

IV Jornadas de Becarios y Tesistas
Presentación Plan de Tesis de Maestría

Industria editorial en Argentina
La concentración de la cultura literaria en la era digital

Mda: Lic. Paola Fernández
Director: Dr. Martín Becerra

- 1.- Título: Industria editorial en Argentina. La concentración de la cultura literaria en la era digital
- 2.- Autor/es: Lic. Paola Fernández
- 3.- Dirección electrónica: fernandezp28@gmail.com
- 4.- Formación de grado y/o posgrado en curso: Maestría en Industrias Culturales: política y gestión.
- 6.- Tema de la tesis en preparación: Concentración de la industria editorial a partir de la conversión digital
- 7.- Director de la beca y/o de la tesis: Dr. Martín Becerra
- 8.- Denominación del programa o proyecto en cuyo marco se inscribe la tesis y director del mismo: Programa Espacio público y políticas: representaciones, prácticas y actores. Argentina a partir de la década del 80. Directores: Dr. Martín Becerra y Dr. Guillermo Mastrini.
- 9.- Denominación del agrupamiento en cuyo marco se inscribe la beca y/o la tesis y director del mismo: Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Quilmes.

Resumen: Los desafíos culturales que provoca Internet, la convergencia de tecnologías (ordenador, móvil, televisión), la mezcla de formatos y el cambio de usos, obligan a repensar los paradigmas comunicacionales. La era digital impone la emergencia de un nuevo paradigma, que comprenda en sus objetos de estudio a todos los ámbitos de la cultura: industrias culturales, medios de comunicación, cultura popular y producción en red (Zallo, 2011). Las mutaciones en el ecosistema comunicacional y cultural, impactan de diversas maneras en cada país.

A partir de esta introducción, el plan de tesis propone explorar y describir la gestión digital de la cultura literaria en Argentina en el periodo 1995- 2014. El objetivo principal radica en analizar integralmente la industria editorial en la era digital en Argentina: modelos de negocio, estructura de propiedad, actores sociales relevantes y los soportes y tecnologías que convergen en el mercado del libro en el tiempo consignado.

Se entiende que la investigación vinculante al entorno digital se encuentra monopolizada por el estudio de la tecnología y el análisis jurídico (Doueih, 2010), que radican en torno al impacto de la cultura digital en el marco jurídico y enfrentan a expertos en tecnología y derecho. No obstante, las investigaciones en América Latina en general y en Argentina en particular no ahondan en los nuevos tipos de concentración en la era digital. En este sentido, es necesaria la producción nacional de conocimiento científico acerca del problema planteado y contribuir a la implementación de estrategias público-comunitarias que atiendan el nuevo paradigma digital.

Plan de Tesis

1.-Introducción:

A partir del siglo XV, la imprenta, la tinta, el papel y la industria editorial se articularon en torno al soporte “libro”, consensuado como un conjunto de pliegos impresos, cosidos o presellados, recubiertos con una tapa resistente (Dávila Castañeda, 2005).

En Argentina, las sucesivas crisis económicas y las coerciones socio-culturales impuestas por las dictaduras militares (seis a lo largo siglo XX en los años 1930, 1943, 1955, 1962, 1966 y 1976 respectivamente) condicionaron el desarrollo del sector editorial.

El retorno de la democracia en 1983 habilitó el inicio de la reconstrucción pero la crisis de 1989 y las políticas neoliberales de privatización, liberalización y extranjerización de las empresas y producciones culturales en la década del '90 (Mastrini, Becerra, 2005), atenuaron las dinámicas de ese proceso. La intervención del Estado argentino luego de 2001 radicó en políticas públicas que priorizaron al acceso de la ciudadanía al libro y permitieron la recuperación del sector: imposición de precio único (Ley 25.542/02), regulación del mercado editorial, degravación impositiva, campañas de promoción a la lectura, fomento a la distribución y comercialización; dotación a Bibliotecas Públicas (Ley 25.446/01 - Ley del Fomento del Libro y la Lectura).

Pero el entorno económico-cultural cambia en el siglo XXI a partir de la conversión tecnológica y la digitalización. Las nuevas formas que adopta la creación cultural irrumpen como consecuencia de nuevas formas de distribución, disposición y regulación de contenidos (Gillespie, 2007), nuevos soportes tecnológicos (Bustamante, 2002; Doueihi, 2010; Vercelli, 2009) y nuevos intermediarios culturales (Bustamante, 2002; De Moraes, 2010; Igarza, 2012, 2013).

El libro electrónico, definido como una obra intelectual en formato digital, fue posible gracias a la conversión digital y su emergencia altera la relación entre el autor y el lector y la cadena de valor del libro, caracterizada por la desintermedialización y la desterritorialización. Una de las principales consecuencias es la autonomización de la producción, que pasa a concentrarse en pocas empresas globales (en su mayoría, provenientes del campo tecnológico) (Igarza, 2012).

Así, los libros electrónicos o *e-Books* representan nuevos desafíos para la gestión de la Industria editorial: no solo por los cambios en la cadena de valor de la producción editorial y la necesidad de ajustar la jurisprudencia a un escenario digitalizado y global, sino también por las nuevas formas y hábitos de lectura, que desafían las restricciones impuestas (sea por las legislaciones nacionales o internacionales o las intrínsecas al diseño tecnológico) y demandan una nueva disposición de la cultura.

2.-Pregunta guía de investigación:

¿Cuáles son los cambios en la cadena de valor del libro y cómo los procesos de digitalización y expansión de Internet impactan en la industria editorial argentina?

3.-Objeto de estudio:

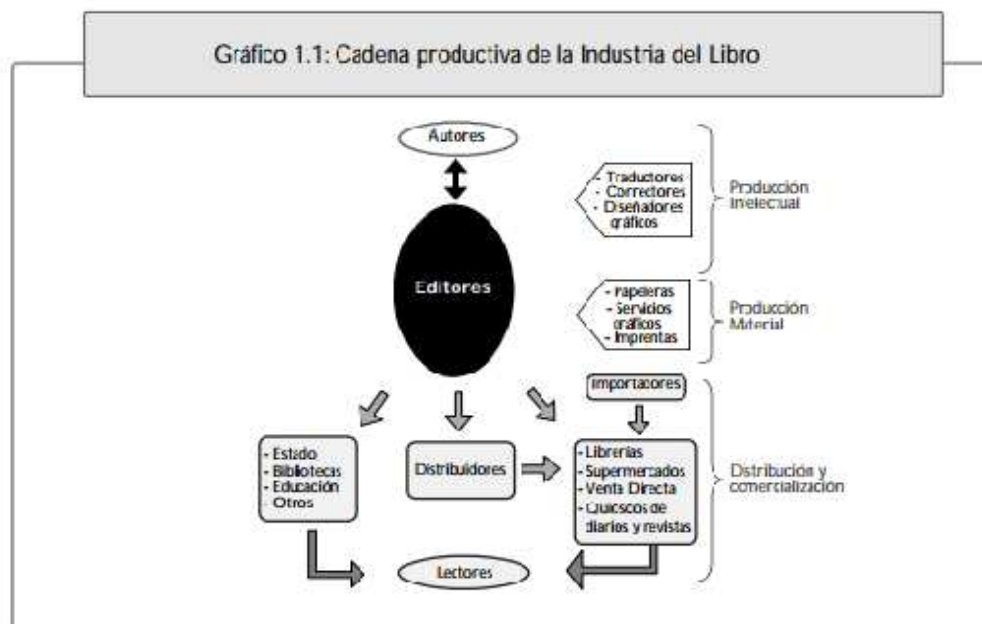
El objeto de estudio de la tesis es la industria editorial argentina. Se constituye por tres dimensiones de análisis:

La producción inmaterial

La producción material

La distribución y la comercialización.

De esta cadena de producción, se desprenden los actores, que pueden identificarse en el gráfico 1.1



Fuente: Centro de Estudios para la producción, 2010:3

Es complejo establecer un marco de referencia temporal para el estudio de la industria editorial, ya que los soportes de las obras intelectuales se mantuvieron intactos durante 500 años (el soporte papel del libro no sufrió modificaciones significativas). Como lo que interesa en la tesis es el estudio de la industria editorial frente al libro electrónico, se tomarán como referencia dos instancias significativas para la industria.

El punto de partida es 1995 con el lanzamiento de la librería virtual Amazon. Se considera este hecho como un acontecimiento disruptivo de la industria editorial tradicional y representativo del paradigma digital. En esta línea, en 2012, la empresa estadounidense Apple lanzó el dispositivo

iPad y comienza la venta de libros electrónicos en su tienda Apple. La creación de la primera tablet táctil de distribución masiva se presenta como paradigma de los cambios en los hábitos de lectura, ya que representa a posibilidad de leer de manera cómoda en la pantalla.

En relación al lanzamiento, se considera el año 2014 como fecha de cierre del periodo a analizar, ya que permite trazar un panorama descriptivo de los cambios en la industria editorial a partir de la inserción en el mercado de los dos principales dispositivos electrónicos de lectura de libros digitales (el aparato Kindle de Amazon y el iPad de Apple, respectivamente), así como también identificar las potencialidades y restricciones tecnológicas que impone cada uno, los cambios en los usos del público lector y la aceptación de los nuevos soportes de la obra intelectual.

La fecha de inicio representa la emergencia de la industria editorial digital (en tanto soporte digital y tecnológico) mientras que la fecha de cierre permite identificar los aspectos y condiciones significativas del mercado editorial (percibidas como consecuencia de los cambios en la gestión de la industria cultural) y los nuevos hábitos de lectura.

A su vez, se indica que el periodo seleccionado tiene relación con el proceso globalizador que caracteriza al proceso de digitalización y expansión de Internet. La inserción en el mercado editorial digital de empresas trasnacionales impacta directamente en el mercado argentino del libro. El proceso y sus efectos en Argentina serán descriptos y analizados en la tesis, razón por la cuál se determina el recorte temporal de la investigación argumentado.

4.-Premisas:

Las nuevas empresas trasnacionales de gestión de bienes y obras intelectuales impactan de manera global sobre el mercado editorial nacional. La consecuencia del proceso es un nuevo tipo de concentración que se manifiesta en dos acciones estratégicas: por un lado, a través de la imposición de formatos digitales predeterminados por los dispositivos tecnológicos y por otro, la monopolización de la totalidad de la cadena de valor del libro.

Las empresas imponen así nuevos modelos de negocio (incluso por fuera de la venta de libros), impiden la entrada de otros actores al mercado editorial y condicionan el derecho humano a disponer de la cultura.

5.-Objetivos principales:

Explorar y describir la industria editorial en la era digital en Argentina: modelos de negocio, estructura de propiedad, actores sociales relevantes y los soportes y tecnologías que convergen en el mercado del libro en el periodo 1995-2014.

5.1.- Objetivos específicos:

Puntualizar los cambios de la industria editorial a partir de la emergencia de los procesos de digitalización e irrupción de nuevos soportes de lectura.

Identificar a las principales empresas que operan sobre el mercado electrónico del libro.

Indagar y sistematizar los distintos modelos de comercialización.

Detallar los modelos de precios impuestos en el segmento editorial de la industria editorial y la mutación del sector con el proceso de digitalización en el período de tiempo delimitado.

Describir la gestión de derechos de autor en la era digital: las tensiones emergentes entre políticas públicas, regulaciones de derechos de autor y las tecnologías desarrolladas para la gestión de bienes y obras intelectuales.

6.- Justificación:

La investigación se constituye a partir de explorar y describir la industria editorial en Argentina y la problemática de la concentración en la era digital. Con excepciones (De Moraes, 2010, Gillespie, 2007, Thomas, Vercelli, 2008, Vercelli, 2009, 2012, Zallo, 2012, 2013), el problema de la concentración en la gestión digital de bienes y obras intelectuales ha sido poco explorado por los estudios de la economía y la cultura (Zallo, 2007).

Los nuevos retos culturales que provoca Internet, la convergencia de tecnología y de terminales centrales (ordenador, móvil, televisión), la mezcla de formatos y el cambio de usos, entre otros factores, obligan a repensar los paradigmas comunicacionales. El escenario digital impone la emergencia de un nuevo paradigma, que comprenda en sus objetos de estudio a todos los ámbitos de la cultura: industrias culturales, medios de comunicación, ámbitos patrimoniales y artísticos, cultura popular, producción en red, entre otros, ya que el sistema de industrias de la cultura es una fracción del análisis del ámbito cultural de un país. (Zallo, 2011).

La dificultad de legislación nacional (producto de nuevas tensiones en las relaciones sociales entre los actores relevantes de la gestión cultural) y las regulaciones y condicionamientos específicos que imponen a través de las nuevas tecnologías de gestión, son justificantes del análisis descriptivo del proceso explicitado.

Por otra parte, la investigación vinculante al entorno digital se encuentra monopolizada por el estudio de la tecnología y el análisis jurídico (Doueih, 2010). La mayoría de los estudios radican en torno al impacto de la cultura digital en el marco jurídico y enfrentan a expertos en tecnología y derecho, sin permitir la integración conceptual de ambas disciplinas. En paralelo, los estudios

en América Latina en general y en Argentina en particular, no profundizan en los nuevos tipos de concentración en la era digital.

En consecuencia, el plan de tesis justifica su trascendencia en la producción nacional de conocimiento científico acerca del problema planteado y busca contribuir a la implementación de estrategias público-comunitarias que atiendan el nuevo paradigma digital. Así, la propuesta de plan de tesis reflexiona sobre las relaciones dinámicas entre la cultura y la tecnología, nexo que altera el modelo de negocio de la industria editorial consensuado hasta el momento y la disposición de la cultura literaria.

7.-Marco Teórico:

La investigación tomará como principal referencia los estudios de la *Economía Política de la Comunicación* (Gettino, 2001; 2008; Mastrini, Becerra, 2001; 2005,2006; Mastrini; Bolaño, 1999, Mosco, 2009; Miège, 1997; Zallo, 1988, 2007). Este enfoque teórico interpreta que el desarrollo del modo capitalista se caracteriza, desde su emergencia, por la mercantilización de las actividades culturales, que contiene a la creación, producción, distribución y circulación de todos los bienes y obras intelectuales en sus distintas formas: orales, escritas, audiovisuales (Zallo, 1988). Esta perspectiva se constituye como punto de partida reflexivo, ya que interesa tanto la irrupción de las tecnologías al interior de la gestión cultural literaria y la vinculación entre los actores principales, a la vez que reflexiona sobre el contexto en que se constituyen y las políticas públicas que lo habilitan.

En este marco de situación, se comprenden las tecnologías como respuesta de una necesidad social, la cual altera las relaciones sociales y de producción en función de las apropiaciones que el colectivo de individuos realice de ellas (Williams, 1971; 1973). En efecto, los seres humanos adoptan los dispositivos en vigencia y reformulan su interacción social (laboral o personal).

Por otro lado, en este plan de tesis se concibe a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como “*las redes e Internet, la microinformática y los contenidos digitales*” (Miège, 2010). Se comprende que la digitalización modificó las condiciones de creación, reproducción y circulación de contenidos que atraviesan la gestión de la cultura (Bustamante, 2002; Castells, 1995, 2009; De Moraes, 2010; Miège, 2006, 2008; Zallo, 1998, 2007). Los cambios se materializan en abaratamiento de los costos de producción, mejora en la calidad de los productos, alta velocidad de producción, reducción y solapamiento de fases en la cadena de valor, descentralización de la producción, instantaneidad de acceso y aumento de la productividad (Zallo, 2007). Las variables servirán para identificar y analizar las principales

incorporaciones de TIC en la gestión de la cultura literaria en general y en la industria editorial en particular.

En función de lo argumentado, se comprende al valor intelectual, aplicado a la creación de una obra de autor, como parte constitutiva que diferencia a las industrias culturales de otras industrias. Se entiende el valor intelectual como el *“trabajo contenido en la producción cultural, un tipo de trabajo muy particular porque genera una producción simbólica que remite a los códigos culturales, históricos y presentes de una sociedad dada, contribuyendo a su reproducción ideológica y social”* (Zallo, 1988:51).

Se trata de un trabajo donde predomina la aleatoriedad y el prototipo que generan tiene un carácter único (valor de uso), que lo diferencia de otros sectores económicos, como es la industria automotriz (donde el modelo creado se replica en forma exacta y en serie) pero que comparte modos de producción. La tradición teórica identifica los problemas que conlleva la concentración y la privatización de los bienes y obras intelectuales (Mastrini, Becerra, 2005,2006) y la transformación en la cadena de valor impulsada por la digitalización (Becerra, Mastrini, 2010, 2012; Zallo 2007).

Como línea complementaria, se comprenden las políticas públicas relacionadas a la gestión cultural literaria, como acciones que no se agotan en las decisiones de gobierno, sino que incluyen también estrategias público/comunitarias. Así, en este plan de tesis se define a las políticas públicas de la gestión cultural literaria como *“el conjunto de actividades e iniciativas dirigidas a satisfacer necesidades culturales, desarrollar el ámbito expresivo-simbólico y generar perspectivas compartidas de la vida social de una determinada comunidad”* (Gettino, 2001:3).

Dentro de las líneas de investigación que propone la Economía Política de la Comunicación, uno de sus principales aportes radica en explicar y describir el fenómeno de la concentración. Este proceso de producción implica que cada vez menos capitalistas controlen más medios de producción y fuerza de trabajo, produzcan más mercancías y eleven la tasa de ganancia.

El crecimiento en la dimensión de las empresas genera barreras de entrada para las inversiones de nuevos capitalistas y determina un segundo aspecto del proceso: la centralización del capital (Becerra, Mastrini, 2007). Este fenómeno económico tensiona con los intereses públicos y las formas de disposición de los bienes y obras intelectuales.

Así, la concentración es el resultado de un proceso que tiende a aumentar las dimensiones relativas o absolutas de las unidades presentes en él (Miguel de Bustos, 1993), acción que conlleva una acentuación de poder de un número restringido de empresas o grupos.

Sin embargo, la Economía Política de la Comunicación no es un campo disciplinar omnipresente (Zallo, 2011), por lo cual es necesario su complementación con otras disciplinas para poder

realizar un análisis integral. En palabras de Ramón Zallo (2011), *“se debe hacer una economía de la cultura o de la cultura y la comunicación, pretendiendo englobar, al mismo tiempo, los ámbitos más implicados (patrimonio, cultura comunitaria y popular como patrimonio social inmaterial, artes, industrias culturales, medios de comunicación y cultura en la red). Para ello, hay dos requisitos que deben cumplirse: un objeto de estudio definible y unos rasgos definitorios que compartan todas las expresiones culturales”* (p: 151).

8.- Estado del Arte

Las industrias culturales responden a un concepto desarrollado por Theodor Adorno y Max Horkheimer (1944) para referirse a la capacidad de la economía capitalista para producir bienes culturales en forma masiva. Así, los estudios culturales que se encuadran dentro de la Escuela de Frankfurt, sostenían que las Industrias culturales ejercían un poder de dominación por sobre las masas al homogenizar sus productos

En la década del '70, la Escuela de Birmingham explora las culturas jóvenes y obreras, así como los contenidos y la recepción de los medios de comunicación. Autores como David Morley (1995) y Roger Silverstone (1994), por ejemplo, analizaron las manifestaciones de las múltiples resistencias populares. Estas investigaciones poseen un carácter precursor y sus aportes radicarón en decodificar los efectos de la recepción de contenidos mediáticos en los espectadores y cómo operaban sobre la construcción de imaginarios sociales.

Otra manera de abordar las industrias culturales es desde la Economía Política de las industrias culturales. Estudiada por autores como Graham Murdock (2000) , Bernard Miége (2006, 2010), Nicholas Garnham (1991/92), dicha corriente teórica se desarrolla en la década del '60 y nace como resultado de la ruptura en las investigaciones sobre la historia del capitalismo moderno sostenida por los clásicos del marxismo. Se aleja, también, de las teorías de la sociología funcionalista norteamericana de los medios de comunicación.

A partir de 1975 y con el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación, la gestión de la economía política se enfoca en reflexiones críticas sobre las industrias culturales. Refutan una idea de la Escuela de Frankfurt, según la cual la producción de la mercancía cultural responde a una única y misma lógica. Para ellos, la industria cultural no existe en sí, sino que es un conjunto compuesto, hecho con elementos que únicos diferenciados, con sectores que tienen sus propias leyes de estandarización (Zallo, 1988).

La segmentación de formas de rentabilización de la producción cultural por el capital es consecuencia del modo de organización del trabajo, la caracterización de la producción y contenidos, de las formas de institucionalización de las distintas industrias culturales (servicio

público, relación público/privado), el grado de concentración de las empresas de producción y distribución y las formas en que los consumidores se apropian de los productos y servicios. (Mattelart, 1997). El aporte en la disciplina de la comunicación y los estudios de la cultura, radica en describir y comprender el rol de la información y los medios de comunicación para las operaciones del capital transnacional en el sistema de acumulación capitalista.

El fenómeno de la concentración del capital tiene su expresión en las industrias culturales que operan, sobre todo, en América Latina. En consecuencia, para esta corriente teórica es importante aportar en la caracterización en detalle del sistema de propiedad y la concentración mediática-cultural.

Entrado el siglo XXI, en la era digital, *“el sector de la comunicación y la cultura atraviesa cambios derivados de mutaciones tecnológicas y productivas, además de compras y fusiones entre los gigantes mundiales de la comunicación y la cultura, cuya finalidad radica en disponer de contenidos de todo tipo para poder integrarlos en los canales de difusión y comercialización. Quien controle los contenidos, mantendrá una posición estratégica de futuro”* (Bustamante, 2002:43)

9.- Estado actual de la cuestión

El problema de la concentración en la industria editorial se enmarca dentro de los estudios de la Economía Política de la Comunicación, cuyo objeto de estudio es la industria cultural y los bienes que en ella se (re)producen (Murdock, 2010, Becerra, Mastrini, 2004, 2006, 2008; Mastrini, Bolaño, 1998; Miége, 2010, De Moraes, 2010).

En el siglo XXI y con el desarrollo de las TIC e Internet, la gestión de la economía política se enfoca en reflexiones críticas sobre las industrias culturales. Así, el conocimiento empírico de la industria del libro se ha enfocado en la concentración de la estructura de propiedad y el monopolio u oligopolio de las ventanas de distribución y exhibición. Pero a partir de la conversión digital, los cambios en el soporte del libro (antes sustentado en el papel) alteran el escenario editorial y alertan sobre nuevos actores y reglas de juego.

En la actualidad, el entorno digital se sustenta en elementos de la cultura impresa, en las formas establecidas y legales como los derechos de autor, propiedad intelectual y el copyright, pero también en elementos cruciales como los de “página” y “libro”, con las nociones de pertenencia que asociamos a dichos términos. En tal contexto, desea traspasar dichos elementos al campo digital. No obstante, por razones propias del entorno tecnológico y la convergencia, así como de las prácticas emergentes que los acompañan, es necesario el cambio en las legislaciones vigentes y el paso hacia un paradigma digital (Doueih, 2010; Zallo, 2013). La fractura entre lo

impreso y lo digital representa hoy una transición cultural y legal entre el futuro de la competencia digital, sus consecuencias económicas y sus modelos potenciales de empresa.

Es necesario entonces, describir las nuevas realidades socio-económicas, culturales y políticas (como la localización, las relaciones entre territorio y jurisdicción, entre presencia y localización, entre comunidad e individuo, la propiedad y los archivos, entre los aspectos de mayor relevancia) a fin de comprender el fenómeno de la convergencia y la concentración en su totalidad.

A raíz de la trascendencia de la producción cultural e intelectual y por ser considerados bienes simbólicos, la concentración en los niveles de producción, comercialización, distribución y ventas afectan a la democratización de la cultura y a la disponibilidad de la cultura (Becerra, Mastrini, 2010). Este enfoque permite analizar la cadena de valor de la Industria editorial y los cambios a partir de la automatización en los eslabones de la cadena de producción (Bustamante, 2002; De Moraes, 2010; Igarza, 2010, 2012, 2013; Miége, 2006; 2008; Zallo, 2011).

En esta breve síntesis conceptual, es importante resaltar las investigaciones llevadas a cabo por Roberto Igarza (2012, 2013) en relación a la industria editorial en la era digital, así como los de Jacqueline Laguardia Martínez (2011) y la CERLAC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, El Caribe, España y Portugal) (2007, 2012, 2013). Dichas investigaciones trabajan con las mutaciones en la industria editorial a partir de la convergencia y problematizan a partir de los nuevos dispositivos electrónicos en relación a los nuevos hábitos de lectura, la comercialización de libros electrónicos y la participación de pocos actores en la distribución y venta de los mismos.

8.- Estrategia teórico- metodológica:

La estrategia metodológica de esta investigación es de carácter descriptivo y exploratorio. Para la resolución de los objetivos planteados, se propone un proceso de triangulación analítica entre:

- Modelos de negocio.
- Estructura de propiedad.
- Soporte del libro y tecnologías aplicadas para su gestión y comercialización.

Dada la multidimensionalidad del proceso a analizar, se propone la desarticulación de la investigación en distintos niveles descriptivos:

Análisis de los procesos de producción: establecer las principales fases en la cadena de valor de la dimensión comercial de la gestión cultural literaria. Ese análisis partirá del enfoque de la *Economía Política de la Comunicación* para entender cómo es el proceso de producción que implica transformar el valor simbólico/inmaterial en una obra intelectual

Análisis de las regulaciones en Internet: de lo general a lo particular, cómo las legislaciones vigentes inciden en la constitución y utilización de la red y cómo afecta a la disposición de los bienes y obras intelectuales.

Análisis de las políticas: legislación en particular que incide sobre la gestión de la cultura literaria, tanto desde el plano de la industria editorial como la relativa al derecho ciudadano a disponer de la cultura. De este punto se desprenden las políticas directas vinculadas a la Industria editorial, la regulación del comercio electrónico y las relativas a Internet.

Análisis integrador: articulación de las dimensiones de análisis desarrolladas, para determinar las tensiones emergentes entre las políticas públicas, regulaciones de derechos de autor y copia y la tecnología desarrollada para la gestión de bienes y obras intelectuales.

9.-Cronograma de actividades

Actividades	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Relevo y sistematización de bibliografía	X	X	X									
Ajuste del marco teórico y herramientas			X									
Análisis de la industria editorial digital: identificación y descripción de los actores relevantes			X	X	X							
Caracterización y sistematización de los procesos de producción: cadena de valor del libro electrónico				X	X	X						
Análisis de las regulaciones en Internet: Caracterización de la arquitectura jurídico-tecnológica de la industria editorial					X	X	X	X				
Análisis de las políticas							X	X	X			
Análisis integrador crítico de la investigación									X	X		
Relevo final y elaboración de Informes									X	X		
Presentación de la tesis										X	X	X

10.-Bibliografía:

Ambrojo, J.C. (2008). Libros electrónicos: Gutenberg se adapta a la era digital. Recuperado de <http://www.tecnicaindustrial.es/tifrontal/a-2826-Libros-electronicos--Gutenberg-adapta-digital.aspx>

Becerra, M.; Mastrini, G. (Coord.) (2006). Periodistas y magnates: estructura y concentración de industrias culturales en América Latina, Buenos Aires: Prometeo

Becerra, M.; Mastrini, G. (Coord.) (2009). Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI, Buenos Aires: Prometeo.

Bustamante, E. (2002) Comunicación y cultura en la era digital, Barcelona: Gedisa

Castells, M. (1995) La ciudad informacional: tecnologías de la información, re -estructuración económica y el proceso urbano-regional, Madrid, España: Editorial Alianza

Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. Alianza Editorial, Madrid.

CERLAC (2007). Estudio de casos sobre experiencias para la formación de lectores, Bogotá: CERLAC-UNESCO.

CERLAC (2012). El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica, Bogotá: CERLAC-UNESCO.

CERLAC (2013). Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica, Bogotá: CERLAC-UNESCO.

De Moraes, Denis (2010) (Coord.). Mutaciones de lo invisible. Comunicación y procesos culturales en la era digital. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Dávila Castañeda, R (2005). El libro en América Latina: situación actual y políticas públicas, Portal Iberoamericano de gestión cultural, España: Boletín GC: Gestión Cultural N°13. Recuperado de http://www.oei.es/fomentolectura/libro_en_Latinoamerica_davila.pdf

Díaz, E; Ostroviesky, H (2014). Desafíos de la era digital: del glamour a las políticas para el sector editorial. Recuperado de <http://www.vocesenelfenix.com/content/desaf%C3%ADos-de-la-era-digital-del-glamour-las-pol%C3%ADticas-para-el-sector-editorial>

Doueih, M. (2010). La gran conversión digital, México: Fondo de Cultura Económica.

Gettino, O. (2001). Las industrias Culturales del MERCOSUR. Recuperado de http://sinca.cultura.gov.ar/archivos/documentacion/investigaciones/ind_cult_en_el_mercosur.pdf

Gettino, O. (2008). El capital de la cultura. Las industrias culturales en la Argentina, Buenos Aires: Ciccus.

Gillespie, T. (2007). Wired Shut. Cambridge, MA: The MIT Press.

Igarza, R. (2012). Internet en transición: a la búsqueda de un nuevo estatuto para la cultura digital. En Secretaría de Cultura de la Nación. En la Ruta Digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso, Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina, pp: 147-158

Igarza, R. (2013). Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica, Colombia: CERLAC.

Laguardia Martínez, J. (2011). Industria Editorial: tendencias actuales y desafíos de transformación, Centro de Investigaciones de Economía Internacional: Universidad de La Habana. Recuperado de <http://www.uh.cu/centros/ciei/biblioteca/publicaciones/2011/15-IndustriaEditorial.pdf>

Lessig, L. (1999). Code and other laws of cyberspace. Nueva York: Basic Books.

Lessig, L. (2001). The future of the ideas: the fate of the commons in a connected world, New York:Random House.

Lessig, L. (2004). Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity. Nueva York: Penguin Press.

Lessig, L. (2006). Code: Version 2.0. Nueva York: Basic Books.

Mastrini, G.; Bolaño, C. (Coord.) (1999) Globalización y monopolios en la comunicación en América latina, Buenos Aires: Biblos

Mastrini, G.; Becerra, M. (2001). 50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala. En Quirós Fernández, F.; Sierra Caballero, F. (Coord.) Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura, Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Mastrini, G.; Becerra, M. (2006), Globalización, mercado e industrias culturales: ¿resistencia o simulacro? En XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social FELAFACS, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Mastrini, G.; Becerra, M (2007), Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina. En Revista Zer, N° 22, PP: 15-40.

Mastrini, G.; Becerra, M. (2011).Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano, México: Revista Comunicar, N° 36.

Mattelart, A.; Mattelart, M. (1997). Historia de las teorías de la comunicación, Barcelona: Paidós.

Miége, B. (2006). La concentración en las industrias culturales y mediáticas y los cambios en los contenidos. Recuperado de <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11357991/articulos/CIYC0606110155A.PDF>

Miége, B. (2008). Las industrias culturales y de información: un enfoque socioeconómico. En Revista Electrónica de Investigación Educativa, Vol. 10, N°1, México: Universidad Autónoma de Baja California. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/155/15510110.pdf>

Miége, B. (2010), La cuestión de las TIC: hacia nuevos planteamientos. En De Moraes, Denis (Coord.). Mutaciones de lo invisible. Comunicación y procesos culturales en la era digital (pp: 15-45), Buenos Aires: Paidós.

Miguel de Bustos, J. C. (1993). Los grupos multimedia: estructuras y estrategias en los medios europeos, Barcelona: Bosch

Mosco, Vincent (2009). La economía política de la comunicación, Barcelona: Editorial Bosch.

Oszlak, O. O'Donnell, G. (1981) G. Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. En Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES), Buenos Aires, Documento G.E. CLACSO/Nº4-

Oszlak, O; Feldner, R. (1997). La capacidad de regulación estatal en la Argentina quis custodiet custodes? En Isuani, A.; Filmus, D. La Argentina que viene. Análisis y propuestas para una sociedad en transición, Buenos Aires: Norma.

Oszlak, O. (2011). El rol del Estado: micro, meso, macro. Conferencia dictada en el VI Congreso de Administración Pública organizado por la Asociación Argentina de Estudios de Administración Pública y la Asociación de Administradores Gubernamentales, Resistencia, Chaco, Argentina.

Vercelli, A (2010). Google Books y los cambios en las industrias editoriales. Cuadernos de Políticas Culturales: Indicadores Culturales 2010, Buenos Aires: UNTREF, pp: 126-137. Disponible en <http://www.arielvercelli.org/gbylcelie.pdf>

Vercelli, (2012). La cultura es mucho más que sus manifestaciones industriales. Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201205/13642-la-cultura-es-mucho-mas-que-sus-manifestaciones-industriales.html>

Williams, R. (1971) Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales. En Williams, R. (ed.), Historia de la comunicación. Vol. II, Barcelona: Bosch.

Williams, R. (1973). Televisión. Tecnología y Forma Cultural, Buenos Aires: Paidós.

Zallo, R. (1988). Economía de la comunicación y la cultura, Madrid: Akal.

Zallo, R. (2011) Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital. Barcelona: Gedisa