**VI Jornada de Becarios y Tesistas del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Quilmes**

1) **Título:** Sobre el proyecto de tesis *“Letra chica”*

2) **Autor**: Gustavo Velazquez

3) **Correo electrónico:** gdvelazquez90@gmail.com

4) **Formación**: Licenciado en Comunicación Social (UNQ, 2014). Maestría en Industrias Culturales (UNQ, en curso)

5) **Tema de tesis**: los procesos de producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes.

**Sobre el proyecto de tesis *“Letra chica”***

**Resumen**

*“Letra chica. Producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes 2007 – 2015”* es un proyecto de tesis para aspirar al título de Magíster en Industrias Culturales, por la Universidad Nacional de Quilmes. Esta investigación propone estudiar la industria del libro, en particular, las editoriales independientes. Específicamente, las posibilidades de sustentabilidad de estas editoriales dentro del mercado gráfico argentino.

La tesis parte de considerar que la industria editorial en Argentina se caracteriza por su amplia concentración, dado que sólo seis grupos comerciales cooptan el mercado (CAL, 2015). Empresas multinacionales que manejan altos niveles de impresión y distribución, poseen gran cantidad de sellos y tienen un mayor nivel de exigencia en las librerías con el fin de tener a sus autores mejor posicionados. Estas condiciones del mercado perjudican la subsistencia de las editoriales independientes. Estas pequeñas y medianas empresas editoras deben esforzarse para generar rentabilidad y ser competitivas.

Por estas razones, la investigación se propone dar cuenta y comprender las condiciones económicas del sector editorial independiente.

El presente trabajo, entonces, tiene por objetivo plasmar este proyecto de tesis. Dando cuenta del estado del tema que aborda, el enfoque teórico a través del cual será analizado y la metodología que será aplicada. A modo de avance preliminar de dicha investigación.

**Introducción**

Públicos diversos, géneros de nicho, títulos especializados, autores emergentes, canales de distribución alternativos. Las editoriales independientes son una parte importante de la industria del libro argentino. Emprendimientos que ponen la creatividad al servicio de la mercado.

Estas medianas y pequeñas empresas editoras se desenvuelven dentro de un mercado controlado en mayor medida por grandes grupos comerciales. Lo que implica desafíos para dichos proyectos en cuanto a generar rentabilidad y mayor competencia.

El proyecto de tesis *“Letra chica. Producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes 2007 – 2015”* propone analizar el sector independiente de la industria del libro y sus problemáticas. Este estudio aborda los desafíos y las posibilidades de crecimiento de las editoriales independientes en la industria del libro en Argentina. Las estrategias de gestión que les permiten subsistir en el mercado.

*“Letra chica”* es un proyecto de tesis para aspirar al título de Magíster en Industrias Culturales. Esta acreditación correspondería a la carrera de posgrado “Maestría en Industrias Culturales: Política y Gestión”, dictada en la Universidad Nacional de Quilmes. Este proyecto se encuentra en etapa de investigación, para luego encarar su desarrollo.

A partir de estro, el presente trabajo pretende, por un lado, aproximar al tema-problema de las editoriales independientes como eje de *“Letra chica”* y, por otro, resumir el abordaje teórico y metodológico de este estudio*.*

**Descripción del proyecto de tesis**

A lo largo de los últimos años, la industria editorial en Argentina ha atravesado en crecimiento sostenido en producción, creación de contenidos, ventas y empleo (CALP, 2015), (CAL, 2015). Este mercado es ampliamente dinámico donde se destaca, entre otras cosas, los altos niveles de tiradas por parte de pocas empresas multinacionales y el constante surgimiento de micro emprendimientos editoriales.

La concentración del mercado editorial lleva a que pocos grupos editores acaparen los niveles de producción (cantidad de impresiones, número de ejemplares, autores reconocidos), distribución (logística) y comercialización (posicionamiento en grandes librerías). En este contexto, se desarrollan las editoriales independientes. Estos emprendimientos se abocan a la especialización temática, por tanto un público de nicho, y autores no reconocidos, lo cual hace que trabajen a riesgo y con menor capacidad de posicionar sus productos.

De acuerdo a este panorama de la industria del libro, *“Letra chica. Producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes 2007 – 2015”* es una proyecto de tesis que propone pensar en las posibilidades de sustentabilidad del sector independientes del mercado editorial.

Para este objetivo, la tesis pretende dar cuenta y comprender las condiciones económicas de las editoriales independientes de CABA entre 2007 y 2015. El foco en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se debe a que es el territorio donde se condensa la mayor cantidad de editoriales y, por ende, el mayor número de impresiones del país. De la gran cantidad de editoriales que se encuentran allí, se toman en cuenta a las consideradas empresas de pequeña escala del sector. Lo cual excluye del análisis a los proyectos editoriales de universidades, instituciones privadas (fundaciones, ongs) y entidades públicas u organismos oficiales.

¿Cómo se sustentan las editoriales independientes dentro de un mercado concentrado? Ésta pregunta de investigación orientará el recorrido de la tesis. Dicho interrogante, que se buscará responder en el desarrollo del escrito, se condice con la hipótesis de trabajo. Esta es: las características de mercado del libro argentino llevan a que las editoriales independientes no puedan desarrollarse como competitivas y deban enfrentar diversos desafíos para ser rentables. De acuerdo a esta hipótesis se indagará sobre la concentración del mercado y la manera en que se desarrollan los pequeños y medianos emprendimientos editoriales.

**¿Por qué estudiar las editoriales independientes?**

La industria editorial en Argentina es una de las más desarrolladas de la región. Este sector se caracteriza por su amplia concentración, dado que sólo seis grupos editoriales dominan el mercado. Empresas multinacionales que manejan altos niveles de impresión y distribución de ejemplares, poseen gran cantidad de sellos y tienen un mayor nivel de exigencia en las librerías con el fin de tener a sus autores mejor posicionados. Dichas condiciones perjudican la subsistencia de las editoriales independientes. Estas pequeñas empresas editoras deben esforzarse para generar rentabilidad y ser competitivas.

Las transformaciones económicas y políticas de la década del noventa, trajo profundos cambios a la esfera cultural y, en particular, a la industria del libro. Estos cambios se plasmaron en un profundo desarrollo de concentración y transnalización de empresas editoras en la Argentina. Como consecuencia de este reordenamiento dentro del mercado gráfico desaparece la lógica del negocio de tradición familiar y desaparecen las grandes empresas nacionales (Becerra, Hernández, Postolski; 2003).

El ingreso de empresas extranjeras al mercado argentino afectó a todas las ramas de la industria, incluso la cultural. En este sentido, la industria editorial no quedó ajena a este proceso de reorganización del mercado. A partir de entonces, se abrió paso un proceso de compra  de  editoriales  locales  por  parte  de grandes grupos de capital  extranjero. Lo cual se tradujo en un progresivo desarrollo de concentración de la producción y comercialización del libro. Estos grupos concentrados pasaron a controlar el 75% del mercado editorial (Saferstein, Szpilbarg; 2014). Estas modificaciones en las estructuras de propiedad, a partir de compra, fusiones y/o absorciones de editoriales nacionales, produjeron cambios en las lógicas de producción.

Asimismo, en paralelo a estos procesos concentración y centralización del capital, comienzan a desarrollarse pequeños emprendimientos editoriales. Proyectos editores de pequeña escala cuyo capital es nacional y satisfacen pequeños segmentos de la demanda. El surgimiento de estas editoriales llamadas independientes ha sido parte importante de la reconfiguración del mercado del libro argentino.

No obstante, la posición dominante de los grupos concentrados traba el desarrollo de estas editoriales. Estos grupos acaparan la distribución y las ventas directas, lo cual desafía el funcionamiento y crecimiento de las empresas de pequeña y mediana escala. Quienes deben emplear determinadas estrategias de gestión alternativas para subsistir en el mercado.

**Encuadre teórico de “Letra chica”: la Economía Política de la Comunicación**

El objeto de estudio dela tesis *“Letra chica”* será analizado desde la Economía Política de la Comunicación y la Cultura para dar cuenta de la estructura y el funcionamiento económico del mercado del libro. Este abordaje es pensado 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). En este sentido, permitirá describir y analizar los momentos de producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes.

Asimismo, esta perspectiva permite interpretar los rasgos de las industrias culturales como productoras de mercancías, portadoras de valor simbólico y de capital, cuyo consumo reproduce un determinado status ideológico y social (Zallo; 1988). Además de la tendencia a la concentración de las mismas.

En tal sentido, desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación las industrias culturales son entendidas 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”* (Tremblay, 1990).

Dentro del conjunto de segmentaciones de las industrias culturales, se estudiara el funcionamiento del mercado editorial discontinuo. Tomando en cuenta las distinción realizada por Ramón Zallo (1988) a partir de la cual las industrias culturales pueden clasificarse en edición discontinua (incluye a las industrias cinematográficas, fonográficas y editoriales), edición continua (industria 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.

A partir de estos estudios específicos de economía de la comunicación y de la industrias culturales se abordarán las características de la industria editorial discontinua en el cual las empresas editoras cumplen un rol central en la organización del capital, al producir los libros, distribuirlos y asignarles un valor comercial. En particular, el sector independiente que se inserta en un mercado altamente concentrado en el cual los grandes grupos editoriales acaparan la producción y distribución de la mercancía (Becerra, Hernández, Postolski; 2003). De esta manera, entonces, dar cuenta de las condiciones de mercado, las rutinas de trabajo, las estrategias empresariales de estas editoriales.

**Diseño de investigación**

El estudio *“Letra chica”* está basado en un acercamiento metodológico de tipo cualitativo a partir de análisis, interpretaciones, descripciones para poder dar cuenta de las condiciones de producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes. El diseño de esta investigación contempla elementos analíticos propios de los estudios de la Economía de la Comunicación y la Cultura. Esta perspectiva permite un mejor abordaje del objeto de estudio para comprender el funcionamiento de la industria del libro y de las mercancías culturales/simbólicas que produce. Así también, conocer la estructura de propiedad y mercado de esta rama de las industrias culturales.

A los usos de cumplir con el objetivo de la investigación, las tareas a desarrollar se pueden dividir en tres momentos. En un primer momento se llevará adelante la sistematización de datos provenientes de informes elaborados por cámaras y organismos especializados de la industria del libro. Lo cual permitirá rastrear los índices de producción, distribución y comercialización de editoriales independientes. Así también, se analizará legislación, documentos oficiales, informes, estadísticas, políticas públicas significativas para el sector que permitan identificar el marco regulatorio en esta rama de la industria cultural entre 2004 y 2015. Estos pasos llevarán a describir la estructura económica de las editoriales independientes y así poder elaborar un diagnóstico de mercado de dicho sector.

En una segunda instancia se buscará identificar las problemáticas de las editoriales independientes en relación a los procesos de producción. Para esto, se realizará un análisis de datos respecto a la cadena de valor productivo (contemplando número de ejemplares, cantidad de impresiones por año, costos e inversiones, etc). Este relevamiento se complementará con la realización de encuestas que partirán de un cuestionario de elaboración propia. Asimismo, se realizarán entrevistas en profundidad. De esta manera se buscará caracterizar la organización del trabajo directo (realizado dentro de la cadena productiva de las editoriales), describir las particularidades de mercado del sector independiente y los modelos de gestión empresarial de estas editoriales.

Por último, se identificará las problemáticas de las editoriales independientes en relación a la distribución y venta. Para dar cuenta de estos fenómenos se considera necesario caracterizar la organización del trabajo indirecto (servicios contratados para administración, distribución y venta), los canales de circulación y comercialización alternativos y, además, describir las estrategias de publicidad y marketing de las editoriales independientes. En esta clave se llevará adelante análisis de datos sobre distribución y venta (costos, ingresos, acuerdos), encuestas y entrevistas en profundidad.

**Bibliografía**

* CAL, “*Informe de producción anual 2015”*
* CALP , *“El libro blanco de la industria editorial argentina”*, 2016.
* Becerra, Martín, Pablo Hernández y Glenn Postolski; *“La concentración de las industrias culturales”*, en el libro Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina, de Ediciones CICCUS y Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires, Mayo de 2003.
* McChesney, Robert; *“Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado”*, en Vidal Beneyto, José (ed.), La ventana global, Taurus, Madrid, 2002.
* Mosco, Vincent; *“Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”*, en Cuadernos de Información y Comunicación vol 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006.
* Mosco, Vincent; *“La economía política de la comunicación”*. Ed. Bosch, Barcelona, 2009.
* Saferstein, Ezequiel; *“La feria del libro independiente y autónoma (FLIA) en Buenos Aires. Tres ejes para su abordaje”*, Argumentos. Revista de crítica social, 14 de octubre 2012.
* Saferstein, Ezequiel y Szpilbarg, Daniela; *“La industria editorial Argentina 1990-2010: entre la concentración económica y la bibliodiversidad”*, Alternativa No 3, 2014.

* Tremblay, Gaëtan; *“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”*, Paidós, Buenos Aires, 2011.

* Zallo, Ramón; “*Economía de la comunicación y la cultura”*, Torrejón de Ardoz: Akal, 1988.