

2º Concurso
**"El Libro Mejor Editado en la
Argentina"®**
durante el año 2016

Con el objetivo de promover y difundir la tarea específica del editor, la Cámara Argentina de Publicaciones convoca al Concurso N° 2 El Libro Mejor Editado en la Argentina 2016, que se ajustará a las siguientes

Bases y Condiciones

1. Entendiendo al Editor como quien publica libros y como curador y seleccionadores de los infinitos contenidos que crean los autores. Siendo también creadores de libros encargados bajo criterios específicos y que esta tarea se continúa con la decisión de qué tipo de objeto gráfico será ese libro, las múltiples razones que lo sostienen, y por último, la tarea de comercialización y difusión. Todo el proceso lleva dedicación, esfuerzo, creatividad y muchas veces riesgo. Este premio pretende valorar ese trabajo editorial, que es el puente necesario entre autores y creadores, y los lectores, el sentido último de este oficio.

Para ello se han fijado 3 ejes fundamentales de la tarea del editor, como criterios para otorgar este premio: **la selección del contenido, el concepto gráfico y el trabajo de difusión**. Sobre estos ejes se dan los detalles en el punto 10 de estas bases.

2. La convocatoria comprende

- A. Obras de interés general.
- B. Editadas en el país durante el año 2016.
- C. Cuyos derechos hayan sido contratados en el país.
- D. Autor/es de cualquier nacionalidad.
- E. No es requisito que el libro haya sido impreso en Argentina.

3. El jurado otorgará un primer y segundo Premio para cada una de las siguientes categorías:

- A. Ficción
- B. No Ficción
- C. Infantil (entre 0 a 11 años)
- D. Juvenil (entre 12 a 18 años)
- E. Ilustrados (Arte, Arquitectura, Fotografía, Humor Gráfico, Gastronomía, Jardinería, Decoración, Naturaleza).

4. El Editor podrá presentar hasta 2 (dos) títulos por categoría, cada uno de ellos debe ir acompañado con las respuestas de los editores, del formulario que se adjunta en el Anexo I de estas bases. Se entiende por Editor a personas Jurídicas o Físicas –mayores de edad– con domicilio legal y real en la República Argentina.

5. Los libros deberán enviarse a la Cámara Argentina de Publicaciones, desde el 9 de mayo hasta el 31 de mayo de 2017, a la calle Lavalle 437, 5° "A", C1047AAI Ciudad de Buenos Aires, teléfono (011) 5218-9707, administracion@publicaciones.org.ar, se aceptará como válida, para los envíos por correo, la fecha del matasellos. Pasada esta fecha los concursantes no tendrán derecho a reclamo alguno.
6. El fallo del jurado se difundirá conjuntamente con la entrega de premios en un acto que se realizará en conmemoración del Día Nacional del Libro, (15 de junio). Informaremos fecha y lugar del evento.
7. La Cámara Argentina de Publicaciones se reserva el derecho de disponer la composición del jurado, que estará compuesto por integrantes de instituciones representativas del ámbito editorial y cultural nacional y será nombrado antes del 20 de mayo.
8. Los libros presentados no serán devueltos y de destinarán en donación a instituciones de bien pública
9. Las obras que no cumplan con los requisitos previstos en estas bases no tendrán derecho a participar.
10. Los tres ejes sobre los cuales se basa el Premio al Libro Mejor Editado, son:
 - A. Selección de contenido:** evalúa el rol central del editor. Las posibilidades de transformar un contenido (creación del autor o encargo del editor) en un libro. El por qué el editor elige en este caso este contenido. Para hacerlo se guía por un solo motivo muy fuerte o una combinación de razones.
 - B. Concepto gráfico:** Se refiere al conjunto de decisiones que el editor toma a la hora de concebir el objeto libro impreso. Decide el formato, la encuadernación (si será tapa blanda, tapa dura, cosido, pegado, con solapas, con sobrecubiertas), el papel (papel obra, papel ilustración, gramaje del papel, calidad y origen), el tipo de impresión (a un color, a dos colores, a cuatro colores, si se imprimirá en máquina plana, rotativa o en impresión digital). También decide el diseño del interior y tapa, si llevará fotos, ilustraciones y algún material o proceso especial. Todas estas decisiones se toman bajo criterios precisos. Lo que se evalúa aquí es ese trabajo de decisión del editor.
 - C. Trabajo de Difusión.** Se refiere a las diferentes formas que encontró el editor en el caso del libro presentado, para apoyarlo en su llegada a los lectores. Sin duda la primera tarea es la de distribución y venta a las librerías y otros canales de venta. Además, el editor realiza un trabajo de apoyo y difusión, como destinar un gran presupuesto a marketing y publicidad, o bien a una cuidada estrategia de lanzamiento, que no siempre implica grandes presupuestos. Hay variadas acciones que eligen los editores, y algunas son más adecuadas para un tipo de libro que para otro. Estas son las decisiones que se evalúan en este eje.
11. En el formulario adjunto a continuación (Anexo I), se presentan las principales razones para las decisiones de estos tres ejes. El editor debe marcar con una cruz, si frente a cada una de estas razones, en el caso del libro en cuestión, el fundamento fue de poca, relativa o mucha importancia. Se deja un espacio para el comentario personal del editor, donde puede explicar su decisión libremente.
12. Deberán enviar por e-mail las tapas del libro en formato JPG de alta resolución (mínimo 300 DPI).

ANEXO I

Razones de la selección del contenido	Poca importancia	Relativa importancia	Mucha importancia
Alimentar el catálogo y/o continuar una colección			
Potencial de ventas			
Tema de interés			
Autor de prestigio			
Calidad literaria			
Oportunidad de innovación			
Recomendación de otro editor			
Gusto personal			
Comentarios			

Razones de la decisión del concepto gráfico	Poca importancia	Relativa importancia	Mucha importancia
Costo y precio al público			
Adecuación al contenido			
Público al que está dirigido			
Atractivo en librerías			
Imagen del sello / marca			
Pertenencia a una colección			
Propuesta o pedido del autor			
Comentarios			

Trabajo de difusión	Poca importancia	Relativa importancia	Mucha importancia
Atención y servicio a los librereros			
Envíos a prensa			
Redes sociales			
Publicidad digital			
Publicidad gráfica u otra			
Material para punto de venta			
Promoción en librerías			
Presentación o evento/s			
Comentarios			