



La industria editorial argentina contemporánea. Análisis desde la Economía Política de la Comunicación

Gustavo Daniel Velazquez

Question/Cuestión, Nro.69, Vol.3, agosto 2021

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e539>

La industria editorial argentina contemporánea. Análisis desde la Economía Política de la Comunicación

The contemporary Argentine publishing industry Analysis from the Political Economy of Communication

Gustavo Daniel Velazquez

Universidad Nacional de Quilmes/Becario Doctoral del CONICET

Argentina

gvelazquez90@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9352-4764>

Resumen

El presente artículo propone pensar el panorama actual de la industria del libro nacional desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación, en pos de contribuir al desarrollo de este enfoque dentro del campo de los estudios del libro y la edición.

Palabras claves: Industria del libro; Economía Política de la Comunicación; Estudios del libro y la edición.

Abstract

This article proposes to think about the current panorama of the national book industry from the perspective of the Political Economy of Communication, in order to contribute to the development of this approach within the field of book studies and publishing.

Keywords: Book Industry; Political Economy of Communication; Book Studies and Publishing.

Introducción

Las transformaciones que atraviesan constantemente a la actividad editorial, junto a la profesionalización del oficio, dieron lugar a diversas reflexiones teórico-conceptuales sobre este fenómeno desde perspectivas analíticas como la Historia, la Sociología o las Letras. La corriente de los estudios del libro, la edición y la lectura (o cultura escrita) ha sido robustecida a partir de valiosos aportes de autores como Roger Chartier (1993), Robert Darnton (2010) y Pierre Bourdieu (2000, 2002), entre otros. Las contribuciones de estos intelectuales delinearon este campo disciplinar de creciente interés académico.

El estudio sobre el campo editorial, pues, ha crecido en las últimas décadas con una variedad de tesinas, tesis de posgrados y libros (además del crecimiento de proyectos de investigación y extensión, carreras de grado y posgrado). En nuestro país, se destacan los trabajos de autores como Gustavo Sorá (2004), Leandro de Sagastizábal (1995, 2009), José Luis De Diego (2006, 2015), Alejandro Dujovne (2017) y Daniela Szpilbarg (2010, 2013, 2019). Las investigaciones de estos referentes en el estudio del amplio espectro de la edición han consistido en rastrear los orígenes de la industria editorial nacional, como así también en reflexionar en torno a las diversas transformaciones suscitadas en la industria.

El presente trabajo, entonces, se inscribe dentro de la tradición de los estudios del libro y la edición y, principalmente, tiene por objetivo contribuir a ampliar los niveles de análisis desde el abordaje específico de la Economía Política de la Comunicación (EPC). Para esto se estudiarán los aspectos fundamentales del mundo editorial nacional contemporáneo desde el

enfoque de la EPC para comprender la estructura y el funcionamiento económico de la actividad editorial, en tanto *industria cultural* (Zallo, 1988, 1992; Mastrini, 2014). Especialmente, se hará énfasis en dos actores importante del campo editorial: los grupos concentrados y las pequeñas editoriales, también llamadas *editoriales independientes* (Badenes y Stedile Luna, 2019; Noël, 2019; Hawthorne, 2018; Malumián y López Wiine, 2016). En tal sentido, el enfoque de la EPC permitirá analizar resumidamente las condiciones de producción, distribución y comercialización de este tipo de proyectos editoriales en Argentina.

Consideraciones metodológicas

El presente artículo adopta una metodología cualitativa, la cual se distingue por provenir de distintas perspectivas epistemológicas (Esquivel, Carbonelli, Irrazábal, 2014. p.105). Particularmente, este trabajo se encuadra dentro de los estudios descriptivos, caracterizados por medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar (Hernández Sampieri, Fernández-Collado y Baptista Lucio, 2003).

Como se ha planteado, este artículo tiene por objetivo analizar la actividad editorial nacional desde el enfoque de la Economía Política de la Comunicación. En tal sentido, se pretende aportar al abordaje desde dicha perspectiva de estudios dentro del multidisciplinario campo de los estudios del libro y la edición.

Cabe mencionar que mi tesis *Letra chica. Producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes (2011-2015)* (2020), es un antecedente del estudio que propone este artículo. En este trabajo, basado en el relevamiento de 18 casos, se apeló a la EPC como principal perspectiva de análisis para estudiar cómo resuelven su rutina productiva las editoriales independientes de CABA. De hecho, muchas de las definiciones que se comparten en este escrito se desligan de dicha investigación.

Para cumplir con el objetivo propuesto, la técnica metodológica principal a la cual se apela en este escrito es la revisión bibliográfica. En este sentido, se retoman conceptos claves desarrollados por autores de referencia de la EPC y se aplican al análisis de la actividad editorial en tanto industria cultural, es decir, como una de las actividades orientadas al tratamiento de tipo seriado de bienes económicos y simbólicos.

Asimismo, se recuperan aportes destacados de los estudios del libro y la edición para comprender las particularidades de la edición de libros. Tales investigaciones permitirán realizar un análisis acabado del panorama contemporáneo de la industria editorial nacional.

1. Perspectiva teórica de análisis

1.1. Economía Política de la Comunicación

Los orígenes de los estudios específicos de la Economía Política de la Comunicación pueden advertirse en la necesidad de buscar réplicas a la corriente funcionalista predominante en los estudios de comunicación en la década del '50 (Herscovici, Bolaño y Mastrini, 1999). Así se plantea el interés de ciertos investigadores por estudiar la cultura, la comunicación y la información en clave económica. Desde los años '70 y '80, la corriente de estudios de la EPC cobró vitalidad y consolidación, al compás de la reestructuración y crisis del capitalismo (los economistas políticos se enfocan en la valorización y acumulación de capitales en los medios masivos e industrias culturales, procesos que son acelerados por las tecnologías de información y comunicación).

La tradición de los estudios de la EPC se inicia a partir de los trabajos del canadiense Dallas Smythe y el norteamericano Herbert Schiller, pertenecientes a "la escuela norteamérica". A estos autores se suman los trabajos de los británicos Nicholas Garnham, Peter Golding y Graham Murdock; y los franceses Patrice Flichy, Bernard Miège y Dominique Leroy (Bolaño, Mastrini y Sierra, 2005). En una segunda etapa, pueden destacarse las contribuciones del canadiense Vincent Mosco y los españoles Ramón Zallo, Enrique Bustamante y Juan Carlos Miguel de Bustos.

En América Latina, la corriente de la EPC se delimita fundamentalmente desde el cuestionamiento a las teorías desarrollistas de la comunicación (Mosco, 2006), ligada a autores de la teoría de la dependencia cultural y los debates sobre un Nuevo Orden Informativo Mundial y las Políticas Nacionales de Comunicación, durante las décadas del '60 y '70 (Herscovici, Bolaño y Mastrini, 1999). Periodo en el cual se dieron luchas por una comunicación democrática en la región cuyo mérito, según Armand Mattelart (2005), ha sido poner en escena del debate internacional lo que está en juego con la internacionalización de los sistemas informativos y las industrias culturales (1) (2).

La Economía Política de la Comunicación puede ser considerada como resultado del cruce de diversos campos académicos como la política, la economía, la comunicación y la información (Mastrini, 2017). Como se ha mencionado, los estudios enmarcados en esta corriente permiten pensar en la participación de la cultura y la comunicación en la economía, y en los procesos de acumulación de capitales. De esto se derivan las relaciones de poder en el sistema cultural y la desigualdad de clases.

Nicholas Garnham (1983) propone concebir a los *mass media* como entidades económicas que crean plusvalía a través de la producción de mercancías. Además agrega: *“ninguna economía política de la cultura puede soslayar la problemática de la relación estructura/superestructura, pero al abordarla hay que evitar la doble trampa del reduccionismo económico y de la autonomización idealista del nivel ideológico”* (p.23). Esta idea considera la dimensión económica de los medios, que no puede desentenderse de los aspectos políticos e ideológicos. De esta manera, el autor sienta un precedente en la formulación de los objetivos y propósitos para el estudio desde la perspectiva específica de la EPC.

Posteriormente, Ramón Zallo (1992) reconoce la inscripción de la cultura en la circulación de capital. Es decir, la manera en que la comunicación y la cultura, en tantos procesos vinculados, participan de los movimientos industriales de valoración de capitales. Al respecto, reconoce la necesidad de análisis de tipo económico acerca de la cultura:

Cabe una economía general de la cultura como objeto de estudio porque -vista como un objeto de estudio para una ciencia social como la economía- la cultura nace de actos de creación simbólica, tiene procesos de trabajo y de valorización peculiares por su propia naturaleza, supone siempre algún proyecto estético y comunicativo independientemente de su calidad, se plasma en objetos o servicios culturales y demandados por tales, y tiene una eficacia por su percepción social en forma de disfrute, conocimiento y vertebración colectiva (Zallo, 2007, pp. 219-220).

La EPC constituye un campo de investigación relevante acerca del comportamiento económico de las industrias culturales. El abordaje de esta corriente es visto, según Vicente Mosco, como el *“estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente*

constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación” (Mosco, 2006, p.59).

Es, precisamente, el proceso de mercantilización de la cultura lo que ha dado a la extensión de la concentración. Al respecto, Bernard Miège (2006) plantea que la concentración es uno de los ejes de estudio de la EPC, *“un interés privilegiado pero no exclusivo”* (Miège, 2006, p.156). La concentración, la internacionalización de los mercados (Jambeiro, Brittos y Simis, 2005), la financiarización de la propiedad son procesos comunes a todas las industrias en el marco del capitalismo.

En el campo editorial, particularmente, la constitución de conglomerados ha generado cambios vertebradores en el modo de comprender el ámbito del libro a nivel global y local. Los conceptos y teorías de la Economía Política de la Comunicación son fundamentales en este trabajo para analizar la composición del sector editorial, las transformaciones recientes (especialmente la concentración de la propiedad) y el desarrollo de las experiencias independientes y autogestionadas.

2.2. Las industrias culturales

Distintos estudios desde la tradición de la Economía Política de la Comunicación han aportado a delimitar a las industrias culturales como uno de los objetos de estudio relevantes dentro de esta corriente de análisis teórica-metodológica. A continuación se presenta un recorrido, grosso modo, del desarrollo de este concepto, haciendo énfasis en aquello que se considerará en el presente escrito.

En 1936 Walter Benjamin demostró la participación del arte en formas de reproducción capitalista, y habló del “aura” de las obras para marcar *“la manifestación irreplicable de una lejanía (por más cercana que pueda estar)”* (Benjamin, 1989, p.4). Este autor, por tanto, se refiere a aquello que se pierde con la repetición a grados industriales y la puesta en valor de mercado.

Estos conceptos son ampliados por los autores Theodor Adorno y Max Horkheimer que dieron origen a la idea de industria cultural al describir la seriación de tipo industrial capitalista que, en ese entonces, atravesaba al arte. Estos autores pertenecientes a la Escuela de Frankfurt sentaron las bases para comprender la participación de la cultura dentro de un sistema industrial.

En *Dialéctica del Iluminismo*, publicado en 1944, estos académicos piensan en las industrias culturales desde la estandarización de contenidos y el efecto ideológico en el público (Adorno y Horkheimer, 1972). Pese a la visión negativa, la Escuela de Frankfurt sienta las bases para una conceptualización de la participación de la cultura en procesos de industrialización (cultura masiva).

Años más tarde la UNESCO revitaliza el debate en torno a este campo en el libro *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego* (1982), impulsada por diversas reflexiones de corte económico que habían surgido por la época. En este informe, que habilita un uso del concepto en plural -industrias culturales-, se plantea que:

Existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural (UNESCO, 1982, p.21).

De estas consideraciones se destaca la incorporación de la noción de “industrias culturales” para referir a la existencia de diferentes ramas y segmentos económicos. De hecho, da cuenta del carácter comercial y económico que impulsan a estas industrias.

A partir de esto, Ramón Zallo propone una definición propia de industrias culturales. Las industrias culturales pueden ser entendidas como productoras de mercancías, portadoras de valor simbólico y de capital, cuyo consumo reproduce un determinado status ideológico y social (Zallo, 1988). Este autor incorpora al conjunto de actividades y segmentos que componen a las industrias, que son el resultado de un trabajo creativo, participan de un proceso valorización de capital y, fundamentalmente, cumplen una función ideológica y social.

Gaëtan Tremblay (2011) busca aportar a dicha conceptualización. En este sentido, las industrias culturales son interpretadas por este autor como:

El conjunto en constante evolución de las actividades de producción y de intercambios culturales sometidas a las reglas de la comercialización, donde las técnicas de producción industrial son más o menos desarrolladas, pero donde el trabajo se organiza cada vez más en el modelo capitalista de una doble separación entre el

productor y el producto, entre las tareas de creación y ejecución. De este doble proceso de separación resulta una pérdida creciente del control de los trabajadores y artistas sobre el producto de su actividad (p.115).

De esta idea de referencia importa remarcar la separación del trabajador respecto de aquello que produce, resultado de la división de los eslabones productivos propios del sistema capitalista. Además de las nociones de los procesos de mercantilización e industrialización, los cuales están en constante transformación, de lo que se puede entender la expansión a otros sectores culturales.

En cuanto a la ramificación de este tipo de industrias, Patrice Flichy (1980) realiza una distinción pensando particularmente en la radiodifusión: las actividades pueden organizarse según un modelo editorial o de flujo. Esto determina el tipo de producto asociado al soporte material o inmaterial. En el primer modelo el proceso productivo es llevado a cabo por el editor, en el segundo modelo, por el programador.

Por su parte, Ramón Zallo (1988) contempla los diferentes tipos de actividades y clasifica a las industrias culturales en: edición discontinua (incluye a las industrias cinematográficas, fonográficas y editoriales); edición continua (prensa gráfica); y emisión o difusión continua (industria de la radio y la televisión). Cada una de estas ramas se diferencia por su grado de industrialización capitalista, por el ciclo productivo que adopta (continuo o discontinuo), por el tipo sumisión del trabajo al capital, y el modo en que éste lleva adelante los procesos de valorización y realización de las mercancías. De acuerdo a esta distinción, el sector editorial sobre el que trabajaremos en este artículo está marcado por su funcionamiento discontinuo.

Las industrias culturales poseen rasgos específicos. Especialmente, la doble faz de los productos, económica y simbólica, distingue a estas industrias de otras actividades industriales. Es precisamente el valor simbólico (significación) lo que particulariza a los bienes y servicios culturales, por la "función" que cumplen en la comunidad asociada a valores, creencias, transmisión de tradiciones, formación de identidades, circulación de ideas. Lo que de alguna manera se liga con la unicidad del producto. El proceso creativo lleva a la constitución de prototipos únicos susceptibles de reproducción (generando la disminución de costos). En este sentido, además, la diferenciación de la obra viene dada por la autoría, lo que la hace protegible por derechos.

Estos rasgos de las industrias culturales quedan resumidos en la siguiente definición:

Es una economía de valores intangibles o simbólicos generados por trabajos creativos, en forma de bienes o servicios individualmente insustituibles y en permanente renovación de contenidos o de interpretaciones. Es una economía de oferta múltiple, que crea la demanda y que tiene una funcionalidad y eficacia social más allá de su valor económico. Su valor material e intelectual tiende a decrecer históricamente pero, en cambio, tiende a incrementarse el coste de la exclusividad, de la complejidad, y de la notoriedad, con lo que el coste marginal en general tiende a cero y hay una amplia gama de costes hundidos, así como una incertidumbre sobre el resultado de la puesta en valor. Tiene amplias zonas de bien público, también tiene mercados imperfectos y una inevitable presencia de las Administraciones públicas. Todo ello permite considerar económicamente a la cultura como un sector con ramas, subsectores y actividades auxiliares (Zallo, 2007, p. 230).

Por otra parte, cabe mencionar que existen diferentes posturas en torno a la concentración en los medios e industrias culturales, de las cuales pueden destacarse tanto las representadas en la perspectiva liberal como los planteamientos de la escuela crítica. Por un lado, una serie de autores se han encargado de desestimar las consecuencias de la concentración en los medios. Esta idea parte de considerar que el mercado puede regularse por sí mismo, siendo capaz de asegurar competencia y pluralidad. Por otro lado, los estudios enmarcados en la corriente crítica se han enfocado en denunciar la concentración de la propiedad, lo que puede dar a la conformación de conglomerados a nivel global y afectar la diversidad (Becerra y Mastrini, 2017). Esto último reviste interés para el presente escrito dado que se toma a la concentración como proceso de mercado que: origina barreras de entrada para diferentes actores en el negocio, causa una tendiente homogeneización de géneros y formatos, desemboca en el acaparamiento de la distribución y exhibición/comercialización (Becerra y Mastrini, 2009; 2017). En este trabajo se retoma esta perspectiva crítica para pensar en la posición dominante de los grandes grupos editoriales en el mercado y cómo esto afecta al crecimiento de los sellos independientes.

2. Panorama actual de la industria editorial argentina

2.1. La industria editorial

Como parte de las realizaciones de las industrias culturales, el libro puede ser entendido como una mercancía resultante de distintas instancias de fabricación, orientado a satisfacer una cierta demanda. La actividad editorial, por tanto, es una actividad económica-laboral particular que participa de procesos de reproducción, y acumulación, de capital.

Asimismo, el libro es un bien cultural y como tal posee un alto valor simbólico. Pierre Bourdieu (2000) determina que el libro es *“objeto de doble faz, económica y simbólica, es mercancía y significación”* (p.242). Ambas facetas, por tanto, deben ser entendidas en conjunto.

El ecosistema editorial posee rasgos comunes del tratamiento industrial de bienes culturales tales como la creación de productos de alto componente creativo, la administración de bienes duales (mercancía y significación), la gestión de obras sujetas de derechos de propiedad, el aporte al PBI y la generación de empleo. La industria editorial, por tanto, se compone de una multiplicidad de oficios y actores que intervienen en las distintas etapas de la cadena de valor (producción, distribución y comercialización). Tales como editores, correctores, traductores, diseñadores, distribuidores, librerías, entre tantos otros. El trabajo de cada uno de estos agentes agrega valor al producto final. Por lo que la edición de libros es una práctica -un oficio- que incide en la economía particular de cada sello editorial, y de sus trabajadores.

La edición de libros forma parte de las actividades culturales de ritmo discontinuo. Editar supone un trabajo intensivo con el contenido y también con la materialidad del producto, por lo que implica tiempos largos de procesamiento y, en otra instancia, de posicionamiento en el mercado.

El libro es un producto de stock, por lo que se caracteriza por la rotación lenta. En este sentido, los resultados comerciales de una publicación llegan a la editorial al cabo de meses y en cuentagotas -las ventas en librerías se realizan mayormente a través del sistema de consignación (Román, 2013) que afecta sensiblemente a los actores de menor espaldas financieras-. Mientras tanto, la editorial debe continuar con su ritmo productivo, con el presupuesto disponible (muchas editoriales, de hecho, se ven obligadas a detener la producción de un siguiente título hasta obtener el financiamiento necesario para costear la impresión). Esta situación, sumada a la incertidumbre de la demanda, hace que el negocio

editorial se reconozca como de bajo margen, donde no hay garantías de éxito comercial (CEP, 2014, p.56).

Por otra parte, el negocio es sensible a los ciclos económicos. La demanda se rige por el nivel de ingresos de la población lectora, por lo que las oportunidades de crecimiento editorial se sujetan en gran medida a los momentos de expansión o contracción económica. De hecho, los sucesivos procesos inflacionarios de la región complejizan la actividad, tanto desde el sostenimiento de una empresa editorial como desde las posibilidades de acceso de la comunidad a este tipo de bienes, haciendo que la actividad sea de “riesgo financiero” (Indij, 2008) (3).

Ahora bien, como dispositivo vehiculizador de ideas, el libro ocupa un lugar irremplazable en el acceso al conocimiento. La industria participa de flujos económicos y, a la vez, de la vida cultural al ser relevante para la alfabetización y la educación de la comunidad (Getino, 2008, p.59). Por lo que el sector se vuelve susceptible a las políticas públicas y directrices del Estado que pueden acompañar o, por el contrario, desalentar su crecimiento, en lo que atañe a la creación y circulación de material de lectura en el plano local e internacional.

2.2. La concentración editorial

Durante finales de los '80 y principios de los '90, diversas transformaciones económico financieras y políticas ocasionaron diversos cambios en la esfera cultural y, en particular, en la industria del libro. En el contexto de la mundialización de los mercados, los procesos de concentración de empresas editoriales y aparición de conglomerados multimedia han generado una verdadera mutación en el oficio de la edición de libros.

En consecuencia, la industria editorial ha atravesado diversas alteraciones que han reformulado al sector. En este sentido, puede decirse que la actividad no pasó indemne ante el proceso de globalización de los mercados. En el plano local, estas transformaciones se acentuaron durante la década del '90 y comienzos del 2000, cuando se profundizaron los procesos de concentración y extranjerización dentro de este campo.

La implementación de políticas neoliberales en el país acompañaron estas transformaciones en la estructura de propiedad y, en consecuencia, la lógica de funcionamiento de la actividad editorial. Con la convertibilidad -las condiciones favorables que generaba la paridad del peso con el dólar- y la apertura económica, conglomerados editoriales extranjeros incursionaron en

el mercado argentino, comprando o cooptando gran cantidad de editoriales locales (Botto, 2006). Como consecuencia de estas operaciones, desaparece la lógica del negocio de tradición familiar y desaparecen las grandes empresas nacionales (Becerra, Hernández, Postolski, 2003).

Este periodo dio lugar a la formación de grandes grupos editoriales -actualmente sólo dos grupos dominan la escena editorial, Grupo Planeta y Penguin Random House (Dujovne, 2017). Las maniobras de las grandes empresas tuvieron su correlato en las políticas editoriales y en las relaciones laborales. Las grandes empresas 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”; la introducción de las lógicas del marketing y de las metas financieras en el trabajo editorial; la reducción de la calidad en los procesos y en los productos; la adquisición de pequeñas y medianas editoriales, con cambios intensos en sus modos de funcionamiento y en la selección de títulos (Souza Muñoz Júnior, 2015, p.145).

Específicamente, se impone la lógica de la novedad, los títulos de venta rápida y masiva (*bestsellers*), y la renovación constante. En este sentido, las grandes empresas se orientan en productos ya testeados (Bustamante, 2008), es decir, la publicación basadas en las modas y el enfoque en autores de renombre. En este sentido, el departamento de marketing adquiere peso en las decisiones de publicación. Tales operaciones apuntan a disminuir la incertidumbre que se tiene respecto del comportamiento de la demanda. De esta manera se busca reducir el riesgo de inversión y asegurarse un piso de ventas que asegure ganancias inmediatas.

En estas empresas, los editores trabajan sujetos a los estándares de ganancia que les exige la empresa. Estos actores realizan propuestas de publicaciones a la parte gerencial, que decidirá, según determinados criterios, si se pasa a la realización del libro o no (Saferstein, 2014). Por ende, los editores reciben valoraciones económicas por los títulos que logran mayores ganancias, y si no cumplen las metas financieras, son despedidos. Esta política editorial, además, elimina el poder de curadores de contenidos característico de los editores (Bhaskar, 2014).

Tales dinámicas propiciadas por los grandes grupos editoriales modifican la lógica clásica de la industria editorial: de una economía basada en la oferta, a una centrada en la demanda. Ahora bien, el crecimiento desmedido de las empresas puede ocasionar riesgos como absorciones y fusiones de empresas; barreras de entrada para nuevos competidores que imponen los

sectores económicos dominantes; estandarización de los contenidos, lo que altera al pluralismo (Miguel de Bustos, 2005, pp.100-101). El criterio meramente comercial de la edición homogeniza la oferta, por lo que atentaría al valor cultural de la obra escrita. La tendencia a la “bestsellerización” puede “empobrecer” los catálogos y obligar a las editoriales a pensar sólo en términos económicos, lo cual conduce al establecimiento de barreras de entrada para que ciertos autores y obras sean publicados (Danieli, 2006, p.129). Esto afecta a la circulación plural de ideas, temas y perspectivas relevantes para la vida cultural, intelectual y democrática de la sociedad.

Cabe mencionar que las lógicas meramente mercantiles no solamente se evidencian en la organización laboral al interior de cada sello. También pueden advertirse este tipo de maniobras en el canal comercial, en donde las grandes empresas se valen de su poder económico y financiero para obtener mejores exhibiciones. Las cadenas de librerías imponen condiciones leoninas a las pymes editoriales para recibir y exhibir sus catálogos -las librerías de cadena piden más descuentos a los sellos de menor escala económica. Esto genera barreras de entrada a determinados catálogos, lo que acaba por afectar a la diversidad en la oferta.

Sobre este punto, resulta necesario mencionar la importancia de la Ley Nº 25542 de precio único. La llamada Ley de Defensa de la Actividad Librera, sancionada en 2001, dispone al editor como el único responsable de establecer un precio uniforme de venta al público (PVP) de los libros que publique, el cual debe ser respetado por todos los canales comerciales en todo el país (4). Dicha disposición protegió a las pequeñas y medianas librerías de las maniobras depredatorias de las cadenas de librerías y supermercados que vendían con descuentos a muy bajo precio, persiguiendo generar condiciones justas de competencia. Esta ley, por tanto, constituye un antecedente en materia de política pública orientada a generar condiciones equitativas de competencia y, así, asegurar el pluralismo.

En la actualidad, la concentración no ha dejado de tener escalada. Las acciones de los grupos dominantes ponen en tensión el desarrollo de los sellos de menor escala económica, que deben esforzarse por volverse emprendimientos rentables.

2.3. Acerca del sector editorial independiente

A comienzos del nuevo milenio, surgen diversos proyectos editoriales autogestionados. Estas editoriales, también conocidas como editoriales independientes, se han vuelto actores relevantes del campo editorial nacional (5).

Las llamadas editoriales independientes son estructuras pequeñas o medianas cuyo capital es nacional. Se considera que estas editoriales se definen por la no pertenencia a un grupo editorial (Gazzera, 2016). Estos proyectos se abocan a una especialidad temática o por “nichos”, con mayor propensión a la innovación y experimentación en formatos y estéticas. Con una gran porción de la producción destinada a autores emergentes, condición que induce más “riesgo” para la inversión de capital (Saferstein y Szpilbarg, 2014).

Cabe mencionar que este sector editorial independiente resulta ampliamente heterogéneo en donde conviven propuestas de distinto signo (pymes, cooperativas, unipersonales, “hogareñas”, artesanales). No obstante, la experiencia de todos estos sellos es marcada por la autogestión.

El trabajo que llevan a cabo estas editoriales resulta relevante para la *bibliodiversidad* (Hawthorne, 2018), a partir de la publicación de autores, temáticas y obras que se corren del *mainstream*. En estos proyectos, la selección de textos no está determinada por la ganancia inmediata, por lo que se brinda oportunidad a muchos autores que no encuentran espacios para publicar sus obras. Además, muchas veces los catálogos de estos sellos acompañan a movimientos y expresiones sociales, como las editoriales cuyos catálogos aportan a la reflexión en torno al feminismo y al debate público por la igualdad de género (por ejemplo, Hekht, La mariposa y la iguana y Muchas nueces, entre otras).

En muchos sentidos, estos proyectos se encuentran más impulsados por la intervención cultural que por la maximización de la ganancia. De hecho, el sociólogo Pierre Bourdieu, quien ha realizado importantes estudios del campo editorial, ha considerado a las editoriales independientes como “*el bastión central de la resistencia a las fuerzas de mercado*” (Bourdieu, 2000, p.263).

Ahora bien, estos proyectos se sostienen con recursos escasos. El desafío de estos emprendimientos, por tanto, es volverse sostenibles financieramente.

En el panorama general del sector editorial independiente y autogestivo predomina la poca capacidad para vivir exclusivamente del trabajo la propia editorial. Es común que durante mucho tiempo el proyecto no garantice ingresos para los integrantes, por lo que estos actores

deben realizar otros trabajos por fuera del propio proyecto para subsistir (periodismo, docencia, servicios editoriales para terceros, etc.). Esto hace que la dedicación al propio proyecto editorial sea fragmentaria.

A su vez, dado que se sostienen por el esfuerzo de pocas personas, la exigencia laboral es alta. Es común que los integrantes acaparan diversas tareas. Así, los editores se encargan del trabajo con el manuscrito, pero también pueden desempeñarse como diseñadores, distribuidores, feriantes. Tales razones hacen que las condiciones laborales en los proyectos editoriales de menor escala sean atravesados por el *multitasking* y la precariedad *Letra chica. Producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes (2011-2015)* (2020).

La mecánica industrial del libro también genera dificultades en el desempeño de este tipo de emprendimientos. Por ejemplo, la lógica basada en la novedad y la renovación constante, la cual se ha mencionado anteriormente, resulta un problema para sellos que se manejan en base a tiradas limitadas y ritmo de novedad anuales acotados. Así también, las empresas de distribución prestan mejor atención a los productos de las grandes empresas. La razón es obvia: los libros de rápida circulación implican más ingresos para el librero y el distribuidor. En consecuencia, las producciones *bestsellers* acaparan los espacios de exhibición en los puntos de venta.

Los catálogos de los sellos independientes son considerados de nicho, por ende, son productos de rotación lenta y requieren de tiempos largos de posicionamiento. Es decir, los productos de los sellos independientes no funcionan de la misma manera que los libros de los grandes sellos que son más "fáciles" de colocar en librerías. Por tanto, la posición dominante de los *holdings* editoriales que obtienen mejores acuerdos con distribuidores y libreros, afecta a la comercialización de los sellos independientes.

La opción para muchos de estos sellos es autogestionar la distribución mayorista de sus catálogos. Esto permite obtener un mayor ingreso económico, pero implica más exigencia laboral de parte de los integrantes del sello.

En este panorama, además, debe tenerse en cuenta la cartelización de las empresas productoras de papel que fijan los precios de dicho insumo. En nuestro país, el papel es manejado por cinco empresas que concentran la producción: Alto Paraná, Papel Prensa, Papelera Tucumán, Ledesma y Celulosa Argentina (Vanoli, 2019, p.95). El mundo editorial en

general y las pequeñas editoriales en particular, deben lidiar con las condiciones impuestas por estas empresas oligopólicas que repercuten significativamente en los presupuestos que manejan las imprentas. Además, la dolarización del precio de la cartulina y el papel, insumos básicos para las editoriales, lleva al incremento de costos con la escalada inflacionaria, repercutiendo sensiblemente en la solvencia financiera de las editoriales de menor porte económico.

Todas estas condiciones llevan a que los sellos independientes se desarrollen en los “intersticios” del mercado, el cual es fuertemente atravesado por la concentración. El desempeño de estos sellos resulta fundamental para la bibliodiversidad y el debate público, aunque la posición dominante de los *holdings* editoriales complejiza el crecimiento de estos sellos.

Reflexiones finales

El libro sigue siendo un medio privilegiado de acceso al conocimiento y de transmisión de cultura. La globalización, la concentración y centralización geográfica de los mercados son procesos que afectan a la diversidad y a las condiciones equitativas de producción, difusión y acceso a este bien cultural, al igual que sucede con otras ramas de las industrias culturales. Esto se verifica tanto en el plano internacional como en la industria editorial local.

La posición dominante de los grandes grupos en el mercado genera dificultades para el resto de los actores. Allí el Estado puede intervenir activamente para generar condiciones igualitarias de desarrollo y participación en el escenario editorial (tomando como antecedente a la Ley de Defensa de la Actividad Librera). Así es posible diagramar políticas que favorezcan a todo el sector en su conjunto como, por ejemplo, saldar cuentas pendientes con la creación de un Instituto Nacional del Libro y la Lectura; o, bien, impulsar determinadas acciones que pueden resultar beneficiosas, como pueden ser la promoción y puesta en valor del trabajo editorial cooperativo, resguardo y promoción de la actividad librera independiente (especialmente en el interior del país), subvención a la logística y el transporte, subsidio al precio del papel o creación de un banco nacional del papel.

Ahora bien, ¿qué puede aportar la Economía Política de la Comunicación a los estudios del libro y la edición? El análisis desde la EPC se ancla en los procesos y dinámicas de la actividad editorial de tipo seriada -y la de sus actores-, en el marco de crisis del capitalismo. Esto supone

hacer foco en las relaciones valor-trabajo: específicamente dentro del sector editorial autogestivo es posible advertir la precarización y la autoexplotación (Noël, 2013); y en los sectores oligopólicos, la alta rotación del personal y la subcontratación.

La globalización y la internacionalización de los mercados, junto a la digitalización de los flujos productivos y de las formas de acceso a contenidos, modifican constantemente los modos de pensar al sistema editorial, como así también la/s experiencia/s lectores. Para la industria editorial, un segmento que genera tasas de rentabilidad relativamente bajas respecto a otras industrias como el audiovisual, esto significa una reformulación constante de las dinámicas de funcionamiento. En este complejo panorama, se desarrollan los actores de economías reducidas que disputan sentidos con los conglomerados.

Especialmente, las investigaciones desde esta perspectiva, complementaria a otro tipo de disciplinas como la Sociología de la Cultura, pueden resultar insumos relevantes para el diseño de prácticas y políticas públicas orientadas a equilibrar los desajustes del mercado. Regulaciones que, ante la tendencia natural a la concentración y homogeneización de las industrias culturales, se orienten al resguardo del trabajo y a asegurar el debate público.

Notas

(1) Estos debates por una comunicación democrática desembocaron en el llamado “Informe Mc Bride” durante la década del ‘80. Para más información revisar: Badenes (2020). *Mapas para una historia intelectual de la comunicación popular. Ideas, contextos y prácticas editoriales de los ‘60 y ‘70 en América Latina* (tesis de doctorado). Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

(2) Cabe mencionar que durante la década del ‘90, advierte Mattelart (2005), las Ciencias de la Información y la Comunicación experimentan “una retirada del compromiso crítico, una pérdida del sentido político de las problemáticas de investigación” (p.10), en el contexto de la implantación de políticas neoliberales en la región que, entre otras cosas, se evidenciaron en la desregulación de los medios de información y la primacía de la visión tecnocrática de la profesionalización en las carreras de comunicación. Robert McChesney (2000) (Del Valle-Rojas, Nitrihual-Valdebenito y Mayorga-Rojel, 2012, p.86) señala una situación similar en Estados Unidos cuando plantea que en estos años los estudios económico políticos de la comunicación disminuyen a causa de la despolitización de las universidades.

(3) Como ejemplo puede mencionarse el periodo 2016-2019 en nuestro país en el que la escalada inflacionaria llevó a la reducción del poder adquisitivo de la población y, en consecuencia, se generó una drástica caída en las ventas de libros. Esto, junto a otros factores como el descenso de la producción y el aumento de la importación, el resultado de este periodo fue el cierre de sellos, talleres gráficos y librerías. Para más información revisar: Frieria, S. (octubre de 2019). La industria editorial de mal en peor. *Página 12*. Recuperado de: <https://www.pagina12.com.ar/226961-la-industria-editorial-de-mal-en-peor>

(4) Ley Nº 25542 de Defensa de la Actividad Librera:
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/70000-74999/71549/norma.htm>

(5) En este trabajo se hace énfasis en dos actores relevantes del campo editorial nacional. Sin embargo, se reconoce la incidencia de otro tipo de sellos dentro de este ecosistema, tales como las editoriales universitarias o las estatales.

Referencias bibliográficas

- Adorno, T. y Horkhemier, M. (1972). *Dialéctica del iluminismo*. Madrid: Taurus.
- Badenes, D. y Stedile Luna, V. (Comps.). (2019). *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*. La Plata: Club Hem Editores.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2009). El problema de la concentración. En *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires: Prometeo.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015: nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica. En *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus.
- Bhaskar, M. (2014). *La máquina de contenido. Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. México: Fondo de Cultura Económica
- Bolaño, C., Mastrini, G. y Sierra F. (Comps.). (2005). Introducción. En *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana* (pp. 17-36). Buenos Aires: La crujía
- Botto, M. (2006). La concentración y la polarización de la industria editorial. En José Luis de Diego (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*. Buenos Aires: FCE.

- Botto, M. (2006). La concentración y la polarización de la industria editorial. En José Luis de Diego (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*. Buenos Aires: FCE.
- Bourdieu, P. (2000). Una revolución conservadora en la edición. En *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
- Bourdieu, P. (2002). Campo Intelectual y Proyecto Creador. En *Campo de Poder, Campo Intelectual. Itinerario de un concepto*. Buenos Aires: Montessor.
- Bustamante, E. (2008). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- CEP. (2014). La industria del libro en Argentina. Disponible en: http://www.funcex.org.br/material/REDEMERCOSUL_BIBLIOGRAFIA/biblioteca/ESTUDOS_ARGENTINA/ARG_51.pdf
- Chartier, R. (1993). Textos, impresos, lecturas. En *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid: Alianza.
- Danieli, A. (2006). Edición independiente: Estrategias para la diversidad. En Moneta, C. (comp.). *El jardín de los senderos que se encuentran: Políticas públicas y diversidad cultural en el MERCOSUR* (pp. 129-136). Montevideo: Unesco.
- Darnton, Robert (2010). ¿Qué es la historia del libro? En: *El beso de Lamourette. Reflexiones sobre historia cultural*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- De Diego, J. L. (2006). *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- De Diego, J. L. (2015). *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*. Buenos Aires: Ampersand.
- De Sagastizábal, L. (1995). *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura*. Buenos Aires: Eudeba.
- De Sagastizábal, L. y Fros, F. E. (2009). *El mundo de la edición de libros: un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general*. Buenos Aires: Paidós.
- Del Valle-Rojas C., Nitrihual-Valdebenito L. y Mayorga-Rojel A. J. (abril de 2012). Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización del mercado de los medios. *Palabra Clave*, Vol. 15, Nº 1, pp. 82-106.

- Dujovne, A. (2017). La aventura intelectual de publicar un libro. *Anfibia*. Disponible en: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/la-aventura-intelectual-de-publicar-un-libro/>
- Esquivel, J. C., Carbonelli, M. y Irrazábal, G. (2014). *Introducción al conocimiento científico y a la metodología de la investigación*. Florencio Varela: Universidad Nacional Arturo Jauretche.
- Flichy, P. (1980). *Las multinacionales del audiovisual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Garnham, N. (1983). La cultura como mercancía. En Richeri, G. (ed.). *La televisión entre servicio público y negocio*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Gazzera, C. (2016). *Editar: un oficio: Atajos/Rodeos/Modelos*. Córdoba: Eduvim.
- Getino, O. (2008). *El capital de la cultura. Las industrias culturales en la Argentina*. Buenos Aires: CICCUS.
- Hawthorne, S. (2018). *Bibliodiversidad. Un manifiesto para la edición independiente*. Buenos Aires: La marca editora.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Herscovici, A., Bolaño, C, y Mastrini, G. (1999). Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación. En Mastrini, G. y Bolaño, C. (eds.). *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una economía política de la comunicación* (pp. 9-25). Buenos Aires: Biblos.
- Indij, G. (2008). Panorama de la edición independiente en América Latina. En Colleu, G. (ed.). *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad* (pp.185-202). Buenos aires: La marca Editora.
- Jambeiro, O., Brittos, V., y Simis, A. (2005). Información y comunicaciones globales: para comprender el siglo XXI. En Bolaño, C., Mastrini, G. y Sierra F. (comps.). *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana* (pp. 371-396). Buenos Aires: La crujía.
- López Winne, H. y Malumián, V. (2016). *Independientes, ¿de qué? Hablan los editores de América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Mastrini, G. (2013). *Las industrias culturales en Argentina* (tesis doctoral).Universidad Complutense de Madrid, España.

- Mastrini, G. (2017). Economía Política de la Comunicación e Industrias Culturales: apuntes sobre su vigencia actual. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, N° 5, pp. 139-148.
- Mattelar, A. (2005). Prólogo. En Bolaño, C., Mastrini, G. y Sierra F. (comps.). *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana* (pp. 9-15). Buenos Aires: La crujía.
- Miège, B. (2006). La concentración en las industrias culturales y mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 11, pp. 155-166.
- Miguel de Bustos, J. C. (1999). Estrategias de los grupos de comunicación en la era de la convergencia. En Bolaño, C., Mastrini, G. y Sierra, F. (comp.). *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana* (pp. 97-122). Buenos Aires: La crujía.
- Mosco, V. (2006). Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, N° 11. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Noël, S. (2013). Edición independiente y globalización editorial: el caso de los editores de ensayos “críticos” en Francia. *Comunicación y Medios*, N° 27, pp.43-55. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile.
- Noël, S. (2018). *La edición independiente crítica. Compromisos políticos e intelectuales*. Villa María: EDUVIM.
- Román, V. (2013). Estrategias empresariales de las pymes editoriales argentinas a principios del siglo XXI. *Revista Latina de Sociología*, N° 3, pp. 133-148.
- Saferstein, E. (2014). El “sentido práctico del editor”: transformaciones y tensiones en el rol del Director Editorial de las grandes empresas en Argentina. *Prácticas de oficio. Investigación y reflexión en Ciencias Sociales*, N°14. Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Saferstein, E. y Szpilbarg, D. (2014). La industria editorial Argentina 1990-2010: entre la concentración económica y la bibliodiversidad. *Alternativa*, N° 3.

- Sora, G. (2004). Editores y editoriales de ciencias sociales: un capital específico. En Neiburg, F. y Plotkin, M. (comp.). *Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en Argentina*. Buenos Aires: Paidós.
- Souza Muniz Júnior, J. D. (2015). Itinerarios de una identidad voluble: el debate sobre la edición. *Orbis Tertius*, N° 21, pp. 145-158.
- Szpilbarg, D. (2010). Editoriales artesanales y libros-arte: nuevos modos de producción y circulación social del libro. Reflexiones a partir del caso de las editoriales Funesiana y Clase Turista. *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*, La Plata.
- Szpilbarg, D. (2013). El editor como intermediario cultural. El caso de las editoriales digitales en Argentina. *X Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Szpilbarg, D. (2019). *Cartografía Argentina de la edición Mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Buenos Aires: Tren en Movimiento.
- Tremblay, G. (2011). Industrias Culturales, economía creativa y sociedad de la información. En Albornoz, L. (comp.), *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- UNESCO. (1982). *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Vanoli, H. (2019). *El amor por la literatura en tiempos de algoritmos. 11 hipótesis para discutir con editores, lectores, gestores y demás militantes*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Velázquez, G. (2020). *Letra chica. Producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes (2011-2015)* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Argentina.
- Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Torrejón de Ardoz: Akal.
- Zallo, R. (1992). *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. San Sebastián: Tercera prensa.
- Zallo, R. (2007). La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, N° 22, pp. 215-234.