

Cine, música y libros en Argentina

Héctor Schargorodsky

I. Panorama y tendencias en la producción, la distribución y el consumo (2015-2017)

ARGENTINA ES un país de desarrollo medio en el cual conviven sectores productivos modernos, eficientes e integrados junto a otros mucho más rezagados. En el caso de las industrias culturales, si se observan los eslabones de cada cadena de valor, se observa que en los distintos subsectores se produce la misma situación, aunque reflejada de manera distinta en cada uno de ellos. Por ejemplo, hay sectores donde la producción nacional tiene un mayor desarrollo que la distribución o la comercialización, otros donde ocurre lo contrario, y existen también sectores muy poco estructurados. En este artículo se quiere avanzar sobre esa situación, de manera sintética, analizando tres sectores que, siguiendo la clasificación propuesta por Getino (1995), participan: los complejos audiovisual, sonoro y el editorial, respectivamente.

Para comenzar, cabe señalar que en Argentina la creación cinematográfica, musical y literaria ha tenido y tiene artistas excepcionales. Son muchos los creadores que han alcanzado renombre internacional y hay personalidades, como Borges o Piazzolla por mencionar dos de los más relevantes, que son conocidas en todo el mundo. En lo que se refiere a la producción nacional, el cine, la música y los libros argentinos están presentes desde hace muchos años en los mercados de habla castellana, incluso su cinematografía (y en los últimos años también otras expresiones de su producción audiovisual) ha trascendido ese límite, alcanzando presencia en otros continentes, conquistando premios y públicos en distintos idiomas y culturas. Sin embargo, el análisis del conjunto de las industrias culturales en sus distintas etapas muestra un entramado complejo en el que se van alternando a lo largo del tiempo luces y sombras.

Históricamente, el Estado ha tenido una fuerte incidencia sobre el desarrollo de la industria nacional, aunque la inestabilidad que caracterizó al país durante la segunda mitad del siglo pasado y, particularmente, los nefastos períodos de gobiernos militares conllevaron que esa incidencia fuera, en aquellas épocas, muchas veces negativa. Aunque hace ya más de treinta y cinco años que esa etapa terminó,

algunos de sus efectos perduran tanto en el Estado como en la sociedad. Todavía hoy en día, desde la perspectiva pública, la consideración de las industrias culturales como un sector productivo a parte entera, que merece la concepción y puesta en marcha de políticas y estrategias específicas para estimular su crecimiento, no está completamente instalada. No obstante, existe un marco legal con muchos años de existencia que no solo regula sino que, en algunos casos, sostiene y garantiza el funcionamiento de los sectores que estamos considerando, como es el caso de la industria cinematográfica.

Además, en algunas provincias y municipios (grandes o que corresponden a capitales de provincia) existen Direcciones de industrias culturales o de industrias creativas que forman parte de las áreas de cultura. A nivel del estado nacional, el Ministerio de Cultura cuenta con una Dirección Nacional de Industrias Creativas que, a su vez, depende de la Subsecretaría de Industrias Creativas. También, a nivel nacional, hay instituciones específicas dedicadas al fomento del cine y la música que funcionan en el ámbito del Ministerio de Cultura.¹ La creación de un instituto similar para el libro ha sido debatida, pero todavía no está implementada.

El sector privado ha sido el otro motor imprescindible para que, a través de los años, estas industrias crecieran. En su devenir histórico se conjugan los esfuerzos de pequeños y medianos empresarios. Es digna de ser señalada la aportación de los exilados españoles que llegaron al país durante la Guerra Civil en la construcción del entramado editorial, y de las grandes empresas multinacionales, las cuales se han convertido en actores dominantes del mercado en los tres sectores que estamos considerando. Un factor central que en los últimos años está modificando sustancialmente a las industrias culturales es la evolución tecnológica permanente que, además de concebir nuevos productos, desarrolla nuevas formas de ofrecerlos y consumirlos y, por ende, nuevos modelos de negocio. Por supuesto, al igual que en tantas otras regiones, todos esos cambios impactan con fuerza en la sociedad argentina obligando a las empresas a un ejercicio permanente de innovación y actualización, imprescindibles para poder mantener sus posiciones relativas o intentar alcanzar nuevos mercados internos o externos.

Para completar esta breve contextualización, es necesario señalar que el gobierno que asumió sus funciones a fines de 2015 puso en marcha un conjunto de medidas económicas que ha producido, en muy poco tiempo, cambios importantes sobre el conjunto de la sociedad en general y que, en consecuencia, también impactaron sobre la actividad de las industrias culturales. Fundamentalmente, hubo importantes cambios en las tarifas de los servicios públicos, las cuales tuvieron un aumento muy superior a la inflación. Aumentaron los costos

1. El Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales (INCAA) y el Instituto Nacional de la Música (INAMU) son entes públicos no estatales, creados por Ley de la Nación, que funcionan en la órbita del Ministerio de Cultura.

del transporte, la energía y el agua corriente; aumentó la valoración fiscal de los inmuebles, lo que se tradujo en un fuerte aumento de las tasas respectivas; se devaluó la moneda y se produjo una mayor apertura de las importaciones. Al mismo tiempo, la inflación cerró 2016 en un 41 %, 2017 en el 24.8 % y en la actualidad parece mantenerse en valores similares al año pasado.

La producción y el consumo de cine, libros y música se vieron fuertemente afectados por esta nueva situación y, para hacer frente o al menos intentar mitigar sus efectos, cada sector fue elaborando distintas estrategias y acciones, comenzando por emprender ante el Estado negociaciones tendentes a asegurar la continuidad de sus actividades. Es poco el tiempo transcurrido como para poder evaluar los resultados. De momento, se puede decir que el futuro de la industria cultural presenta un alto grado de incertidumbre. Teniendo en cuenta esto último, y la anterior descripción, se estudiará con profundidad, a continuación, el análisis particular de cada subsector.

II. La industria del cine

La primera película argentina se exhibió en una sala en 1909,² el cine sonoro nacional comenzó en 1933,³ época en la cual ya se producían en el país varias películas al año,⁴ y ya en la década de los años 40 había varias importantes empresas de producción cinematográfica –los “grandes estudios”– sólidamente instaladas que daban trabajo directamente a más de 1000 personas. Sus producciones eran muy apreciadas por el público, circulaban por América Latina y, aún hoy, los nombres de los principales actores y actrices de aquellas películas son recordados en varios países. Hay que señalar que, de todas maneras, las películas argentinas nunca llegaron a amenazar la posición hegemónica de la cinematografía norteamericana, la cual, ya en aquellos años, ocupaba alrededor del 90 % de las pantallas de la región.

En 1936 comenzó a funcionar la primera oficina estatal para regular la actividad cinematográfica⁵ (incluyendo particularmente la censura) y en 1968 el Congreso Nacional sancionó la Ley de Cine, que tuvo luego distintas actualizaciones y una profunda reforma en 2003. Aquella Ley creó el Instituto Nacional de Cinematografía, antecedente directo del actual Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales –INCAA–, organismo dedicado específicamente a la regulación y al fomento de la actividad cinematográfica. Vale señalar que, a lo largo de todo

2. “*La revolución de Mayo*” de Mario Gallo.

3. “*Los tres berretines*” de E.T. Susini y “*Tango*” de L. Moglia Barth.

4. 14 películas en 1935, 17 en 1936, 30 en 1937, 41 en 1938, 50 en 1939, 49 en 1940, 47 en 1941, 56 en 1942. Getino, O., 1998.

5. Kriger, C., 2010.

ese período, los apoyos públicos al sector cinematográfico primero, y posteriormente al audiovisual, pusieron siempre el acento en los estímulos a la producción dejando prácticamente fuera de su alcance a la distribución y a la exhibición. En los primeros años del siglo XXI, el INCAA comenzó a ofrecer apoyos a la distribución, así como a la difusión de los estrenos de las películas que contaban con su financiación. En 2004 comenzó a funcionar un programa para estimular la demanda de películas argentinas mediante la apertura de una red de salas públicas de exhibición situadas en su gran mayoría fuera de la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores. Según el último informe del INCAA, dicha red, llamada Espacios INCAA, cuenta actualmente con setenta y nueve salas distribuidas en el país que programan, principalmente, cine de producción nacional. Otra forma de fortalecer la presencia de películas nacionales en las salas ha sido la implementación de cuotas de pantalla y medias de continuidad puestas en marcha por este Instituto.

Más de sesenta años de apoyo estatal continuo a la producción han sido la garantía de sustento de la industria cinematográfica y audiovisual en general. Gracias a estos apoyos, la industria audiovisual argentina sigue siendo hoy una de las más fuertes de la región con una producción anual en 2017 de casi doscientas películas, a las que se suman otros productos audiovisuales (telenovelas, series televisivas, documentales, cortometrajes...). La siguiente tabla muestra la producción de películas nacionales en los últimos tres años y la proporción de espectadores que estas han conseguido en el mercado.

FIG. 1. *MERCADO CINEMATOGRAFICO ARGENTINO ENTRE 2015 Y 2017.*

AÑO	PELÍCULAS EXHIBIDAS	PRODUCCIÓN NACIONAL	TOTAL ENTRADAS VENDIDAS	ENTRADAS A PELÍCULAS NACIONALES	ESPECTADORES DE CINE ARGENTINO/TOTAL
2015	429	185	52.224.339	7.567.961	14,5 %
2016	445	199	50.893.560	7.326.840	14,4 %
2017	511	187	47.450.145	6.209.316	13,08 %

Fuente: INCAA.

Según el INCAA, la producción nacional de largometrajes la llevan a cabo actualmente 194 empresas, a las que acompañan 109 distribuidores y 242 exhibidores⁶. En el mismo informe, se señala que en 2016 cuatro empresas concentraron con sus respectivas producciones el 53.67 % del total de espectadores que vieron películas nacionales en salas. Refiriéndose a esta situación, el Sistema de Información Cultura de Argentina (SInCA) en su informe del mismo año indica que “el estreno argentino más visto alcanza casi un tercio del total de espectadores de películas nacionales, y los tres films argentinos más vistos reúnen la mitad de los espectadores de películas nacionales. Esta concentración se convierte en una constante o patrón en el consumo de la producción cinematográfica nacional, donde una película reúne cerca de una tercera parte de los espectadores totales de cine nacional y la película que le sigue, convoca al 10 % de espectadores de cine argentino”. En cuanto a la media de entradas por habitante fue de 1.17 en todo el país. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires obtuvo la mayor proporción por residente, 3.59 y le sigue Tierra del Fuego (156 509 hab.), en donde se registró prácticamente la mitad, aproximadamente 1.78 tickets por cada habitante. Un dato que muestra el grado de concentración de la exhibición es que en diecisiete de las veintitrés provincias se vende menos de una entrada por año por habitante⁷.

La revolución tecnológica, asociada a las telecomunicaciones, ha producido profundos cambios en la mayoría de los sectores productivos, y ha impactado también sobre las industrias culturales produciendo modificaciones importantes en sus modelos de negocio. En el sector cinematográfico, uno de los cambios más relevantes es la creación de nuevas ventanas de exhibición para las películas, que se suman a la tradicional en salas. La irrupción de plataformas como Netflix, la exhibición al público en aviones y hoteles, la venta en distintos soportes físicos o técnicos, etc. generan derechos de explotación que se comercializan por territorio, por lenguaje y por tiempo aumentando las posibilidades de recuperar la inversión y obtener rédito económico.⁸

Entre esas ventanas, para las películas argentinas resulta relevante el desarrollo de la plataforma de video a demanda Cine.Ar Play, desarrollada por el INCAA y la empresa argentina ARSAT. Según los datos del Informe INCAA, ya mencionado, esta plataforma alcanzó en 2017 los 800 000 usuarios en total, quienes realizaron un total de 4 513 093 visualizaciones. También, las películas exhibidas en 3D han atraído la preferencia de los espectadores, ya que pese a representar solo el 9.4 % del total de estrenos, concentraron el 25 % e espectadores y el 28 % de la recaudación total en 2016.

A pesar de los cambios en el modelo de negocio y de las nuevas ventanas de exhibición, las salas cinematográficas siguen siendo hoy uno de los principales puntos

6. Informe INCAA 2016.

7. Informe INCAA 2016.

8. Getino y Schargorodsky, 2008.

de venta y llegada al público de películas (aunque buena parte de su rentabilidad está ahora asociada a la venta de alimentos dentro de las salas). En los años 70 del siglo XX había en el país más de 1800 salas de exhibición cinematográfica, una década más tarde, ese número había disminuido a 1000, de las cuales quedaban menos de 500 a principios de la década siguiente, y ya en 1993 quedaban solamente 350 salas en todo el país. En la actualidad hay 302 salas que cuentan con 933 pantallas.⁹ En cuanto a su distribución en el territorio, hay una fuerte concentración geográfica que se refleja también en el número de entradas vendidas, como se ve en la tabla siguiente que muestra la situación en el año 2016.

CONCENTRACIÓN DEL CONSUMO CINEMATográfico

PROVINCIA/ CIUDAD/REGIÓN	POBLACIÓN	CANTIDAD DE PANTALLAS	ENTRADAS VENDIDAS	% DEL TOTAL PAÍS
Área urbana bonaerense	11.115.150	206	15093.316	29,90
Ciudad de Buenos Aires	3059.122	159	10.986.472	21,77
Resto Prov. Buenos Aires	5.544.850	134	5.409.927	10,72
Prov. Córdoba	3.606.540	104	4.129.742	8,18
Prov. Santa Fe	3.425.656	78	4.114.759	8,15
Prov. Mendoza	1.907.045	45	2.112.185	4,18
Prov. Tucumán	1.613.476	23	1005.937	1,99
Prov. Salta	1.351.878	21	1086.687	2,15
Prov. Corrientes	1080.655	18	602.368	1,19
Prov. San Juan	747.488	18	561.203	1,11

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe INCAA 2016.

Entre la ciudad de Buenos Aires y los municipios que la rodean (área urbana bonaerense) reúnen casi el 40 % de las pantallas del país, y en ese territorio se vende el 51.67 % de las entradas. Si se considera el resto del país, las otras ocho provincias que siguen en la tabla reúnen un 47 % de las pantallas y concentran un 37.67 de las entradas vendidas. Dado que en el país hay veintitrés provincias, en el conjunto de las quince que no figuran en la tabla se concentra el 13 % de las pantallas restantes y se venden el 10 % de las entradas. Esto equivale a decir que hay un importante número de ciudades y pueblos que no cuentan con salas de cine. A modo de ejemplo, hay provincias donde solo se puede ver cine en la ciudad capital.

También la propiedad de las salas muestra un importante grado de concentración. Según un informe de la Embajada de España en Buenos Aires,¹⁰ en 2014

9. Informe INCAA, 2016.

10. ICEX, 2015.

las cuatro grandes cadenas extranjeras con capital norteamericano y australiano, Hoyts, Village, Cinemark y Showcase (National Amusement Inc.-NAI), contaban con el 37 % de las pantallas del país y aglutinaban el 59 % de los espectadores. En cuanto a las cadenas de salas nacionales, el mismo informe indica que los circuitos de capital nacional, se reparten el resto, el 63 % de pantallas y el 41 % de los espectadores. Las cadenas más importantes y que cuentan con mayor cobertura nacional son Riocin, Cinema Center y Sunstar. Las tres operan solo en el interior del país. También señala el mismo informe que “la programación de una parte importante de los circuitos nacionales está a cargo de una única empresa de servicios, Lumière Films, que cuenta con más de 200 pantallas y con alrededor de sesenta clientes que constituyen, aproximadamente, el 32 % del mercado local”.

En cuanto al comercio exterior de las películas, en el marco de una balanza comercial históricamente deficitaria, el reconocido prestigio y, seguramente, los premios obtenidos, han permitido y permiten la exhibición de películas argentinas en salas fuera de las fronteras del país, aunque el número de espectadores para esta ventana de exhibición parecería situarse debajo del potencial esperado o, dicho de otra forma, la explotación de películas nacionales en salas del exterior podría tener un amplio espacio de desarrollo.

En la actualidad, los principales mercados donde se exhiben películas argentinas son España, Francia, Colombia, Italia, Brasil, Chile y México. La siguiente tabla muestra los datos del año 2016.

ESPECTADORES DE CINE ARGENTINO EN EL EXTERIOR DEL PAÍS

País	Cant. de espectadores	Participación sobre el total en %
España	1.751.978	1,7
Francia	666.196	0,3
Colombia	581.616	0,9
Italia	489.9090	0,4
Brasil	368.191	0,2
Chile	263.863	1,0
México	227.791	0,1

Fuente: INCAA, Informe 2016.

En el ámbito de la industria cinematográfica, funcionan distintas instituciones que defienden los intereses de empresarios, técnicos, trabajadores y artistas. Algunas nacieron en la época de oro del cine, otras comenzaron su actividad años después y algunas son muy recientes. Entre las más representativas, están la Asociación Argentina de Actores que, como su nombre indica, representa a los artistas y fue fundada en 1919; la Federación Argentina de Exhibidores Cinematográficos, que agrupa a los exhibidores de capital nacional; el Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina, que agrupa a los trabajadores y técnicos del sector; la Cámara

Argentina de la Industria Cinematográfica- que reúne a las empresas productoras-, la Cámara Argentina de Exhibidores Multipantalla, que reúne a las grandes exhibidoras multinacionales y Directores Argentinos Asociados que representa a los directores de películas. Como se ve, se trata de una industria donde los intereses sindicales y empresariales están sólidamente representados.

Por último, sobre la formación artística y técnica de los trabajadores de este sector, se puede decir que existe una importante oferta de carreras terciarias y universitarias para formar técnicos de distintas especialidades y también directores de cine. Además, hay numerosos cursos dictados por los sindicatos y las cámaras mencionadas. Para hacernos una idea aproximada de dicha oferta, ya en 2006 un censo realizado por el INCAA señalaba que en el país había más de 40 ofertas de nivel universitario vinculadas con la actividad cinematográfica, y solamente en la ciudad de Buenos Aires había más de 5000 estudiantes de carreras vinculadas al cine.

III. La industria editorial

La industria editorial argentina, en lo que se refiere a libros, tiene unos orígenes que se remontan al s. XIX, y una época de oro entre los años 40 y 60 del siglo XX cuando, además de cubrir la demanda nacional, dominaba los mercados en los países de habla castellana en América Latina.¹¹ Una variedad de factores, entre los cuales los de mayor peso fueron las dictaduras cívico-militares, los prolongados períodos de inestabilidad política y la falta de continuidad de las acciones del Estado que, sumados a políticas públicas sectoriales erráticas, o en ocasiones directamente inexistentes, hicieron que a partir de la década de los años 70 la industria editorial no pudiera seguir conservando aquella situación, lo que le hizo perder su liderazgo frente a la pujanza de la industria española.

Sin embargo, aunque no recuperó nunca las posiciones perdidas, después de la gran crisis que sufrió el país en 2001-2002, la industria editorial vivió un período de crecimiento, suave pero constante, aunque tampoco exento de problemas, que duró más de una década. Este crecimiento se puede explicar, además de por las condiciones sociales y económicas por las que transitó el país, gracias a la modernización industrial que incorporó nuevas tecnologías en materia de producción de libros. Entre los principales problemas de ese período, podemos señalar como los más relevantes el permanente déficit de la balanza comercial y la profundización de los procesos de concentración y transnacionalización a lo largo de toda la cadena de valor.

11. Entre 1936 y 1939 la producción editorial fue de veintidós millones de libros y ascendió a 250 millones entre 1940 y 1949. Esa producción se elevó entre 1950 y 1959 a 283 millones, para descender a 238 millones en la década siguiente, entre 1960 y 1969. El pico más alto en esta etapa fue en 1953 con un total de casi 51 millones de ejemplares y una tirada promedio de once mil ejemplares. (Getino, O. 1995).

A partir de 2015, la tendencia positiva cambia de signo y los datos muestran una disminución tanto a nivel de la producción (cantidad de nuevos títulos y ejemplares impresos) como de consumo (cantidad de ejemplares vendidos). Además de las medidas económicas ya mencionadas, otras causas de este cambio de tendencia se encuentran en el tratamiento fiscal a la impresión nacional (el libro no tributa IVA cuando es vendido al consumidor final, pero las empresas editoriales y gráficas al adquirir los bienes o servicios necesarios para producirlos, deben pagarlo y, en consecuencia, incluirlo en sus costos), los cambios en las condiciones de importación (se eliminan certificaciones y declaraciones anticipadas) y la disminución de las compras públicas. La retracción general del consumo, producto de la pérdida del poder adquisitivo de los salarios, que se negocian a la baja en la gran mayoría de los acuerdos paritarios, provocó también una disminución en la demanda de libros. Según el SInCA,¹² el aporte al valor agregado del sector cultural por parte de la industria editorial en 2016 se mantiene prácticamente igual al de diez años atrás, después de haber tenido un pico de crecimiento en 2012-2013.

En cuanto a las normas que regulan la actividad, la llamada Ley de Fomento del libro y la lectura fue aprobada por el Congreso Nacional en 2001, poco antes de que se desencadenara la gran crisis y, seguidamente, fue parcialmente vetada por el Poder Ejecutivo en cuanto a sus aspectos impositivos. Del mismo año es la ley que fija un precio uniforme de venta al público en todo el país.¹³ Hay también varias provincias y municipios que liberan a la actividad editorial del pago de determinados tributos. Por ejemplo, en la Ciudad de Buenos Aires, la producción y comercialización de libros están en una situación especial respecto al pago del impuesto a los ingresos brutos. Además, la legislación argentina protege el derecho de los autores¹⁴ y se ajusta a los convenios internacionales en la materia. En 2017 se reglamentó un régimen simplificado para la exportación de libros (Exporta Fácil) que era una antigua demanda de la industria. Como se ve, desde el punto de vista de las políticas públicas, hay un importante *corpus* normativo pero, a diferencia de lo que sucede con la industria cinematográfica y la de la música, el sector editorial no tiene un instituto de fomento propio, lo que no impide que el Estado estimule la participación de editoriales locales en distintas ferias internacionales. Ello ha facilitado, con distintas líneas de subsidio (por ejemplo a la traducción y la edición), las principales líneas de fomento sectorial.

Los datos sobre la evolución del sector editorial se generan a partir de las declaraciones juradas de ISBN (*International Standard Book Number*), los cuales son procesados en Argentina por dos instituciones del propio sector, que son la Cámara Argentina del Libro (CAL) y la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP). Asimismo, el Observatorio de Industrias Creativas (OIC), el Centro Universitario de

12. Sistema de Información Cultural de la Argentina / Año 8 Nro. 15 – Otoño 2016.

13. N°25.446 y N°25.542, disponibles en www.infoleg.gob.ar

14. La Ley de Propiedad Intelectual N°11es de 1933.

la Industrias Culturales Argentinas (CUICA) y el Sistema de Información Cultural de Argentina (SInCA)¹⁵ realizan análisis y proveen estudios sobre este sector. Los datos utilizados en este artículo provienen de todas estas instituciones.

En cuanto a la producción de libros, durante 2016 la cantidad de ejemplares de libros impresos se contrajo fuertemente por segundo año consecutivo registrando una caída interanual del 25 % y las ventas disminuyeron también en un porcentaje equivalente. Además, la media de ejemplares por título entre 2015 y 2016 disminuyó un 21 %, pasando de 2860 a 2260. Este descenso podría cobrar relevancia en relación a la encuesta 2013 del CERLALC¹⁶ donde se señala que Argentina en 2012 era el tercer país latinoamericano con mayor cantidad de títulos editados, detrás de Brasil y México.

PRODUCCIÓN DE LIBROS DEL SECTOR EDITORIAL COMERCIAL (SEC)¹⁷

AÑO	CANTIDAD DE EMPRESAS	NOVEDADES SEC en 2012	EJEMPLARES IMPRESOS	% SOBRE TOTAL DE IMPRESIONES
2015	341	9.933	27,69 millones	33,2
2016	280	8.525	19,45 millones	31,1

Fuente: CAL, 2016.

Del total de novedades en 2016, el 88 % son originales, el 6 % traducciones –del inglés (58 %) y del francés (17 %)–, el 5 % son compilaciones y el 1 % adaptaciones. En cuanto a la proporción de producción de ejemplares en 2015-16, según las distintas fuentes, oscila entre el 80 y el 83 % en formato papel y el 17-20 % digital. Respecto a la producción digital, hay que señalar que 8 de cada 10 libros son de versiones ya editadas en papel, lo cual sugiere que las editoriales se encuentran en una etapa de digitalización de su catálogo, al tiempo que las nuevas obras son lanzadas en ambos formatos (electrónico y papel).

En el sector editorial, el proceso de concentración en pocas empresas comenzó a mediados de los años noventa y se fue profundizando con el correr del tiempo. En la actualidad, si bien coexisten grandes empresas con otras muy pequeñas, la concentración en los distintos eslabones de la cadena de valor es muy elevada. Un informe de 2015 de la CAP señalaba que en el país había 230 sellos editoriales

15. CUICA <http://cuica.undav.edu.ar/>, y SInCA <https://www.sinca.gob.ar/>

16. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe.

17. Para la CAL, el sector editorial comercial (SEC) está constituido por las razones sociales (personas jurídicas) cuya actividad principal es la edición de libros, y la distribución la realizan a través de canales tradicionales (librerías, venta directa, venta a crédito o distribuidoras). La CAP utiliza parámetros similares para este segmento de editoriales, pero, las denomina Editoriales Comercialmente Activas (ECA). Los números de ambas difieren levemente.

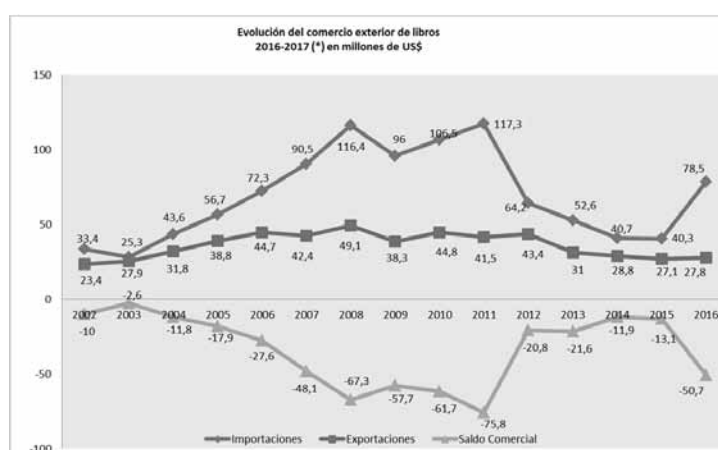
activos. De ellos el 10 % pertenece a grandes grupos trasnacionales que editan más de la mitad de los títulos publicados, mientras que el 90 % restante se divide entre pequeñas y medianas empresas.

Junto al proceso de concentración empresarial, en los últimos años apareció una importante cantidad de nuevos sellos editoriales independientes que, ayudados por la revolución tecnológica, le van dando un nuevo dinamismo al sector aunque sean emprendimientos de tamaño pequeño. Un ejemplo de lo que provoca este sector emergente es el crecimiento de la FED (Feria de Editores), que en 2017 tuvo su sexta edición con la participación de más de 140 sellos editoriales independientes procedentes de Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Uruguay y Venezuela.

También desde la perspectiva geográfica hay una muy fuerte concentración de la industria editorial en la ciudad de Buenos Aires y la provincia homónima (donde la mayor parte de su producción está en el área urbana que rodea a la ciudad de Buenos Aires). Allí está instalado el 77 % de la misma, es decir que casi ocho de cada diez libros se realizan en esta región. En el resto del país, solamente, tres provincias –Córdoba (6 %), San Juan (4 %) y Santa Fe (3 %) aportan contribuciones superiores al 1 % de la producción.¹⁸

Las ventas de libros se realizan en su gran mayoría (78 %) a través de librerías, que son el canal tradicional, un 5 % de las ventas se producen en supermercados y kioscos, otro 5 % a través de sistemas de venta directa (incluidas ferias del libro), un 11 % en puntos de venta no tradicionales, y solo un 1 % a través de internet (básicamente, librerías virtuales y plataformas digitales). En total, hay en el país unos 2200 puntos de venta y, según el World Cities Culture Forum, Buenos Aires es la ciudad del mundo con mayor proporción de librerías por cada 100 000 habitantes.¹⁹

En cuanto a la balanza comercial, esta es históricamente deficitaria, como puede apreciarse en el siguiente gráfico que muestra su evolución a lo largo del siglo XXI.



18. Fuente: CAL, 2016.

19. WCCF Informe 2015.

Puede observarse que, mientras las exportaciones decaen a lo largo de la segunda década del siglo de forma prácticamente constante, las importaciones bajan desde 2011 hasta 2015, experimentando una fuerte recuperación en 2016 y manteniendo esa tendencia en 2017. Uno de los principales factores del crecimiento de las importaciones de libros en los dos últimos años ha sido la apertura de las importaciones promovida por el Ministerio de la Producción, que eliminó la certificación de plomo utilizada en tintas, así como las declaraciones anticipadas. Un efecto que ha conllevado esa decisión es que en el primer semestre de 2017 se importaron libros por una cantidad de 51.9 millones de dólares, es decir más del doble que en el mismo período de 2015.

Al mismo tiempo, los servicios de producción gráfica en el extranjero también aumentaron y se estima que, actualmente, el 11 % de la producción de libros de editoriales argentinas se produce en China. Así, según un informe de FAIGA,²⁰ “en 2011 la industria gráfica local participaba en la fabricación de libros con el 38.7 %. En 2015 pasó a participar con el 80.1 %, lográndose sustituir importaciones por más de 53.3 millones de dólares”. Además, como señala Sticotti (2017), “con la apertura de las importaciones promovida por el Ministerio de la Producción, el primer semestre de 2017 registró 51.9 millones de dólares en importación de libros, frente a 21.7 millones del primer semestre de 2015. Es decir, un 140 % de aumento en dos años”. Frente a ello, Argentina percibe cerca de 6.5 millones de dólares por libros impresos en el país, pero de origen extranjero (ejemplares con ISBN de otros países).

La formación específica a nivel universitario para trabajar en el sector editorial es bastante reciente. Su oferta es limitada y se concentra en Buenos Aires. Hay, además, diversos cursos de actualización profesional organizados por las organizaciones sindicales y empresarias mencionadas. En cuanto a los puestos de trabajo concretos, la poca información disponible da cuenta de que las grandes empresas que emplean a más de cien personas cada una, aunque son muy pocas (2.4 % del total) son responsables del 42 % del empleo, mientras que las más pequeñas, con menos de diez trabajadores, aportan el 11 % del empleo. Para la ciudad de Buenos Aires, el informe del OIC de 2015 registraba casi 6000 trabajadores en el sector editorial y 20 000 en el de la impresión.

IV. La industria de la música

Las encuestas muestran que, en Argentina, la escucha de música (en vivo y grabada) ocupa uno de los primeros lugares dentro del ámbito de consumo cultural, igualando casi a los niveles de la televisión. En el total del mercado la música grabada representa un 23 % (incluidos los derechos de comunicación al público)

20. Federación Argentina de la Industria Gráfica.

frente al 77 % que representa la música en vivo. El país también lidera el consumo regional de música grabada.²¹ La industria discográfica argentina tiene casi 100 años de existencia, aunque en los últimos, en sintonía con lo que sucede en el mundo, registra un descenso constante en la producción y venta en soportes físicos, en oposición, se asiste a un aumento exponencial del consumo musical vía *streaming*, es decir, la reproducción *on line* sin descarga.

Apenas comenzado el siglo XX, ya se vendían discos con “música criolla” en los comercios de las principales ciudades argentinas y, veinte años después, comenzó la fabricación local: Víctor y Nacional Odeón fueron las dos primeras empresas. Durante muchos años el mercado fonográfico no paró de crecer, alcanzando su cénit a finales de los años 90 con 23,4 millones de unidades para el conjunto de los soportes, récord que la crisis 2001-2002 hizo disminuir a 5.8 millones. Según el Informe OIC²² de 2011, había en ese momento en la ciudad de Buenos Aires 134 empresas editoras y sellos discográficos y 206 tiendas de discos. Ese número, en la actualidad, seguramente ha disminuido como resultado de la crisis y del cambio tecnológico.

En 2016, por primera vez, las grabaciones digitales superaron a la de los soportes físicos (en consonancia con lo registrado a nivel global y un año más tarde que en la región), alcanzando el mercado argentino un valor de ventas de USD 145 millones, lo que representó un crecimiento del 13 % respecto al 2015. Con estas cifras, Argentina lideró el consumo regional para estos dos años. Según IFPI²³, en el mundo, Argentina ocupa el puesto 20 en tamaño de mercado, el 21 en cuanto a las ventas físicas y el 28 respecto al mercado digital.

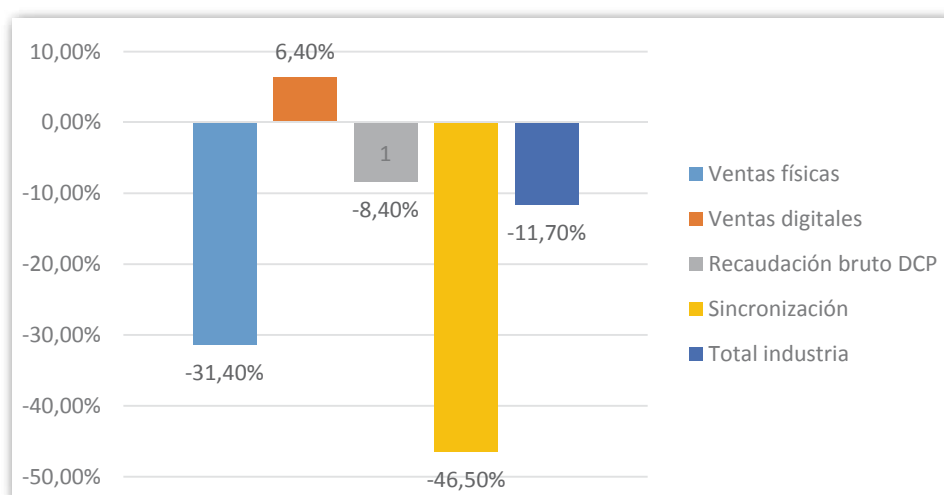
El siguiente gráfico muestra cómo han evolucionado entre 2015 y 2016 los distintos segmentos que componen el mercado de la música grabada. Se observa que, salvo las ventas digitales, hay un descenso en todos los demás, siendo el más pronunciado el de Sincronización, es decir, el uso de registros de sonidos en publicidades, películas o programas de TV.

21. SInCA, Encuesta 2013 e informe de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica.

22. Observatorio de Industrias Culturales GCBA.

23. IFPI, Global Music Report 2017.

**EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE LA MÚSICA GRABADA.
POR TIPO DE VENTA (AÑOS 2015-2016)**



Fuente: CAPIF.

En enero de 2013 se promulgó la Ley Nacional de la Música, creada por el Instituto Nacional de la Música (INAMU) bajo la figura jurídica no estatal, con el objetivo de fomentar, apoyar, conservar y difundir la actividad musical en el país, incluyendo como parte de los beneficios la música grabada. A excepción de esta norma, y de las leyes y decretos que regulan la propiedad intelectual, la industria fonográfica argentina no tiene otra normativa específica que regule su labor, aunque, por supuesto, le afectan aquellas que rigen a los sectores productivos en general. Sin embargo, a diferencia de lo que ocurre con los otros dos sectores de las industrias culturales que hemos analizado, la música grabada tributa una parte alícuota del 21 % como Impuesto al Valor Agregado (IVA), mientras que la venta de libros está exenta y el cine tributa el 10.5 %.

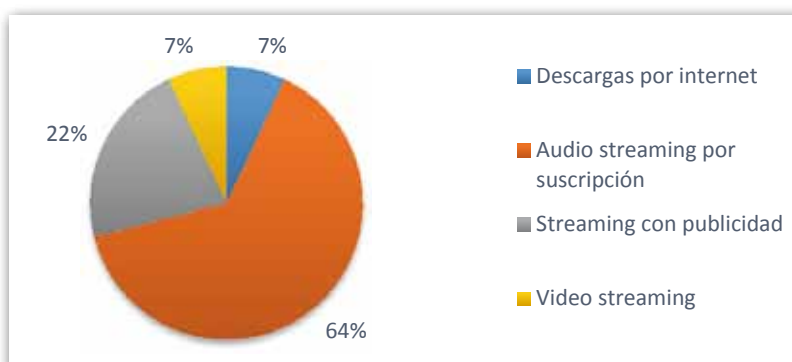
El mercado discográfico argentino está fuertemente dominado por cuatro compañías multinacionales (Universal, Sony-BMG, EMI y Warner Music) con una concentración que alcanzaba ya en 2004 un 82.6 % del mercado, según el anuario de la IFPI de ese mismo año. El grado de concentración del mercado en manos de compañías de capital extranjero es el más alto de Latinoamérica después de Chile (90.9 %) y está por encima de la media mundial (74.7 %). El 17.4 % restante del mercado argentino está en manos de sellos independientes.

En lo que se refiere al soporte físico, la ciudad de Buenos Aires concentra casi la totalidad de la actividad discográfica a nivel nacional pues es el único *cluster* discográfico. Concentra a las filiales de las cuatro compañías discográficas multinacionales, a más de setenta sellos independientes y, fundamentalmente, a los artistas y técnicos.

Sobre el volumen del consumo, CAPIF²⁴ estima que en 2016 las ventas en el país alcanzaron a casi 50 millones de dólares, y que el 56 % de las compras legales de fonogramas se concentró en esta ciudad y el Gran Buenos Aires. Cabe señalar que, en medio de un panorama de retracción del soporte físico, apareció en los últimos años un nicho inesperado que es el del vinilo. También según CAPIF, el vinilo representa en valores el 14 % del mercado de la música grabada y, en unidades, el 2.4 %.

Los formatos digitales están experimentando una etapa de crecimiento exponencial, mientras que las ventas físicas cayeron un 31 % en 2016 respecto al año anterior y, en los últimos años, su mercado se ha reducido a la mitad. Aun así, el peso del sector digital en Argentina todavía se encuentra muy por debajo del global (un 40 % frente al 50 % en el mundo). El formato dominante es el *streaming* que, en su versión de suscripción de pago, obtiene casi el 90 % del mercado habiendo aumentado sus ingresos un 1400 % entre 2012 y 2016. Con Spotify a la cabeza, seguido por Google Play, Deezer, iTunes y YouTube, en el país ofrecen ese servicio 13 compañías (las mencionadas y Apple Music, Microsoft Music Store, Napster, Cienradios, Groove Music Pass, Movistar, Personal, Claro Música, MTV, Dailymotion, Larala, y Muzu).²⁵ Hay que señalar que el crecimiento de lo digital produce una fuerte sinergia asociándolo con el espectáculo musical en vivo, ya que los artistas utilizan la exposición en sitios y redes para promocionar y difundir sus presentaciones.

COMPOSICIÓN DEL MERCADO DE LA MÚSICA DIGITAL (AÑO 2016)



Fuente: CAPIF.

Los géneros musicales preferidos varían según la ubicación geográfica y el estrato social de los consumidores. La música folklórica, una de las de mayor exposición en el país (59.7 %) tiene su núcleo impulsor en el interior, especialmente entre los

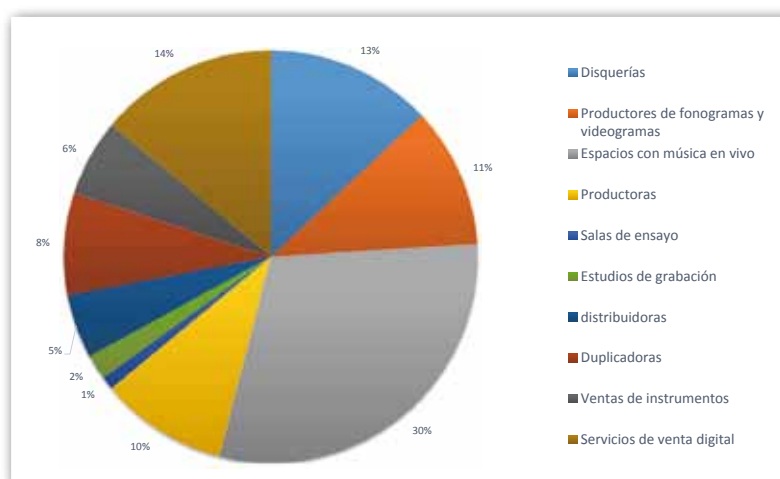
24. Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas, que nuclea a la mayoría de las empresas discográficas.

25. Fuente: Global Music Report 2016.

hombres de clase baja y de mayor edad. En el interior son también muy escuchados el género tropical, también llamado cumbia (50 %) y el cuarteto cordobés (44.8 %). También es muy escuchado el rock, con un 57 % de los argentinos, sobre todo menores de 34 años de clase media y alta, sin importar su lugar de residencia. En las grandes ciudades se imponen el pop (41.1 %), la salsa (29.5 %), la música clásica (22.6 %), la música disco (23.8 %), el jazz/blues (20.5 %) y la música tecno (17.2 %), mientras que el tango presenta un nivel de exposición del 35.9 %.²⁶

En cuanto al empleo, la información disponible comprende al sector de la música en un sentido más amplio que solamente el de las grabaciones físicas o digitales. El siguiente gráfico muestra cómo se distribuye el empleo en la ciudad de Buenos Aires según las distintas actividades.

GENERACIÓN DE EMPLEO EN EL SECTOR DE LA MÚSICA (CABA, 2015)



Fuente: CAPIF.

Vinculado al punto anterior, el sistema de educación superior no tiene oferta de formación específica para el sector, por lo cual los conocimientos y la idoneidad profesional se adquieren durante el propio ejercicio de la tarea. Es por eso que personas con formación administrativa, contable, jurídica o de gestión, generalmente con sensibilidad hacia la música u otros lenguajes artísticos, trabajan o son requeridos para cubrir los puestos gerenciales en este sector.

Finalmente, y a modo de breve conclusión, se puede decir que para sumar a la capacidad existente todo el potencial productivo que tiene la industria cultural en

26 Fuente: CAPIF.

general, y los sectores considerados en particular en Argentina, es necesario fortalecer los espacios de trabajo conjunto entre el sector público y el sector privado, y abrir otros nuevos. Por ejemplo, incorporando en ellos a las universidades para poder, entre todos, construir políticas y planes estratégicos consensuados, con objetivos comunes a alcanzar sobre la base de una fuerte colaboración mutua. Las cuestiones de en juego son trascendentes y los actores institucionales involucrados son conscientes que se trata de abordar problemas complejos, que requerirán soluciones complejas para resolverlos. Será necesario invertir tiempo, desarrollar nuevas capacidades de gestión e incluso aportar capital. Resulta evidente que, si no fuera posible lograr esos espacios, las posibilidades de lograr un desarrollo sostenido y con un grado de autonomía razonable se verían considerablemente disminuidas.

V. Referencias bibliográficas

- BARNES C., BORELLO J. A., y PÉREZ LAHÍ A., *La producción cinematográfica en la Argentina: Datos, formas de organización y tipos de empresas*. Disponible en: http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/hindustria/hindustria_v8_n14_02.pdf
- CAÑARDO, M. (2017). *Fábricas de músicas. Comienzos de la industria discográfica en la argentina (1919-1930)*, Gourmet musical, Buenos Aires.
- CAPIF, *Libro blanco de la música grabada, 2017*, Buenos Aires. Disponible en www.aadi-capif.org.ar
- CERLALC, (2017). *El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica 2017*. Disponible en: www.cerlalc.org/wpcontent/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_El_libro_en_cifras_11_310817.pdf
- GETINO, O. (1995). *Las industrias culturales en Argentina*, Ed. Colihue, Buenos Aires.
- GETINO, O. (1998), *Cine Argentino. Entre lo posible y lo deseable*, Ed. Ciccus, Buenos Aires, p. 337.
- GETINO, O. Y SCHARGORODSKY, H. (2008). *El cine argentino en los mercados externos*, Facultad de Ciencias Económicas-UBA, Buenos Aires, p. 49.
- ICEX, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Buenos Aires. *El Mercado del cine en Argentina*, 2015. Disponible en: http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_argentina_noviembre_2015_icex.pdf
- IFPI, “*Global Music Report 2016 State of the Industry*”. Disponible en: <http://www.ifpi.org/news/IFPI-GLOBAL-MUSIC-REPORT-2016>
- KRIGER, C. (2010). Gestión estatal en el ámbito de la cinematografía argentina (1933-1943), Anuario del Centro de Estudios Históricos “Prof. Carlos S. A. Segreti” Córdoba (Argentina), año 10, n° 10, 2010, pp. 261-281
- LUCHETTI, K. (2007), *Estructuración de la producción y organización empresarial en la industria fonográfica*, Tesina de grado, Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Sociales Carrera de Ciencias de la Comunicación. Disponible en http://derechoaleer.org/media/files/doc-datos_ind_cult/Tesina-El_surgimiento_de_asociaciones_de_productores_fonograficos_independientes.pdf

- PALMEIRO, C. (2005), *La industria del disco*, Investigaciones OIC, Buenos Aires. Disponible en <https://mediaandentertainmentobservatory.files.wordpress.com/2009/11/la-industria-del-disco-economia-de-las-pymes-de-la-industria-discografica-en-la-ciudad-de-buenos-aires.pdf>
- PWC. *Medios y Entretenimiento en Argentina, Perspectivas 2011-2021*. Disponible en <https://www.pwc.com.ar/es/publicaciones/medios-y-entretenimiento-en-argentina.html>
- SINCA (2017), “*Coyuntura Cultural N°16, año 9*”, Ministerio de cultura de la Nación, Buenos Aires.
- STICOTTI, N. (2017), *La industria editorial argentina entre 2014 y 2017*, en CUICA, Informe N°1, disponible en <http://dha.undav.edu.ar/wp-content/uploads/2017/11/Informe-CUICA-1.pdf>