

IBEROAMÉRICA:

LA COOPERACIÓN CULTURA–COMUNICACIÓN

EN LA ERA DIGITAL

Enrique Bustamante (editor)

*Luis A. Albornoz, Martín Becerra, Néstor García Canclini, Guillermo Mastrini,
Miquel de Moragas, Octavio Getino, Omar Rincón, George Yúdice, Carlos Moneta,
Raúl Trejo Delarbre y Ramón Zallo*



Iberoamérica: la cooperación cultura–comunicación en la era digital

Actas del II Seminario Internacional de Análisis ‘Iberoamérica: un espacio para la cooperación en cultura-comunicación en la era digital’, celebrado en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Argentina, entre el 1 y el 3 de julio de 2009.

ISBN: 978-84-16829-51-4

Primera edición: Madrid, septiembre de 2020

Edición digital: Biblioteca ‘Carmen Martín Gaité’

Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación

Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), España



Esta obra está bajo una licencia de [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

IBEROAMÉRICA:
LA COOPERACIÓN CULTURA-COMUNICACIÓN
EN LA ERA DIGITAL

AUTORES:

Enrique Bustamante (editor)

*Luis A. Albornoz, Martín Becerra, Néstor García Canclini, Guillermo Mastrini,
Miquel de Moragas, Octavio Getino, Omar Rincón, George Yúdice, Carlos Moneta,
Raúl Trejo Delarbre y Ramón Zallo*

PANELISTAS Y PARTICIPANTES:

*Ángel Badillo, Gustavo Buquet, Natalia Calcagno, Jorge Coscia, Delia Covi Druetta,
M^a Trinidad García Leiva, Micael Herschmann, Sayonara Leal,
Elena Madrazo Hegewisch, Raúl de Mora, Ancízar Narváez, Giuseppe Richeri,
Nicolás Sartorius, Francisco Sierra y Francisco Vacas Aguilar*

PATROCINIO:

Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España

ORGANIZADORES:

Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas (OCC-FA)

Universidad Nacional de Quilmes (UNQ)

ÍNDICE

| | |
|---|------------|
| Prefacio: DE UNA EPIDEMIA A OTRA (2009–2020): LA COOPERACIÓN IBEROAMERICANA, ONCE AÑOS DESPUÉS | 6 |
| Prólogos | 8 |
| La cooperación para sociedades de la información y del conocimiento, E. Madrazo Hegewisch.. | 9 |
| La consagración del Observatorio de Cultura y Comunicación, N. Sartorius | 10 |
| El proyecto cultural de la Argentina del Bicentenario, J. Coscia..... | 12 |
| Construir un espacio cultural Iberoamericano para el porvenir digital, E. Bustamante..... | 14 |
| Iberoamérica: un espacio para la cooperación en cultura-comunicación en la era digital, M. Becerra | 17 |
| Capítulo 1: CULTURA Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO | 20 |
| ¿La cultura como eje del desarrollo?, N. García Canclini | 21 |
| De la comunicación a la cultura: nuevos retos de las políticas de comunicación, M. de Moragas | 30 |
| Las industrias culturales digitales en la cooperación iberoamericana, E. Bustamante | 38 |
| La cooperación española en cultura-comunicación con el resto de Iberoamérica: principales rasgos del periodo 1997–2007, L.A. Albornoz | 61 |
| Capítulo 2: CINE Y COOPERACIÓN IBEROAMERICANA | 70 |
| Una larga experiencia ampliable al campo digital, O. Getino | 71 |
| Cine y cooperación iberoamericana en perspectiva, S. Leal..... | 85 |
| Aprendiendo de la experiencia europea, G. Buquet..... | 89 |
| Capítulo 3: RADIO Y TELEVISIÓN DIGITAL Y ESPACIO CULTURAL | 91 |
| La televisión digital: buen negocio, poca ciudadanía y muchos retos creativos, O. Rincón | 92 |
| Radiotelevisión digital y cooperación: diagnósticos, desafíos y propuestas, M.T. García Leiva. | 99 |
| El reto de las redes multilaterales de cooperación, F. Sierra | 102 |
| ¿Qué televisión pública para qué sociedad?, G. Richeri..... | 109 |
| Capítulo 4: MÚSICA DIGITAL PARA UNA CULTURA IBEROAMERICANA..... | 112 |
| La circulación de música: digital y en directo, G. Yúdice | 113 |
| Perspectivas para las Pymes de la música en la era digital, M. Herschmann | 121 |
| Capítulo 5: EL FUTURO DEL LIBRO EN IBEROAMÉRICA..... | 124 |
| Un caso ejemplificador: Argentina y el libro, C. Moneta | 125 |
| El futuro del libro y la cooperación cultural, A. Narváez. | 138 |
| Libros más allá del papel, A. Badillo | 143 |
| Capítulo 6: LAS NUEVAS REDES DIGITALES DESDE LA COOPERACIÓN..... | 146 |
| La Red en su circunstancia: entorno digital y cooperación para la comunicación y la cultura, R. Trejo Delarbre | 147 |
| El contexto digital de la cooperación iberoamericana en cultura-comunicación, R. de Mora.... | 167 |
| La cooperación cultural digital y móvil, F. Vacas Aguilar | 171 |

| | |
|--|------------|
| Capítulo 7. COOPERACIÓN IBEROAMERICANA: EL PAPEL DE LAS REGIONES | 175 |
| Cooperación cultural internacional entre regiones: una propuesta iberoamericana, R. Zallo..... | 176 |
| Pensar la cooperación en el contexto de la actual crisis económica, D. Covi Druetta | 218 |
| La cooperación regional: una visión desde Latinoamérica, N. Calcagno | 221 |
| Epílogo: CONSTRUIR IBEROAMÉRICA EN LA ERA DIGITAL | 225 |
| Las políticas de cooperación ante la transición digital, G. Mastrini | 226 |
| Concepciones diversas, tensiones múltiples, L.A. Albornoz | 229 |
| ANEXO: UN GRAN PROYECTO: LA COOPERACIÓN CULTURAL-COMUNICATIVA IBEROAMERICANA | 233 |
| Bibliografía citada | 248 |
| Autores..... | 258 |

UN CASO EJEMPLIFICADOR: ARGENTINA Y EL LIBRO

Carlos Moneta

El tema que me fuera solicitado para este encuentro –‘El futuro del libro en Iberoamérica’– admite múltiples abordajes. Por ejemplo, enfoques, como el propuesto por Ancízar Narváez (2009) en las excelentes notas que preparó para este panel. En ellas analiza el libro y su posible futuro, teniendo en cuenta su condición de soporte técnico y formato, su carácter de codificación alfabética y vía de expresión para el pensamiento teórico y narrativo, considerando los distintos desafíos a que se halla expuesto. Por su parte, Ángel Badillo (2009) presentó con lucidez y pasión un cuadro de la evolución actual y esperable de la lectura vía soportes digitales que parece conducir, casi inexorablemente, a su hegemonía.

Dada su importancia, cabe también –aun cuando me limitaré aquí a poco más que mencionarlo– ubicar al tema en un ámbito más amplio y profundo, el de las ‘mutaciones civilizacionales’ en las que estamos inmersos (Pérez Lindo, 1996). Se alude así a fracturas históricas, a cambios muy profundos –si bien no totales– en los valores, la configuración de la identidad y subjetividad; los intereses, deseos e ideas de individuos, grupos y sociedades; la organización social y los proyectos políticos, económicos y culturales que animan a los distintos actores del sistema internacional-transnacional.

1. *Rencontre á trois?* La lectura, ¿con el libro impreso o con soporte digital?

En ese marco, caracterizado por un notable crecimiento de la complejidad, la velocidad de las transformaciones y la multiplicación de interacciones y de actores que intervienen, las tecnologías –particularmente las de la información y la comunicación (TIC) – juegan un papel fundamental en la construcción de los contextos, los imaginarios sociales e identidades. Se observa el desplazamiento de la esfera íntima, previamente introspectiva, hacia el exterior. Construcciones de un *yo* más superficial, quizás más mezquino en esencia, orientado hacia la mirada del otro (Sibilia, 2008, cap. I), exo-dirigido, que utiliza como vía preferida de expresión e interacción el nuevo universo de medios que ofrece la revolución digital.

Este multidimensional proceso se extiende rápidamente por el globo por la vía preferente del mercado y sus agentes, desde sus bases en Occidente. Proclama ‘la intimidad como espectáculo’ (Sibilia, 2008, cap. I), la ‘democratización de la comunicación’ y la ‘convergencia digital’, pero –por lo menos en el mediano plazo– ésta se hallará limitada en su alcance directo a los segmentos de ingresos más altos y medios de las sociedades de los países en desarrollo. En su conjunto, la convergencia aún abarca sólo poco más de un tercio de la población del globo.

En ese contexto, donde la información a nuestra disposición crece exponencialmente y es presentada –muchas veces, con intención equívoca– como ‘conocimiento’, surgen rápidamente nuevas generaciones de soportes, técnicas y formatos provistos por las tecnologías digitales que ponen en jaque al libro en su forma y contenidos tradicionales.

Así, por ejemplo, el *blog* puede ser conceptualizado como una nueva manera de realizar el relato autobiográfico; éste escapa de la letra impresa en los soportes tradicionales. Nos hallamos en una nueva fase de la evolución de la lectura: la transmisión electrónica de textos y el surgimiento de nuevas formas de leer (Chartier & Cavallo, 1998). Tal es el caso de libros editados en papel, electrónicamente y en audio, que pueden conectarse a Internet

para observar videos que forman parte de la trama o que permiten a los lectores incorporar argumentos y personajes.

No obstante, si consideramos los procesos de interacción entre la radio, el cine y la televisión –en sus inicios sumamente conflictivos– la anunciada decadencia o muerte de la forma de comunicación que precedió a cada uno de ellos no se produjo; interactuaron, se adaptaron y expandieron. Como señala García Canclini en uno de sus textos (2008), pese a que crece la lectura en pantalla, la que corresponde a los libros continúa. Ahora no sólo se utiliza la lectura para cultivarse en sentido tradicional, sino también (por ejemplo, en el caso de la pantalla), para obtener información, escuchar música y comunicarse. El desafío consiste entonces en diseñar políticas culturales que promuevan la articulación e interacción armónica de los libros, la televisión y las tecnologías de la información (García Canclini, 2008: 79) (ej.: transformar bibliotecas y librerías en centros culturales multidimensionales).

Por lo expuesto, el debate sobre la evolución futura de la lectura –a la cual está atado el destino del libro impreso– admite múltiples vertientes, pertinentes y apasionantes. Constituye, sin duda, una pieza muy relevante en los procesos de configuración cultural que enfrentamos, pero el tema no será abordado en este trabajo. El propósito de este texto es más humilde: procura atender tanto a necesidades de las organizaciones que propiciaron este encuentro –evaluar los resultados de la cooperación española en materia de cultura y comunicación con un grupo de países latinoamericanos (entre los cuales se encuentra Argentina)– como a un factor que entiendo conservará su carácter limitante durante el próximo período de planificación de la cooperación con España.

Así, en la mayor parte de los países latinoamericanos los títulos publicados digitalmente no superan el 4 o 5 por ciento del total. El consumo de libros electrónicos, salvo para algunas obras de referencia y distinto tipo de enciclopedias, es aún más bajo. Por lo tanto, los criterios y conclusiones de este trabajo, focalizado en el libro impreso, cubren sólo una parte –aun cuando todavía sea ésta mayoritaria– de la ecuación a resolver. Los estudios ya citados, considerados en este panel, exploran las cuestiones vinculadas a la producción por grupos multimedios.

2. Organización del trabajo

Este estudio ha sido organizado en distintas secciones. La primera presenta líneas previsibles de evolución del contexto global en el mediano plazo. Proporciona el marco de referencia e identifica factores y tendencias que incidirán en el ámbito de la cultura, tanto a nivel mundial como regional y local.

La segunda sección incorpora una breve introducción sobre la situación regional, configurando el marco para la tercera, que comprende una descripción de la evolución hasta el presente de la industria editorial en Argentina, país seleccionado como caso. Incluye la consideración de las políticas editoriales puestas en práctica y su impacto cultural, señalando algunos de los factores más relevantes que han afectado a esta industria durante las últimas dos décadas.

Las tres secciones siguientes observan con mayor detalle la situación de las editoriales, incorporando los aspectos económicos. Se examinan los factores que han afectado a la industria editorial y los procesos de intercambio comercial, concentración

económica y adquisición de los principales grupos por empresas extranjeras, en su mayor parte españolas. La última sección presenta algunas conclusiones y propuestas.

3. Economía, política y cultura en el marco de la globalización: interacciones

¿Qué factores y procesos vinculados a la globalización afectan e incidirán en el ámbito de la cultura durante la próxima década?

El sistema global presenta, entre otros factores, grados crecientes de complejidad e incertidumbre, en virtud de la multiplicación de sus interacciones, la mayor velocidad de transformación de los procesos y la ampliación del número y formas de participación de los actores. La globalización, en sus múltiples procesos, está incorporando la dimensión geocultural a la estratégica y geoeconómica, con un papel relevante.

En los escenarios de mediano plazo se habrá intensificado en alto grado el impacto de la dimensión cultural sobre los Estados y las sociedades. Esos procesos resultan profundamente asimétricos, dada la desigual distribución de recursos de poder y acción que existe en el conjunto global (Ortiz, 2005).

Así, las interacciones que se generan –entendidas no solo como diferencias, sino también como desigualdades– pueden ser resultado de relaciones de fuerza y suponen el peligro de una reestructuración cultural jerarquizada en el ámbito nacional, regional e internacional.

En los horizontes del 2010–2020, es dable esperar que las agrupaciones regionales incrementen sustantivamente su participación en los juegos globales y que el interregionalismo –entendido como múltiples acciones en distintos ámbitos entre una región y otra– se habrá multiplicado. En ese contexto, se incrementarán en alto grado las interacciones culturales.

Cabe también señalar que el papel de la cultura en los procesos sociopolíticos y económicos se ha modificado sustancialmente.

Las innovaciones tecnológicas en telecomunicaciones e informática inciden de manera clave en la valoración, dimensión, contenidos y formas de incorporarse e interactuar con el mundo (ej.: imágenes en tiempo real, seleccionadas, frente al texto; creación de redes; Internet, Twitter, –ficciones interactivas–, etc.).

Las TIC forman parte –junto con las industrias ‘info-bio-cogno’– de los sectores de mayor crecimiento económico y cambio tecnológico de la próxima década. De esa manera, la generación de símbolos y de conocimiento, actividades propias de la cultura, pasan a constituir elementos centrales en la transformación de los procesos productivos en el marco global (Garretón, 2003, cap. I) (ej.: creatividad, economía del conocimiento e industrias culturales). Los avances científico-tecnológicos conducen a incorporar mayor información y conocimiento al trabajo, modificando su naturaleza.

En el plano económico, se está consolidando una estructura global (con particular intensidad en los países en desarrollo) que tiende a la desarticulación de la territorialidad de los Estados. Sectores y regiones modernos, ‘insertados’ en redes internacionales –o que pueden explotar nichos en los países desarrollados– y sectores atrasados, de baja productividad –generalmente informales– que actúan para el mercado local o regional. El

trabajo en negro, la informalidad, el desempleo, serían las condiciones laborales que predominan en ese segmento.

Cabe entonces examinar la situación de las empresas editoriales de los países iberoamericanos en ese proceso, a los efectos de formular sus estrategias futuras de inserción, dado que, en ese contexto, con una reducción de los instrumentos de control para los países en desarrollo, se van configurando nuevas fronteras económicas.

Las empresas que han alcanzado dimensión transnacional –y en ese grupo se hallan las principales empresas de Medios (TIC)– se convierten progresivamente en coordinadoras e integradoras de redes tecnológicas y comerciales, concentrándose en las actividades más estratégicas, mientras su papel como fuentes de inversión se incrementa.

En el marco de los procesos previamente señalados se generan cambios en la especialización territorial de la producción y en el comercio internacional de ETN de la edición. Así, se profundiza la transformación de las cadenas de valor internacionales. En muchos casos, diversos eslabones de la cadena se descentralizan por vía de subcontratistas en distintas partes del mundo. Preferentemente tienden a desconcentrarse las actividades de manufactura y servicios menos complejos, pero también se subcontratan actividades más complejas.

Esta tendencia, como en el caso anterior, adquiere importancia para la planificación estratégica a largo y mediano plazo de las industrias culturales en el espacio iberoamericano. Así, por ejemplo, la dinámica de cambios geográficos puede conducir tanto a una relocalización que coincida con la ubicación de sedes centrales de otras industrias culturales (cine, disco, *software*) (Bonet, 2004: 176-177), fortaleciendo un proceso de convergencia, como a la creación de nuevos centros de TIC (ej.: China e India).

De continuar avanzando la incorporación de la lógica del mercado en los ámbitos social y político, se incrementarán las diferencias existentes entre los países en desarrollo de sus capacidades de crecimiento, desarrollo, competitividad e inserción en el sistema económico global. En ese contexto es dable esperar que aumenten las presiones y uso de mecanismos para la aplicación compulsiva de las normas de protección de la propiedad intelectual (PI).

Por último, la globalización presenta distintos fenómenos de desterritorialización, fracturando la relación espacio territorial-cultura, debilitando sus vínculos mientras crea lugares virtuales de interacción. Se generan así nuevos tipos de fronteras, que redefinen las anteriores (Grimson, 2004).

En suma, el examen de procesos geoeconómicos y geoculturales en marcha –de los cuales aquí sólo se han considerado algunos aspectos–, así como de sus interacciones, puede resultar de gran ayuda para la definición estratégica de las políticas a seguir en el espacio iberoamericano y fuera de él con respecto a las industrias culturales y, en este caso, para la industria editorial. Como se podrá observar a lo largo de este trabajo, la cooperación intrarregional y con España tiene en este contexto un gran desafío ante sí con respecto a estos problemas.

A modo de ejemplo, la Feria de Frankfurt 2009, por vía de su *Forum Innovation* y del espacio físico y de discusión cada vez más amplio dedicado a las nuevas tecnologías, enfatiza la urgente necesidad de concertar en Iberoamérica, a partir de los debates y estudios que se

están realizando sobre estos temas, la puesta en marcha de políticas que permitan incorporar, con capacidad competitiva externa y criterios de armonía interna, el libro electrónico a la producción. Al respecto, las tablas 1 y 2 expresan con claridad la visión de los actores y especialistas comprometidos en la industria editorial sobre los virajes y transformaciones en desarrollo o gestación.

4. La industria editorial en América Latina

Si bien en América Latina se consumen aproximadamente 900 millones de libros anualmente, que tienen su base principal en la obra escolar, la demanda se halla contenida por distintos factores (Getino, 2008: 174-175; Quartesan, Romis&Lanzafame, 2007: 11-12): a) crisis y altibajos de las economías latinoamericanas (por ejemplo, en este sector, la ‘década perdida’ de los años ochenta y la abrupta desregulación de las economías en los años siguientes); b) fuertes asimetrías en la distribución del ingreso, que reducen la capacidad adquisitiva de grandes segmentos de la población; c) la gran competencia que representa el acceso barato a Internet para la obtención de contenidos de la enseñanza; d) piratería en la producción y comercialización; e) insuficiencia de los circuitos de distribución al interior de los países, y, f) bajo nivel educativo.

No obstante, el alto grado de alfabetización, concentración urbana (próximo al 80 por ciento) y población joven, ofrece un interesante potencial para la lectura, que lamentablemente, carece –entre muchos otros elementos– de los servicios de redes de bibliotecas públicas dotadas con medios apropiados a esos efectos (Getino, 2008; Quartesan, Romis&Lanzafame, 2007).

En términos de producción y distribución de libros, desde aproximadamente la tercera década del siglo XX, Argentina y México –si bien con períodos de notorias caídas, especialmente en el caso de Argentina– concentraron la producción y los servicios editoriales más importantes de la región. Brasil se suma a este grupo con el portugués, tras la Segunda Guerra Mundial y Colombia, mediante una lúcida política estatal e introducción de tecnología, lo hace durante los últimos años de ese siglo. Será, no obstante, la industria editorial española la que prevalecerá claramente en Latinoamérica, generándose fuertes asimetrías con las industrias editoriales de la región.

A fines de la década de 1990 y durante los primeros años del nuevo milenio, un importante aumento en los insumos requeridos para la producción del libro y pérdidas de ingresos de las editoriales condujeron a una reducción sustantiva de los títulos publicados. Esa situación, en el contexto de un amplio proceso de liberación de las economías nacionales, facilitó la adquisición por parte de empresas españolas de las principales editoriales latinoamericanas. Este proceso fue particularmente agudo en Argentina, dada la profunda crisis financiera, económica y social que sufrió el país en ese período (fin del período de convertibilidad peso/dólar).

A la compra de editoriales le siguió la de las principales librerías y centros de distribución. Simultáneamente, algunas empresas estadounidenses y europeas se introdujeron en nichos seleccionados de mercados, mientras hacían su aparición los grandes conglomerados de editoriales y distribuidores (Quartesan, Romis&Lanzafame, 2007: 12). Pese a esta situación, el sector editorial fue paulatinamente recuperándose en sus ventas, si bien con altibajos, durante la segunda mitad de la primera década del siglo XXI. Actualmente,

el productor principal en la región es Brasil; México y Argentina han ocupado, variando según los años que se consideren, el segundo y tercer lugar, mientras crece, a cierta distancia, la producción colombiana.

Tabla 1. Desafíos que afronta el sector editorial (I)

| | % |
|---|----|
| En el futuro, ¿cuáles son los mayores riesgos? | |
| ○ Competencia con otros medios de comunicación. Fuentes de crecimiento | 53 |
| ○ Digitalización de los contenidos | 53 |
| ○ <i>E-book</i> dominarán el mercado en los próximos años | 44 |
| ○ Audio-libros dominarán el mercado en los próximos años | 41 |
| ○ Sobreoferta editorial | 31 |
| ○ Piratería | 23 |
| ○ Contenidos generados por los usuarios | 22 |
| ○ Bajo nivel de educación, analfabetismo | 17 |
| ○ Conflictos por propiedad intelectual | 15 |
| ¿Cómo será la industria editorial del futuro? | |
| ○ En el marco de cinco décadas, las grandes tiendas de libros desaparecerán | 23 |
| ○ El libro impreso devendrá obsoleto; lo reemplazará el lector de materiales electrónicos | 11 |
| ○ El editor devendrá un actor obsoleto | 4 |
| ¿Qué mercados dominarán la industria la próxima década? | |
| ○ Europa | 36 |
| ○ América del Norte | 32 |
| ○ China Popular | 29 |

Fuente: Encuesta de Feria de Frankfurt (2007).

Tabla 2. Desafíos que afronta el sector editorial (II)

| | % |
|--|----|
| ¿Quién conduce? (¿Qué sector está orientado a la adopción de decisiones en la industria cultural, actualmente?) | |
| ○ Los editores | 37 |
| ○ Los especialistas en marketing | 31 |
| ○ El consumidor | 22 |
| ○ Los autores | 8 |
| ¿Cuáles serían las áreas de mayor crecimiento los próximos años? | |
| ○ <i>E-books</i> | 44 |
| ○ Audiolibros | 41 |
| ○ Traducciones | 27 |
| ○ Ediciones de obras educativas | 27 |

Fuente: Encuesta de Feria de Frankfurt (2007).

5. Evolución de la industria editorial en Argentina

Distintos investigadores, asociaciones y miembros de la industria editorial argentina han analizado sus pautas de evolución (García, 2000; Borda, 2000; Aguado, 2006; Getino, 2008). En esta sección se presenta un resumen de los principales rasgos que caracterizan los distintos períodos en que puede ser organizada hasta el presente, teniendo en cuenta las circunstancias históricas y factores internos y externos que han incidido en su desarrollo (ver también tabla 3).

1880-1899: surgimiento de un mercado editorial

- Aumento del número de editoriales y del volumen de publicaciones.
- Aparición del editor como agente profesional.
- *Best sellers* en textos criollistas y de enseñanza.
- Surgen colecciones populares.
- Se crean empresas que perduran en el siglo XX (Peuser, Estrada, Kraft).

1900-1919: organización del espacio editorial

- Consolidación de libros de bajo coste.
- Sustitución creciente de la importación de libros.
- Ediciones de literatura culta de gran tiraje.
- Ampliación del número de lectores.

1920-1937: surgimiento del editor moderno

- Gran universo de revistas, diarios, publicaciones periódicas y editoriales.
- Formación de un público popular.
- Modernización editorial.
- Constitución de conjuntos literarios nacionales y universales.

1938-1955: ‘época de oro’ de la industria editorial

- Guerra civil y aguda caída de la producción española favorece a Argentina y México.
- Entre 1938 y 1939: se fundan Emecé, Losada y Sudamericana. Espasa-Calpe se radica en el país.

1956-1975: consolidación y expansión del mercado interno

- 1955: ‘Revolución Libertadora’: caída de la producción editorial.
- 1960-1970: Surgen y/o se consolidan Leopoldo Marechal, Julio Cortázar, Jorge Luis Borges, Ernesto Sábato; se publican obras del *boom* latinoamericano (Sudamericana).
- Editoriales universitarias: EUDEBA, Centro Editor de América Latina.

1976-1989: crisis de la industria editorial

- 1976: Golpe militar, quema de libros, cierre de editoriales, censura, allanamientos, persecución a autores y editores.
- 1983: Resurgimiento de la democracia.

- Si bien se fortalece el sistema democrático, no se logran neutralizar los problemas que enfrenta el mercado editorial: inflación, alto costo del papel, falta de créditos, maquinaria anticuada, Ley del Libro sin reglamentar.
- Comienza la inversión de la relación existente hasta entonces entre Argentina y España en el campo editorial, por largo tiempo favorable a Argentina. Se concreta un importante desarrollo de las editoriales españolas en nuestro país.

1990-200...: ETNs, concentración y polarización de la industria editorial

- Implantación del modelo económico neoliberal afecta fuertemente la producción y circulación de los bienes culturales.
- Notable proceso de decadencia de la industria nacional.
- Venta de empresas nacionales y fusión e incorporación de grupos empresariales extranjeros, particularmente españoles y europeos; gran concentración de la oferta. Estrategia de *market seeking*.
- Polarización de la industria editorial.
- ETN's establecen sucursales y adquieren librerías.
- Surgimiento de nuevas empresas medianas y pequeñas nacionales, que resisten el proceso de transnacionalización en curso.

Tabla 3. Políticas editoriales e impacto cultural en Argentina

| Periodo | Años | Evolución de las editoriales | Procesos políticos en Argentina |
|---------|-------------|---|---|
| I | 1880-1899 | Surgimiento de un mercado editorial | Generación de 1880 |
| II | 1900-1919 | Organización del mercado editorial | Centenario Revolución de Mayo |
| III | 1920-1937 | Emergencia del editor moderno | |
| IV | 1938-1955 | ‘Época de oro’ de la industria editorial | El primer peronismo |
| V | 1956-1975 | Consolidación del mercado interno | La Revolución Libertadora La Revolución Argentina |
| VI | 1976-1989 | Dictadura y democracia: la crisis de la industria editorial | El Segundo Peronismo. El Proceso de Reorganización nacional. Democracia |
| VII | 1990-200... | Concentración y la polarización de la industria editorial | El peronismo menemista |

Fuente: Aguado, A. (2006). *Políticas editoriales e impacto cultural en la Argentina (1880–2000)*. Notas de investigación. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (UNCP).

6. Algunos factores que han afectado a la industria editorial argentina durante las últimas décadas

Del examen de la síntesis en el punto anterior, surgen algunos factores que inciden de manera relevante en la configuración de los problemas que actualmente enfrenta la industria editorial argentina:

- Crisis económicas e inestabilidad monetaria.
- Alto y acelerado incremento del costo de algunos insumos.

- Insuficiencia o falta de políticas de apoyo y orientación estratégica adecuadas para el sector.
- Disminución y cambios en los hábitos de lectura (ver tabla 4); competencia de las industrias de entretenimiento.
- Compras masivas. Fusión de empresas locales y de librerías por parte de ETN de multimedia y grandes grupos editoriales, donde predominan las empresas españolas (ver tabla 5).

Tabla 4. Perfil de lectores argentinos

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres leen más. - El 54 por ciento lee menos que hace más de una década. - El 85,7 por ciento cree que el hábito se está perdiendo. - Se lee menos por falta de tiempo. - El libro goza de alta consideración. - Leer otorga legitimidad social. - El 68,6 por ciento prefiere el mundo del papel. - Los autores más leídos son Borges, Sábato, Cortázar y Marechal. - Comprar en las librerías es un ritual clásico. - Las novedades interesan más. - Se lee por placer. |
|---|

Fuente: REUN (nov. 2006).

Tabla 5. Grandes grupos editoriales extranjeros en Argentina

| Grupo | Procedencia | Sellos |
|--------------|-------------------------|--|
| Planeta | España | Seix Barral, Emecé, Ariel, Temas de Hoy, Crítica, Martínez Roca, Minotauro, Booket, Destino, Espasa. |
| Santillana | España | Alfaguara, Aguilar, Taurus, Richmond, Alamah`, Altea, Punto de Lectura. |
| Norma | Colombia | Kapeluz, Ediciones B. |
| Sudamericana | (de la ETN Bertelsmann) | Plaza & Janés, Lumen, Dubate, Collins, Grijalbo, Mondadori, Beascoa, GalaxiaGuttemberg. |

Fuente: elaboración propia, en base a datos del Centro de Estudios para la Producción (CEAP, Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa), Cámara Argentina del Libro (CAL) y Cámara Argentina de Publicaciones (CAP).

7. La situación actual de la industria editorial

Mientras en España cada día aparecen aproximadamente 220 libros nuevos, lo que representa 70.500 títulos anuales, con 375 millones de ejemplares, en el año 2007 se imprimieron en Argentina 85 millones de ejemplares y las novedades publicadas casi alcanzaron los 20.000 títulos. El 84 por ciento de ellos fue presentado por las editoriales; el 6 por ciento correspondió a los autores y del 10 por ciento restante se hicieron cargo instituciones educativas, organismos oficiales y empresas.

Las publicaciones impresas en papel dominan totalmente el mercado. El 96 por ciento de los títulos fue publicado en ese soporte; del 4 por ciento restante, les corresponde a los CD-ROM el 51 por ciento; a Internet el 17 por ciento; a *e-book* un 8,7 por ciento y a los DVD el 6 por ciento. Con respecto a las obras publicadas, el rubro principal corresponde a los

textos educativos (en 2008, cubrieron el 54 por ciento de las ventas en América Latina), seguido por los textos de interés cultural y entretenimiento.

Por otra parte, la publicación de los libros impresos en el país se ha incrementado desde los inicios del nuevo siglo. Así, las impresiones en el extranjero se redujeron del 18,9 por ciento del total en el 2001 al 4,03 por ciento en el 2006.

En cuanto a su valor bruto, la producción de la industria editorial (junto con la televisión), es la de mayor peso dentro de las industrias culturales. En el año 2005 su facturación cuadruplicaba la correspondiente al cine y a los fonogramas.

Con respecto a la configuración del mercado, se estima que aproximadamente el 85 por ciento de las empresas del sector son pequeñas y medianas, mientras el 15 por ciento restante corresponde a grandes empresas nacionales o a ETNs. La mayor parte de las pymes son de origen nacional; el 86 por ciento de ellas facturan menos de 10 millones de dólares cada una.

Cabe señalar que existe una fuerte concentración económica: las 20 firmas más grandes (de origen extranjero, que agrupan varios sellos) (ver tabla 5), representan cerca del 50 por ciento de la producción de libros y el 75 por ciento del mercado; también su presencia es muy importante en los segmentos más dinámicos (libros de texto, jurídicos y de interés general).

De igual manera, existe una notable concentración geográfica de las editoriales. La ciudad de Buenos Aires acoge al 62 por ciento del total y la provincia de Buenos Aires un 17 por ciento. Entre ambas cubren el 79 por ciento del total de empresas en este rubro, restando sólo un reducido 21 por ciento localizado en el resto del país.

Con respecto a las librerías, se estima que contamos con unas 2.000, divididas en cadenas de grandes unidades, a las que corresponde un 15 por ciento del total y librerías independientes que cubren el 85 por ciento restante.

Por último, en el año 2009 el gasto argentino en libros fue de aproximadamente 210 millones de dólares, ocupando el país el tercer lugar en el consumo, luego de Brasil y México. Para el período 2009-2012 se espera un crecimiento anual en las ventas del 3,2 por ciento (un punto más que el resto de la región).

8. Producción e intercambio comercial: participación decisiva de las editoriales españolas

Si a los efectos de poder contar con datos comparables se toma la primera mitad de la presente década⁵⁵ en términos de producción de títulos, los países latinoamericanos hispanohablantes cubrían más del 45,5 por ciento del total de obras publicadas, correspondiéndole a España cerca del 56 por ciento; Brasil produjo más del 34 por ciento del total de títulos en América Latina; Argentina una cifra superior al 18 por ciento; México, cerca del 11 por ciento y Colombia, del 9 por ciento.

⁵⁵ CERLALC, SIER (2003). *Producción y comercio internacional del libro en América Latina*; UN Statistic Division, *Commtrade database*, septiembre 2006; Cámara Argentina del Libro (CAL).

Con respecto al destino de las exportaciones de libros producidos en Argentina durante el período 2002-2005, el primer lugar fue ocupado por Brasil (19 por ciento); seguido por México (17,8), Chile (10,6) y España (8,2 por ciento).

En cuanto a las importaciones, España concentraba el 42,7 por ciento del total; a Inglaterra le correspondía un 9,7 por ciento, a Chile el 9,2; a EEUU un 8,9 por ciento y a Colombia el 5,4 por ciento.

Argentina figuraba en 2008 en el vigésimo primer puesto en el comercio mundial de este sector, con exportaciones por valor de aproximadamente 93,2 millones de dólares. La tabla 6 permite observar que México, Uruguay, Chile y Brasil ocupan los primeros puestos de las exportaciones, correspondiéndole a España el noveno lugar.

Tabla 6. Argentina: Principales destinos de exportación de libros, 2008

| Valor total (millones de dólares) | |
|-----------------------------------|------------|
| País | % |
| México | 13,46 |
| Uruguay | 12,91 |
| Chile | 11,98 |
| Brasil | 10,31 |
| Venezuela | 10,19 |
| Perú | 9,82 |
| Paraguay | 4,71 |
| Colombia | 4,06 |
| España | 3,39 |
| Estados Unidos | 3,32 |
| SUBTOTAL | 84,15 |
| Otros destinos | 15,85 |
| TOTAL 93.174.607 | 100 |

Fuente: CEI en base a INDEC, CAL. Valores FOB en dólares.

En suma, como señala el informe *Estado y prospectiva de la cooperación española en Cultura–Comunicación, Argentina, 1997-2007* preparado para la AECID (p. 2), «(...) cuando la cooperación se analiza desde la óptica de algunos sectores e industrias en particular, las relaciones culturales de España con la Argentina se observan con gran preocupación. Esto es especialmente claro en el caso de la industria audiovisual y la industria editorial [...] la expansión de la industria editorial española se ha traducido en un detrimento de la producción latinoamericana».

9. Hacia el futuro: ¿reconfiguración de la orientación y contenido de la cooperación?

La gravitación de la industria editorial española no se expresa sólo en el plano cuantitativo, donde –en términos de producción, número de títulos de libros publicados y participación en los flujos de comercio– su presencia es dominante. Esos factores, junto a la adquisición de editoriales nacionales, librerías y otros puntos de venta y su posición como preferente vía de acceso a la UE para los autores latinoamericanos, le agregan una vital dimensión cualitativa.

Cabe resaltar lo obvio: las editoriales comerciales guían su acción por criterios de beneficio económico. No obstante, las estrategias que pueden desarrollar son varias; por ejemplo, ganar posiciones en los mercados latinoamericanos; poner en marcha *joint ventures*

con sus contrapartes de nuestra región para abordar conjuntamente terceros mercados (ej.: países de raíz latina; Asia del Pacífico) y/o ‘triangular’ entre Europa y América Latina, incorporando autores europeos en el sur e introduciendo a nuestros escritores en el seno de la UE.

Hasta el momento, parece haber predominado para Argentina y el resto de la región el criterio de ocupar cupos de mercado con autores nacionales y latinoamericanos cuyos derechos se han adquirido (junto a las editoriales) e importar preferentemente autores españoles.

La expectativa regional alentaba otro proyecto: sociedades que, naturalmente, facilitarían el acceso a una mayor presencia española en América Latina, pero que, a su vez, actuarían como cuñas de nuestra inserción en Europa, junto a esfuerzos compartidos y solidarios para introducirnos en terceros mercados. Concepciones económicas que no desdeñan la necesidad de tener en cuenta –como sí lo hace la *Carta Cultural Iberoamericana*– la enorme incidencia de procesos geopolíticos y geoculturales que requieren defender y fortalecer el espacio cultural iberoamericano (Moneta, 2009).

No se trata, entonces, de apelar únicamente a la solidaridad, olvidando que el realismo político y económico casi inexorablemente prevalece, sino de articularlos, con mutuo beneficio. Los desafíos actuales, así como los futuros, en su mayor parte alcanzan dimensiones globales. En ese contexto, las regiones se constituirán en actores relevantes de los juegos de poder. En el seno de esas interacciones, es dable esperar que se acuda cada vez en mayor grado al ‘poder suave’ de la cultura y a la capacidad de acción que otorgan las TIC.

He aquí escenarios que superan la contabilidad diaria y requieren elevar la mira y las acciones. Procurando ubicarnos ante esos desafíos, nos permitimos realizar algunas sugerencias para la acción futura.

¿Qué opciones, para la cooperación, a futuro? (Raposo, Perelman & Seivak, 2007; García Canclini, 2000; aportes del autor de este trabajo)

Opción I: continuar profundizando, predominantemente de forma individual, la competitividad de los países, empresas y entes vinculados con el sector editorial.

Opción II: establecer o ampliar, según los casos, una mayor cooperación horizontal, pública y privada, entre los países iberoamericanos, con el propósito de:

- Llevar a cabo un programa concertado de trabajo que cubra el ciclo íntegro del libro impreso y electrónico en horizontes de corto, mediano y largo plazo.
- Establecer relaciones adecuadas entre las prioridades nacionales, regionales e internacionales.
- Otorgar prioridad a los proyectos conjuntos (ej.: *joint ventures* en producción y comercialización en terceros mercados).
- Otorgar énfasis a la capacitación de recursos humanos, utilización de los avances tecnológicos y participación en las nuevas áreas de conocimiento.
- Incorporar el análisis y la aplicación de información estratégica a los distintos ámbitos de producción, comercialización, etc., de forma compartida. Coordinación y desarrollo conjunto de información estadística.
- Favorecer el intercambio de experiencias, las interrelaciones y la competitividad.

- Utilizar las fortalezas institucionales nacionales y regionales, sostenidas en la diversidad.
- Procurar alcanzar un grado avanzado de compatibilidad en el ámbito legislativo y regulatorio.
- Establecer acuerdos y convenios con España, Portugal y los restantes miembros de la UE para fomentar la traducción de obras, la coedición y la distribución de textos educativos, técnicos y de interés general.
- Fortalecer las ediciones intrarregionales.
- Fortalecer el intercambio regional vía un ‘Mercado Común Latinoamericano del Libro’.
- Ampliar el hábito de lectura en la población; por ejemplo: Plan Libros y Casas, Secretaría de Cultura, Argentina.⁵⁶
- Crear y/o fortalecer organismos que representen los intereses comunitarios y los del sector editorial y de los autores.
- Adoptar medidas coordinadas de combate a la piratería y reproducción ilegal.
- Apoyar el desarrollo de canales de comercialización. Reestructuración de librerías y puntos de venta.
- Suprimir aranceles y obstáculos para-arancelarios para la circulación del libro impreso.
- Facilitar la importación de maquinaria y equipos para modernizar la industria gráfica y electrónica.
- Generar nuevos productos.
- Coparticipación, en el manejo de recursos limitados. Facilitar y ampliar el acceso del sector al crédito.
- Mejorar la calidad, precio y cualitativo suministro de papel para las publicaciones.
- Promover la difusión y utilización de libros de texto a escala subregional-bilateral.

Se dispone ahora de una oportunidad para avanzar y cuantitativamente en la construcción de una cooperación más integral entre España y Latinoamérica que contaría, sin duda, con el pleno apoyo de los gobiernos y sociedades de la región. En ese contexto, cabe tener en cuenta lo que señala un viejo proverbio oriental: «Cuando un negocio satisface las necesidades de la sociedad, la acción tiene entonces éxito; cuando un proyecto se ajusta a los tiempos, se establece una buena reputación... Cuando llega el momento, éste es tan preciso que no permite ningún respiro».⁵⁷

⁵⁶ La Secretaría de Cultura de Argentina, en acuerdo con el Ministerio de Educación, puso en marcha, con gran éxito, el Plan Libros y Casas. Consiste en incorporar una biblioteca básica –que cubre distintas necesidades de sus habitantes– a cada vivienda entregada por el Estado en sus planes sociales. Este programa está siendo adoptado por varios países de la región.

⁵⁷ Wu Tzu (China, 200 a.C.-400 d.C.). *Comprender los misterios*.