

Resumen

El objetivo de este trabajo es abordar las transformaciones en el rol del editor, a partir de analizar la dinámica y el funcionamiento de las grandes editoriales en Argentina en la actualidad. Se analizarán las lógicas específicas y las tensiones que suceden al interior de las más grandes empresas editoriales de Argentina, el grupo *Penguin Random House* y *Planeta*. Las reformas que fueron provocadas por la entrada al campo de las empresas transnacionales, implicaron que las filiales adoptaran nuevas modalidades de trabajo y organización, con la incorporación del marketing editorial. A partir de entrevistas se buscará señalar y analizar las tensiones entre la lógica comercial y la cultural que se dan entre los actores con intereses particulares dentro del campo. Estos actores comparten un "sentido práctico del editor" que conforma su *habitus* y que remite a una serie de disposiciones para la acción conformada por saberes técnicos, teóricos, procesos de intuición que junto a una racionalidad específica conforman las prácticas del editor.

PALABRAS CLAVE: CAMPO EDITORIAL – EDITORES – PRODUCCIÓN CULTURAL Y SIMBÓLICA – GLOBALIZACIÓN – MARKETING

Abstract

The purpose of this paper is to analyze some changes in the Publishing Direction role, analyzing the operation of the major publishers in Argentina today. We will analyze the specific logics and tensions that occur within the largest publishing companies in Argentina, *Penguin Random House* and *Planeta*.

Concentration and transnationalization occurred in the nineties led to new forms of work and organization, and the incorporation of publishers book marketing techniques. Parting from interviews we will identify and analyze contradictions between actors with particular positions in the publishing field, who share a "practical sense of the publisher" that shapes their *habitus* and refers to a number of provisions for action. This practical sense consists in an articulation of technical and theoretical knowledges and intuitive and creative processes which together perform a specific practical rationality of the editors and publishers.

KEY WORDS: PUBLISHING FIELD – PUBLISHERS – SIMBOLIC AND CULTURAL PRODUCTION – GLOBALIZATION – MARKETING