.

Como plantea José de Souza Muniz Júnior (2015) la idea de "independencia" se presenta como una *categoría ética* que representa un polo de resistencia a las transformaciones estructurales del mercado editorial. Es así que en ciertos segmentos se defienden estos valores que dan lugar a identidades colectivas e inspiran prácticas específicas. Los actores de este segmento se comprometen en determinados posicionamientos políticos/ideológicos que tienen sentido dentro del juego del campo. Así, por ejemplo, existen sellos que eligen publicar bajo licencias libres, como las Creative Commons que cuando llegaron a nuestro país a principios del nuevo milenio "se unieron a un movimiento más amplio, preexistente, que impulsaba la idea de una cultura libre" (Racioppe, 2019, p. 100).

Por lo tanto, el avance de las tecnologías da lugar a que diversos actores del segmento independiente se mantengan aferrados al libro tradicional en papel. En un relevamiento de varias editoriales independientes de CABA realizado en el marco de mi tesis de maestría (Velazquez, 2024), puede identificarse a un grupo de actores de la escena independiente que se resisten a la publicación de libros digitales. Esta reticencia al libro en formato virtual está dada, según los propios editores, por un compromiso con la materialidad de las publicaciones. Esto demuestra la responsabilidad que asumen los editores ante un objeto de valor simbólico y económico como el libro. De manera tal que es probable que se den compromisos colectivos en pos de la valorización del libro tradicional y, sobre todo, de la defensa del trabajo.

En este tema, además puede influir el hecho de que, como plantea Ignacio Perrone (2013), aún no se salda las tensiones entre los libros electrónicos, en tanto bienes informacionales, y el mercado. En otras palabras, el autor plantea que los actores no buscan un cambio muy radical en materia de digitalización: "en definitiva, siguen abundando las promesas de revoluciones, pero los cambios no parecen preocupados por cumplir con el vértigo" (Perrone, 2013, p. 121). Esto puede advertirse luego de pasada la pandemia, cuando los mismos actores que habían avanzado en la digitalización de sus catálogos abandonaron rápidamente dicha tarea.

Cabe considerar que el sector independiente es amplio y heterogéneo (Vanoli y Saferstein, 2011). Por lo cual algunos proyectos aprovecharán las ventajas de las plataformas para agilizar tareas o abaratar costos. Cuestión que podría reforzar las distinciones entre los agentes tal como sucede, por ejemplo, entre quienes eligen imprimir en el exterior y quiénes no.

7. Reflexiones finales

Emilio Cafassi (1998) plantea que:

[19] Con respecto a este tema, Bianca Racioppe (2019) plantea que "las licencias Creative Commons, vinculadas a la tradición del *Copyleft* y del *Software libre*, surgen para ofrecer un respaldo legal a aquellos/as autores/as, editores/as, cineastas, fotógrafos/as que no quieren privatizar sus producciones, sino que desean que puedan ser reutilizadas y circuladas sin necesidad de pagar regalías" (p. 98).

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

> En todo momento histórico una transformación tecnológica de significación, pero a la vez abarcativa, tiende a provocar […] modificaciones correlativas de las formas sociales de organizar la producción y el consumo, que tarde o temprano adquieren consecuencias para el conjunto de la sociedad. Pero la emergencia de la informática, si bien en este punto no tiene razón para diferenciarse del resto de sus antecesoras, está llamada a aportar necesariamente consecuencias más amplias y profundas, en virtud, por un lado, de la naturaleza de sus cualidades y la extensión creciente de su ámbito de aplicación y, por otro, de la plástica arquitectura actual, en un marco de creciente conectividad compatible (pp. 17-18).

En el caso específico de la industria editorial, con la realidad que presenta el desarrollo de las tecnologías cabe pensar en qué nuevas prácticas y posturas adoptará el sector. Especialmente, si tenemos en cuenta la tendencia a la concentración de la industria, cabe pensar si la IA profundizará estas desigualdades del mercado afirmando la acumulación de poder económico y simbólico de los actores dominantes.

Esto supondrá un desafío para las pequeñas y medianas editoriales las cuales son atravesadas por condiciones laborales particulares: solapamiento de tareas, economías de supervivencia, condiciones de trabajo precarias. Las características propias de las editoriales independientes les permitirán adaptarse a estas transformaciones incorporando algunas herramientas y rechazando otras. En este último sentido, dado el rol significativo que tiene este movimiento en la circulación y defensa de determinadas ideas, la lucha contra la inteligencia artificial tendrá el potencial de plasmarse en prácticas específicas. Reafirmando una identidad colectiva marcada por la resistencia a las lógicas impuestas por el mercado en la edición de libros.

Referencias

Arias, M. y Schmukler, E. (15 de diciembre de 2015). ¿Independientes de qué?: una entrevista a Damián Tabarovsky. *Cuadernos LIRICO*, (13). https://doi.org/10.4000/lirico.2046

Bhaskar, M. (2020). Las IA y las editoriales: ¿qué sigue? En F. A. Forero Villa (Coord.) *Inteligencia artificial: transformaciones y retos en el sector editorial* (pp.7-17). CERLALC.

Bourdieu, P. (2000). *Una revolución conservadora en la edición. En P. Bourdieu, Intelectuales, política y poder* (pp. 223-267) (Trad. A. Gutiérrez). Eudeba. (Trabajo original publicado en 1999).

Bourdieu. P. (2003). *Campo de poder, campo intelectual.* Editorial Quadrata.

Bourdieu, P. (2015). *El sentido práctico.* (Trad. A. Dilon). Siglo XXI Editores. (Trabajo original publicado en 1980).

Bourdieu, P. y Wacquant, L. J. D. (1995). *Respuestas. Por una antropología reflexiva.* (Trad. H. Levesque Dion). Grijalbo. (Trabajo original publicado en 1992).

Cafassi, E. (1998). *Internet: políticas y comunicación*. Biblos.

Castells, M. (2005). *La era de la información: economía, sociedad y cultura.* (Vol.1). Siglo XXI Editores.

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

Dujovne, A. y Ostroviesky, H. (2016). Otro saldo ya pronto serás. Contradicciones y obstáculos en el campo editorial argentino. *Sociales en Debates*, (10), 25-36.

Dujovne, A., González, J. D. y Cuneo, V. (2025). *Navegando lo incierto: usos y percepciones de la LA generativa en el sector editorial iberoamericano*. CERLALC.

Gorriti, J. (2022). Las GAFAM como actores económicos mundiales: límites, desafíos y posibilidades. En E. Torres y J. M. Domingues (Eds.), *Nuevos actores y cambio social en América Latina* (pp. 161-183). CLACSO. https://doi.org/10.2307/j.ctv2v88cbs.9

López Winne, H. y Malumián, V. (2016). *Independientes, ¿de qué? Hablan los editores de América Latina.* Fondo de Cultura Económica.

Muniz Jr. J de S., Vázquez Álvarez, I. y Badenes D. (2025). John B. Thompson: Temos que integrar a mudança tecnológica à teoria dos campos. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, *23*(47), 122-129. https://doi.org/10.55738/alaic.v23i47.1211

Muniz Júnior, J. de S. (2015). Itinerarios de una identidad voluble: el debate sobre la edición "independiente" en Francia y Brasil. *Orbis Tertius*, *20*(21), 145-158.

Ossa, A. (2020). Introducción. En Inteligencia artificial: transformaciones y retos en el sector editorial (pp.5-6). CERLALC.

Perrone, I. (2013). La tinta con bits entra. La industria editorial y las Tecnologías de la Información y la Comunicación. *Hipertextos*, *1*(0), 113-123.

Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Paidós.

Racioppe, B. (2019). Los modos de licenciamiento: entre lo privativo y lo abierto. En D. Badenes y V. Stedile Luna (Comps.), *Estado de Feria Permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020* (pp. 97-116). Club Hem Editores.

Redacción Publishnews (23 de enero de 2025). Bertelsmann, propietario de Penguin Random House, firma un acuerdo de colaboración con OpenAI que incluye el uso de ChatGPT en sus empresas. *Publishnews.* https://publishnews.es/bertelsmann-propietario-de-penguin-random-house-firma-un-acuerdo-de-colaboracion-con-openai-que-incluye-el-uso-de-chatgpt-en-sus-empresas/

Sadin, É. (2020). *La inteligencia artificial o el desafío del siglo. Anatomía de un antihumanismo radical*. (Trad. M. Martinez). Caja Negra. (Trabajo original publicado en 2018)

Sáliche, L. (9 de junio de 2020). 6 claves para comprender cómo afecta la alianza entre Planeta y Mercado Libre al sector editorial. *Infobae*. https://www.infobae.com/cultura/2020/06/09/6-claves-para-comprender-como-afecta-la-alianza-entre-planeta-y-mercado-libre-al-mercado editorial/

Schavelzon, G. (9 de octubre de 2024). Las novelas traducidas por inteligencia artificial. *El blog de Guillermo Schavelzon.* https://schavelzon.com/2024/10/09/las-novelas-traducidas-por-inteligencia-artificial/

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. Debate.

Silva, R. (16 de julio de 2023). Cómo fue el inicio de Amazon en 1994 cuando Bezos empezó a vender en línea. *Infobae*. https://www.infobae.com/tecno/2023/07/16/como-fue-el-inicio-de-amazon-en-1994-cuando-bezos-empezo-a-vender-en-linea/

Sorá, G. (2012). El mundo como feria. In(ter)dependencias editoriales en la Feria de Frankfurt. *Comunicación y Medios*, (27), 102-128. https://doi.org/10.5354/0716-3991.2013.24917

Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. (Trad. A. Giacometti). Caja Negra. (Trabajo original publicado en 2016).

Szpilbarg, D. (2019). *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Tren en Movimiento.

Szpilbarg, D. (2020). Editoriales argentinas ante la cuarentena por el Covid 19. Efectos, balances y perspectivas [informe]. Autoedición.

Thompson, J. B. (2012). *Merchants of culture*. Plume.

Turing. A. M. (1950). Computing Machinery and Intelligence. Mind, 59(236), 433-460. https://doi.org/10.7551/mitpress/4626.003.0002

Hu, X., Neupane, B., Echaiz, L. F., Sibal, P. y Rivera Lam, M. (2021). *El aporte de la inteligencia artificial y las TIC avanzadas a las sociedades del conocimiento. Una perspectiva de derechos, apertura, acceso y múltiples actores*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375796

Vanoli, H. y Saferstein, E. (2011). Cultura literaria e industria editorial. Desencuentros, convergencias y preguntas alrededor de la escena de las pequeñas editoriales. En L. Rubinich y P. Miguel (Eds.), *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010* (pp. 1-10). Aurelia Rivera.

Velazquez, G. (2024). *Letra chica. Producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes*. Universidad Nacional de Quilmes. https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2636

Velazquez, G. (2025). *Circulación, posicionamientos y relaciones de poder en el campo editorial. Estrategias de distribución y comercialización de las editoriales independientes del Área Metropolitana de Buenos Aires (2016-2020)* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional de Quilmes]. https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/6047Arias, M. y Schmukler, E. (15 de diciembre de 2015).

Fuentes

COMEST. (2019). *Estudio preliminar sobre los aspectos técnicos y jurídicos relativos a la conveniencia de disponer de un instrumento normativo sobre la ética de la inteligencia artificial*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367422_spa

Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

Proyecto 451. (2025). Uso y percepciones de las herramientas de Inteligencia Artificial en la industria del libro. Informe de Proyecto 451.

DOI: https://doi.org/10.24215/23143924e115, https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos
Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.