

La dimensión social del proceso de comercialización de libros: acerca de lo poco que se lee para lo mucho que se ofrece.

RAVETTINO DESTEFANIS, Alejandra

IX Jornadas de Estudios Sociales de la Economía. "La dimensión social de los procesos y objetos económicos".

22 al 26 de septiembre de 2014. Centro de Estudios Sociales de la Economía del IDAES. Buenos Aires, Argentina

Eje 1: Estudios sociales de los mercados y los consumos

RAVETTINO DESTEFANIS, Alejandra

E-mail: a-rades@live.com.ar

Inscripción institucional: UCES-UBA

Título de la ponencia: La dimensión social del proceso de comercialización de libros: acerca de lo poco que se lee para lo mucho que se ofrece.

RESUMEN

El setenta por ciento del aproximado millón de nuevos títulos que cada año se publica en el mundo no consigue vender mil ejemplares por lanzamiento. Éste es el conocido fenómeno "demasiados libros" (Zaid 1996), que se cristaliza en el acortamiento del ciclo de vida del libro como producto. Sin embargo, de acuerdo con registros oficiales, la cantidad de lectores aficionados parece no acompañar la sobreoferta de títulos.

Evidentemente, el mercado del libro se beneficia con el incremento de los consumidores – como cualquier otro—. No obstante, un crecimiento genuino y sostenido de los índices de lectura y de consumo de libros depende de factores culturales, claramente estructurales, y por consiguiente, difíciles de modificar (Esteves 2007).

Esta ponencia propone pensar en las relaciones sociales de este mercado, considerando los espacios y las formas de intercambio, las significaciones socioculturales en torno al libro como "objeto simbólico" y las políticas comerciales que asume como "objeto económico". Entonces, reflexionar sobre su doble dimensión, sobre la histórica legitimidad social y la actual actividad editorial.

Acerca de cómo organizamos la exposición. Al inicio conceptualizamos a las industrias culturales, deteniéndonos en explicitar la dinámica del mercado del libro. Luego, revisamos los registros de producción y consumo nacional –sin descuidar los parámetros regionales—. Para ello, señalamos los cambios en la actividad editorial, sobre todo desde los noventa. Hacia el final proponemos una síntesis de contenidos y algunas preguntas que nos permitirán debatir conjuntamente.

Acerca de las industrias culturales

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el término "industria cultural" refiere a sectores que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos que son intangibles y culturales. Estos contenidos son típicamente protegidos con derechos de autor (COPYRIGHT) y pueden asumir la forma de bienes y servicios de tipo simbólicos.

Los principales rubros que componen este complejo cultural son

- el editorial, integrado por la *industria del libro* –núcleo temático de esta ponencia– y las publicaciones periódicas;
- el sonoro que reúne a la industria fonográfica y a la radio;
- y el audiovisual, del que participan los medios televisivos, la industria cinematográfica, los medios videográficos y la industria publicitaria.

Junto con ellos han aparecido más recientemente las producciones culturales vinculadas con el desarrollo de la informática y las telecomunicaciones, con Internet como nuevo gran medio y soporte para todo tipo de expresiones.

Desde su dimensión económica, las industrias culturales constituyen una fuente de creación de riqueza, empleo y desarrollo económico. Asimismo, su carácter de "bien cultural" –que en buena medida es el que les confiere valor económico– viene dado por su condición de instrumento de expresiones artísticas, conocimiento, información e ideas. Dentro de una comunidad, estos bienes tienen un alto valor simbólico en tanto expresión de aquellos valores y tradiciones que hacen a su propia identidad.

Por otra parte, la creación intelectual y la producción de intangibles de las industrias culturales tienen como materia prima a la *información*. Precisamente, un rasgo distintivo y común a todos los rubros del complejo cultural es la existencia de los *derechos de autor*. Dado que la principal materia prima utilizada por estos sectores es un bien intangible, la creación intelectual, estos derechos le brindan al autor la propiedad exclusiva sobre su creación y la posibilidad de explotarla comercialmente. Como contracara, la *piratería* aparece como fenómeno asociado a este tipo de bienes, como transgresión a la legislación que busca proteger esos derechos. Ella consiste justamente, en la edición de una obra o su reproducción con características similares a la original pero que no ha sido autorizada debidamente por su autor.¹

¹ La piratería editorial, en los últimos años, al convertirse en un negocio paralelo, ha sufrido un recrudecimiento. Se consideraban causas que daban origen a la piratería el alto costo de los libros y la falta de éstos en el mercado. Actualmente los "editores piratas" llegan a adelantarse al importador y al tomar conocimiento de un best seller proceden a piratearlo y lo venden antes de que la versión legal esté disponible. En ocasiones las ediciones piratas son exactamente iguales a las legales y cuesta identificarlas; hay casos en que las tapas reproducen la última edición, pero el interior corresponde a una edición

Por su parte, la cuestión política entra en juego en tanto se considere a estos bienes como bienes públicos. En otras palabras, dado que estos productos generan una utilidad que excede a la que obtiene el sujeto particular que lo consume, alcanzando al resto de la sociedad, los procesos de producción y de circulación comercial no pueden ser dejados a la exclusiva lógica del mercado, lo que determina la existencia de ciertas regulaciones por parte del Estado y la de políticas públicas de fomento.²

La industria del libro

Sobre el libro como objeto económico

Consecuente con lo recién dicho, Schapiro y Varian incluyen el libro dentro de la amplia denominación de "bienes de información"³. La información es onerosa de producir pero barata de reproducir, es decir, los costos fijos son altos y los marginales bajos: "el costo de producir el primer ejemplar de un bien de información puede ser considerable, pero el costo de producir o reproducir copias adicionales es insignificante, dicen estos economistas".

anterior que al no estar actualizada tiene menor número de páginas. En muchos de países de la región la venta se realiza en la calle –Perú, Chile, Colombia y Venezuela–; en otros se venden en las librerías ofrecidas al librero como si fuera un resto de edición a un precio menor. La proliferación de la piratería es tal que se han visto libros pirateados exportados, así de Colombia y de México se exportan a Centroamérica. El Grupo Interamericano de Editores, con la colaboración de CEDRO –Centro Español de Derechos Reprográficos– de España, ha encargado un estudio sobre piratería. La dificultad para obtener información puede indicar dos situaciones, un desconocimiento por parte de los editores o indiferencia. Además de las acciones jurídicas, que son muy dificultosas cuando el delito se comete en otro país, la solución más efectiva es vender a muy bajo precio para que el pirata no tenga margen y prefiera otro negocio. En la actualidad, parecería que solamente en Uruguay no se comercializan libros piratas. (Cabanelas 2001).

Por otra parte, la reprografía. La comercialización de libros o capítulos fotocopiados es algo frecuente en los países de la región. Según datos de la Cámara Argentina del Libro, la reprografía ilegal es una práctica habitual en el mundo universitario, supone una pérdida de entre 150 y 200 millones de dólares al año, equivalente, nada menos, que al 40% de la facturación total del mercado del libro en la Argentina. Esto significa que los autores dejan de percibir entre 15 y 20 millones de dólares anuales. En la actualidad, solamente Brasil y México tienen entidades recaudadoras de derechos reprográficos. Ecuador, Colombia y Argentina han creado las entidades, pero aún no han comenzado a funcionar.

² Es interesante señalar que, en la actualidad, el "pluralismo", entendido como la libre producción, circulación y difusión de las ideas –en la forma usual de "bienes culturales"– constituye uno de los elementos centrales por los que una sociedad se reconoce a sí misma y es reconocida por otras, como *democrática*.

³ Fundamentalmente entenderemos como tal cualquier cosa que pueda ser digitalizada –codificada como un conjunto de bits–. Para nuestro propósito, los libros, las bases de datos, las revistas, las películas, la música, los índices bursátiles y las páginas web, son ejemplos de bienes de información (Schapiro y Varian 1999).

La industria del libro, además de compartir con el resto de las esferas culturales los rasgos anteriormente mencionados, posee algunas características propias. En primer lugar, produce un bien que para ser consumido requiere como condición un público alfabetizado. Asimismo, si bien históricamente ha sido por antonomasia el vehículo de difusión e interacción de ideas entre diferentes espacios geográficos, en el mundo de hoy, su combinación de elementos idiomáticos e idiosincráticos le imprimen un carácter único, al tiempo que lo convierten en un producto de transabilidad acotada, que logra, en cierta medida, sortear los efectos de la globalización –que, en general, tiende a homogeneizar los usos y costumbres más allá de las fronteras nacionales–.

Desde el punto de vista comercial, lo que permite identificar a un libro como tal, distinguiéndolo de cualquier otro, es el ISBN (International Standard Book Number). Éste, que posee validez universal, consiste en un número formado por diez dígitos, que se descomponen en cuatro partes que identifican: el grupo lingüístico o geográfico que lo produce; el editor; el título y el dígito verificador (cifra de control).⁴

El libro es un producto que se ofrece al mercado en uno o varios formatos; es un bien que circula con un precio y que está sujeto a todas las variables del mercado de consumo (de Sagastizábal 2002). En este sentido, constituye un mercado heterogéneo que reconoce pautas de consumo, niveles de precio, lógicas de comercialización y promoción marcadamente distintas.

Asimismo, el libro como producto es una categoría tan amplia que designa por igual a contenidos de diversa naturaleza. Considerando su utilización es posible distinguir tres funciones básicas asociadas con el libro (Katz 2002):

- soporte de información
- medio de entretenimiento
- herramienta de conocimiento

El libro, como el resto de productos que integran las industriales culturales, se origina con la creación intelectual y la producción de intangibles, las cuales toman forma de producto

⁴ Por Ley 22.399/81, todo libro editado en la República Argentina debe llevar impreso este número. El ISBN se aplica a toda publicación unitaria impresa, no periódica, que se edite en su totalidad de una sola vez, o a intervalos en uno o varios volúmenes o fascículos, incluidas las publicaciones científicas, académicas o profesionales. Si bien el ISBN se asigna principalmente a libros –para los que se creó originariamente el sistema–, es utilizado, por extensión, para cualquier ítem producido por los editores, debiendo asignar números de ISBN a: Libros y folletos impresos no publicitarios (con un mínimo de 5 páginas). Libros en casetes. Materiales no librarios con textos, gráficos estadísticos, obras de referencia, etc. cuyo contenido sea información similar a la de los libros impresos. Publicaciones electrónicas como cintas, CD-ROM, etc. Publicaciones multimedia de venta en librerías. Películas y videos educativos, diapositivas escolares o transparencias. Publicaciones en microformas. Publicaciones en Braille. Mapas. Partituras musicales con texto.

cuando son aceptadas socialmente y adquieren carácter de *mercancía*, pasible de ser valorada por el mercado.

Aun cuando en la fase de industrialización de la cultura, en que surgen las denominadas industrias culturales, se pasa de los bienes únicos –como la pintura o el espectáculo vivo– a las obras múltiples –como los discos y los libros–, la creación persiste en la base del proceso productivo, y la originalidad, fundamento de la formación de valor en las obras únicas, no desaparece como fuente de valor.

Cambios en la actividad editorial

Durante los noventa, en América Latina, encontramos tres importantes procesos que transforman la estructura del mercado editorial y que convergen en su concentración. En primer lugar, la conclusión del proceso de concentración editorial en España, acelerado por el ingreso de un fuerte competidor como el grupo Bertlesmann, exigió a grandes sellos como Santillana, Planeta o Ediciones B a globalizarse para enfrentar la fuerte competencia en el sector. En segundo lugar, la expansión española se canalizó lógicamente hacia la región, donde los cambios de gestión en las tradicionales editoriales locales alentaron asimismo el ingreso de capitales provenientes de otras áreas al sector editorial. El tercer factor está constituido por las modificaciones en toda la cadena de comercialización introducidas por las grandes redes de librerías (Rama 2003:129). Este oscuro escenario –si se lo compara con el de la década del sesenta, y más aún con la del cuarenta, época de oro de la industria editorial en nuestro país–, tiene sus explicaciones en todo el proceso de concentración en el área de las industrias culturales que se produce en la Argentina en esta época.

Por otra parte, además de la concentración, el mercado argentino de industrias culturales atraviesa una fuerte extranjerización (Becerra, Hernández y Postolski 2003). Como resultado de este proceso se observa

- a) una alta concentración en casi todas las fases de los procesos productivos de las industrias culturales,
- b) la afluencia de capitales financieros, tendencia presente en casi todos los países, pero que en la Argentina a partir de los noventa se manifestó con una impronta inédita y
- c) la inserción de los principales actores transnacionales.

Específicamente, el sector editorial es el que mejor ejemplifica el proceso de desnacionalización –a la vez que de concentración– que se dio en el conjunto de la actividad cultural. A la salida de ese proceso, solo veinte editoriales dominaban el mercado y ninguna de ellas es de capital local, y sobre 1590 editoriales registradas, únicamente diez alcanzan el 45% de las ventas (Rama 2003). En términos estadísticos, y de acuerdo al completo informe del CEP (Centro de Estudios para la Producción 2005), si en los ochenta la industria editorial presentó los niveles más bajos de producción de ejemplares de los últimos cincuenta años, en

los noventa mostró un importante crecimiento editándose un promedio anual de alrededor 52 millones de libros. Según el citado informe, los libros presentan una demanda cuyo comportamiento es bastante sensible al ingreso, por lo que la producción y las ventas suelen caer más que la actividad económica general en épocas de crisis o de contracción del mercado interno –y aumentar más que la misma en los períodos de expansión–.

Así, en los primeros años de la década del noventa se produjo un importante incremento en la cantidad de libros editados –pasando de los 13 millones en 1991 a unos 48 millones en 1994–. Por su parte, la actividad, luego de registrar un crecimiento acumulado del 78% en esos años, empezó a declinar –situación que se mantuvo hasta después de la Crisis del Tequila–. En 1996 retomó la senda de crecimiento, pero ya hacia el fin de la convertibilidad, los efectos de la recesión se hicieron sentir y en 2001 el sector sufrió una caída superior al 20%. Pese a que entre los años 1999-2000 se produjo la mayor cantidad de libros, los mejores años para esa década resultaron ser 1997 y 1998 en donde el sector alcanzó un valor cercano a los 430 millones de pesos. Este aparente desfase se explica, según la Cámara Argentina del Libro, a que algunos medios masivos de comunicación –específicamente diarios de la Capital Federal y del interior del país– realizaron ediciones en grandes tiradas que fueron distribuidos a través de quioscos de diarios y revistas. Sin embargo, es justamente en los años transcurridos entre 1997 y 1998 que se termina de producir la concentración y extranjerización del mercado en nuestro país, y justamente la inyección de capital muchas veces representada por ese proceso también puede ser determinante.

En su interesante trabajo sobre la concentración y la polarización de la industria editorial, Malena Botto (2006) señala que la década presenta un crecimiento en términos estadísticos que no se corresponde con la efectiva edición y circulación de autores argentinos que, por el contrario, ve agudizada la crisis en la que cayera en los años setenta. Si los noventa estuvieron signados por precios altos y condiciones ventajosas para las empresas extranjeras que venían a desembarcar en el mercado interno, la recesión de 1998-2000 es interesante porque "la industria editorial no acompaña la caída en los niveles de productividad que se registra hacia el final del período. Paradójicamente, la mayor parte de las adquisiciones por capitales foráneos se realiza entre 1997 y 2000, es decir, en un momento en que en otras áreas los capitales proceden ya con cautela debido a los factores mencionados más arriba. Con todo, en estos últimos años de la década los conglomerados de empresas que desembarcan llegarán a controlar el 75% del mercado argentino (2006:212)". Este control se despliega, mayoritariamente, a través de la compra del paquete accionario de las antiguas empresas editoriales familiares.⁵

⁵ Mientras el Grupo Editorial Norma, de origen colombiano, compra los sellos Tesis y Kapelusz, el grupo Planeta, que tiene el 12,3% del mercado, compra a Emecé para alzarse con el 20%; del mismo modo la familia Rodríguez vende la mítica Editorial Sudamericana a Random House Mondadori, del grupo Bertelsmann, ahora competidor directo también del Grupo Prisa Santillana, dueño de los sellos Aguilar, Taurus, Alfaguara y Altea. Todo este

La dimensión social del proceso de comercialización de libros: acerca de lo poco que se lee para lo mucho que se ofrece.

RAVETTINO DESTEFANIS, Alejandra

Este proceder se complementa con la ya mencionada oligopolización de los canales de venta. Según datos aportados por Leandro de Sagastizábal (2005), diez cadenas –ciertamente heterogéneas entre sí– concentran el 50% de las compras editoriales en nuestro país.

La paulatina recuperación de la industria editorial y del comercio del libro en Argentina, a partir de 2002, tiene a las pequeñas editoriales como uno de sus principales actores, no en términos económicos pero sí en dinamismo y renovación. Este dinamismo, de dimensiones económicas limitadas, poco nos dice sobre las características del activismo cultural desplegado por estos emprendimientos. Lo que nos interesa destacar en primera instancia es que, antes que su característica de "editoriales de nicho" o de su supuesta "independencia" con respecto al capital financiero transnacional, lo destacable de estos emprendimientos es el uso de la creatividad como insumo para la generación de comunidades de lectura.⁶

La producción de libros en la actualidad

Contexto regional

De acuerdo con el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), en 2012, en América Latina se registraron 165.992 títulos en las agencias nacionales del ISBN, lo que evidencia una disminución de 0,6% con respecto a 2011. El 17% de títulos registrados fue en formato electrónico. Las editoriales comerciales registraron el 53% del total de títulos, seguido por las fundaciones, que registraron 12% del total, y las editoriales universitarias, con 10%. Brasil (40%), México (17%), Argentina (17%) y Colombia (9%), en conjunto, representan el 82% de los títulos registrados en 2012.

La próxima figura representa gráficamente el modo en que se distribuye la producción de libros en la región:

andamiaje descriptivo y estadístico es vital para comprender las condiciones actuales. Botto describe asimismo el comportamiento de los grupos transnacionales como típico de los grandes capitalistas que proceden guiados por la aversión al riesgo, e impulsados por la lógica militar de la competencia intentan ocupar espacios sin tener en cuenta la especificidad del producto libro.

⁶ Al respecto, recomendamos profundizar con el artículo "Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria Argentina", de Hernán Vanoli, disponible en línea <http://www.apuntesceyp.com.ar/index.php/apuntes/article/view/277/245>

La dimensión social del proceso de comercialización de libros: acerca de lo poco que se lee para lo mucho que se ofrece.

RAVETTINO DESTEFANIS, Alejandra

Figura 1. Títulos registrados en las agencias ISBN. América Latina, 2012.
(Valores absolutos y participación porcentual.)



Fuente: Los datos provienen del registro de la CERLALC con la información enviada por las agencias ISBN de América Latina y la Agencia Española del ISBN. Nota: Las cifras son datos preliminares, provistos por la CERLALC, en agosto de 2013.

Cierto marco de adaptación a las nuevas tecnologías resume el panorama del libro en América Latina, una región donde la crisis todavía no ha golpeado con contundencia al mercado editorial. De hecho, durante 2007 y 2008, ha sido el período en el que se registraron más títulos, ediciones más reducidas y mayor cantidad de lectores.

Brasil, México y Argentina son los países que más contribuyen en el aumento de títulos, de acuerdo con los registros de ISBN en la región Iberoamericana en los últimos once años. Sin embargo, Argentina y Brasil son los países con mayor contribución a la caída de los títulos registrados en 2012. Por el contrario, los países que presentaron crecimientos destacados fueron Bolivia (42%), República Dominicana (37%), México (13%) y Perú (11%). Colombia disminuyó los títulos registrados en 1,6% en 2012. Pese a ello, lo cierto es que en todos los países latinoamericanos crece la producción de libros, sobre todo de literatura, ciencias sociales, derecho y educación.

Cruzando los datos de registros oficiales, desde la perspectiva de la oferta y de la demanda, observamos que los lectores también aumentan, aunque no necesariamente en la misma proporción.

Por otra parte, si tuviésemos que caracterizar al lector tipo latinoamericano, diríamos que se trata de una mujer joven, con alto nivel de escolaridad y elevados ingresos, que reside en una ciudad grande. No obstante, individuos con esas características son una minoría en la región, donde aún hay un 9% de personas que no leen ni escriben: millones de analfabetos funcionales y sin acceso a libros. En términos generales, la franja de edad en la que se lee más en América Latina es de los 9 a los 25 años –durante la etapa de escolaridad–, y especialmente de los 14 a los 25. La curva declina a partir de los 35 años, más a los 40 y así progresivamente.

En otro orden de cosas, en países como Guatemala, Bolivia y Ecuador, la práctica inexistencia de libros en las lenguas originarias que coexisten con el español dificulta el acceso a la lectura de grandes cantidades de personas. También son obstáculos importantes la carencia de una red de bibliotecas públicas en algunos países, así como la escasa inversión en material de lectura escolar por parte del Estado.

Precisamente, en cuanto al número de libros leídos al año, destacamos el caso de Brasil, que pasó de 1.8 por persona en el año 2000 a 3,7 en el 2007, un salto impresionante que se debe fundamentalmente a la inversión del Estado en dotar a las escuelas públicas de libros y no sólo de libros de texto.

El papel del Estado es fundamental para incrementar el número de lectores, considerando que la lectura no es un hábito que surge de modo espontáneo. En América Latina hay casi tantos esquemas de actuación del Estado en este ámbito como países. En este sentido, hay quienes priman las bibliotecas públicas, como Colombia, y otros la dotación de material de lectura a las escuelas públicas, como Brasil y Chile, una opción que, consideramos, es la más idónea y la que da mejores resultados. Al respecto, el secretario técnico del CERLALC (2012) recuerda que Chile es el único país latinoamericano que está entre los primeros cien del mundo por la calidad de la educación, según los dos sistemas de medición más prestigiosos: PIRS y PISA.

En Argentina a quienes reciben una vivienda de interés social se les entrega una pequeña biblioteca, en Venezuela se editan un millón de ejemplares de *El Quijote* o *Los Miserables* para repartirlos gratuitamente, y en España se hace una extensión de las bibliotecas al transporte público y se prestan libros con sólo entregar el documento de identidad, que queda como garantía para la devolución.

Si bien en la última década se avanzó en el estudio del comportamiento lector, aún los trabajos regionales sobre índices de lectura se realizan con metodologías distintas, lo que hace difícil sacar conclusiones generales sin caer en cierto grado de especulación. En este sentido, el CERLALC promueve la búsqueda de un consenso para unificar las metodologías. Según esos estudios nacionales, un 40% de la población argentina declara leer libros, así como un 60% de la mexicana, un 57% de la uruguaya y un 55,5% de la española.

Evolución de la producción de libros en Argentina

A continuación, evidenciamos en cifras la evolución de la producción de libros en nuestro país. La información refiere a la producción editorial oficial registrada en una base de datos – títulos publicados y ejemplares producidos–. Según el registro de la Cámara Argentina del Libro (CAL)⁷, ente encargado de otorgar y administrar el ISBN para cada nuevo lanzamiento en el mercado argentino, construimos el próximo cuadro que expone la evolución de las novedades:

Figura 2. Evolución de las novedades registradas, en títulos y ejemplares. Años 1997-2013. (En unidades, valores absolutos.)

Año	Títulos	Ejemplares	Promedio
1997	11077	46878968	4232
1998	12073	48146802	3988
1999	12592	59299214	4709
2000	12877	75281162	5846
2001	12398	54969621	4434
2002	9560	32999663	3452
2003	13066	32943671	2521
2004	16092	50620056	3146
2005	17446	58900512	3376
2006	18658	68685121	3681
2007	20052	66938320	3338
2008	20058	82546013	4115
2009	20308	75088562	3697
2010	22781	60070101	2637
2011	26676	91274820	3422
2012	26367	94272206	3575
2013	27757	88171750	3176

Fuente: elaboración propia en base a la Agencia Argentina de ISBN y la Cámara Argentina del Libro 2010, 2011, 2012 y 2013. Nota: El registro de las reimpressiones es *no obligatorio*, por ello los valores podrían estar subestimados.

⁷ La información estadística contenida en los informes se basa en los registros de las editoriales en la Agencia Argentina de ISBN. Dichos informes sobre producción editorial están disponibles en versión digital en el siguiente enlace: <http://www.editores.org.ar/> Si bien consultamos todos los registros publicados –desde 2001 hasta 2013– sólo consideramos los últimos cuatro informes, que recuperan y rectifican los datos contenidos en los anteriores (Estadísticas del libro 2009, Estadísticas del libro 2010, Informe estadístico de producción del libro argentino años 2012 y 2013).

Hacia mediados de la década del setenta, el país producía unos 50 millones de ejemplares al año, cifra que diez años más tarde había caído a 17. En 1996 se produjeron 42 millones de libros, en el 2000 se superó los 75 millones y en el 2002, tras la crisis, la producción cayó considerablemente. A partir de la devaluación, Argentina recobró condiciones favorables e inició una franca recuperación: de casi 33 millones de libros en 2003 pasó a 50 en 2004.

Así como los relevamientos de la CERLALC, la información proporcionada por la Cámara Argentina del Libro corrobora que la actividad editorial viene en constante crecimiento desde la recuperación iniciada en 2003, tanto en cantidad de títulos como de ejemplares producidos.

De acuerdo con la Figura 2, y puesta en contexto, la caída evidenciada en 2012 por las novedades parece relativizarse bastante. Deberíamos considerar que la edición de títulos había venido creciendo ininterrumpidamente desde 2003, cuando se cristalizan los primeros signos de la salida de la crisis económica que tuvo su punto más drástico en 2001. Otra cuestión importante para tomar en cuenta es que el nivel de publicaciones conseguido hace un año constituyó un récord histórico para la industria editorial local. Recientemente, la cantidad de registros de 2013 aumentó un 5% respecto de 2012. No obstante, la cantidad de ejemplares disminuyó un 6% respecto del año anterior.

Por otra parte, las estadísticas demuestran que abril es el mes en el que se lanza al mercado el mayor porcentaje de novedades (10,25% del total de la producción anual), hecho que se explica por la realización de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires; mientras que enero es el mes con menor cantidad de publicaciones (5,63%), debido al periodo estival.

Soportes de publicación

Con respecto a los soportes, cabe señalar que hasta el 2010 se publicaba en soporte digital apenas el 4% de los títulos, pero a partir del año 2011 esta tendencia aumentó. No obstante, los valores para soporte de producción se mantienen estables evidenciando un crecimiento lento del libro digital. La próxima figura evidencia esta paulatina evolución:

Figura 3. Evolución de la publicación, según el tipo de soporte. Años 2011, 2012 y 2013. Porcentaje.

Soporte	2011	2012	2013
Libro impreso	84	82	83
Libro digital	14	17	16
Fascículos	2	1	1

Fuente: elaboración propia en base a la Agencia Argentina de ISBN y Cámara Argentina del Libro 2013.

La dimensión social del proceso de comercialización de libros: acerca de lo poco que se lee para lo mucho que se ofrece.

RAVETTINO DESTEFANIS, Alejandra

Acerca del libro impreso, cabe decir que para el interior se usa el papel obra de producción nacional, mientras que para ilustración el más utilizado es el importado, en tercer lugar se ubica el papel diario nacional, y para las tapas, la cartulina importada. Por otra parte, la encuadernación en rústica es el principal sistema en los libros registrados en soporte papel, comprende al 76% de ese registro.

Por otra parte, cabe señalar que 4 de cada 10 publicaciones registradas por instituciones educativas y la universidad pública son en formato digital (CAL 2013).

Lugar de publicación

Por otra parte, el lugar de publicación evidencia la importante concentración de la actividad editorial de la Ciudad y la Provincia de Buenos Aires. Entre las empresas editoriales que publican en soporte papel, casi el 83% de los registros se concentran en estas zonas, el resto se distribuye entre Córdoba y Santa Fe.

Figura 4. Lugar de publicación, en soporte papel. Años 2012 y 2013. Porcentaje.

Soporte	2012	2013
CABA y GBA	84	83
Córdoba	6	5,5
Santa Fe	3	3,2

Fuente: elaboración propia en base a la Agencia Argentina de ISBN y Cámara Argentina del Libro 2013.

Canales de distribución

Cabe señalar que para las publicaciones en papel, el 63% se vende directamente y el 20% mediante librerías. En tanto, para el libro digital el 58% remite a la venta directa y el 26% a la distribución gratuita. La próxima figura detalla la distribución del libro según los canales:

Figura 5. Canales de distribución, en soporte papel. Año 2013. Porcentaje.

Canal	PAPEL	DIGITAL
Venta directa	63	58
Librerías	21	15
Kioscos	5	26
Distribución gratuita	8	0
Venta institucional	3	1

Fuente: elaboración propia en base a la Agencia Argentina de ISBN y Cámara Argentina del Libro 2013.

Principales temáticas

De acuerdo con los recientes registros de la Cámara Argentina del Libro, el 26% de los libros que se publican en el mercado local corresponde al rubro Literatura. Asimismo, el 48% de lo publicado pertenece a la categoría "Literatura Argentina" y el 39% a "Literatura Universal" de la producción total. La próxima figura detalla la participación de cada rubro:

Figura 6. Temáticas registradas, según clasificación comercial argentina. Año 2013.

Temática	F%
Literatura	26,4
Libros infantiles y juveniles	24,1
Ciencias sociales y humanas	10,4
Derecho	8,9
Texto	6,1
Religión	4,1
Astrología, esoterismo y autoayuda	2,9
Arte	2,4
Psicología	2,2
Tiempo libre, hogar, juegos	2,1

Fuente: elaboración propia en base a la Agencia Argentina de ISBN y Cámara Argentina del Libro 2013.

Los registros de las diferentes temáticas evidencian particularidades según el formato de publicación. Por ejemplo, los libros vinculados con las ciencias sociales presentan una concentración estadística mayor en formato digital que en papel, mientras que los libros infantiles y juveniles muestran mayor concentración en papel (CAL 2013).

Por otra parte, podemos relacionar temática con publicación cuando el semiólogo y novelista italiano Umberto Eco distingue "los libros que se leen" de "los que se consultan". En este sentido, un libro que provee conocimientos técnico-conceptuales tiene una difusión mayor en formatos digitales, mientras la ficción aún se asocia al libro tradicional.

Figura 7. Tipo de publicación por temática, según clasificación comercial argentina. Año 2013.

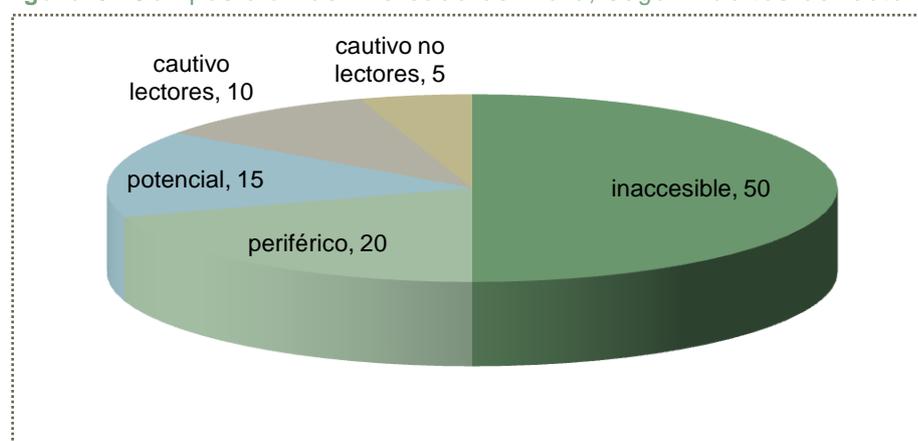
Temática	PAPEL	DIGITAL
Literatura	28	22
Libros infantiles y juveniles	20	7
Ciencias sociales y humanas	12	19
Textos	5	8

Fuente: elaboración propia en base a la Agencia Argentina de ISBN y Cámara Argentina del Libro 2013.

Composición del mercado del libro nacional

En *El mundo de la edición de libros*, de Sagastizábal y Esteves Fros (2005) proponen una segmentación del mercado del libro nacional en relación a sus potencialidades de inserción dentro de los hábitos lectores de la población. Si bien llegan a dicha segmentación a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Lectura de 2001, creemos que la proporción de cada segmento se mantiene, aunque puedan variar levemente los porcentajes respecto del más reciente relevamiento de 2011. Entonces, plantean la división del universo lector en cinco categorías:

Figura 8. Composición del mercado del libro, según hábitos de lectura.



Fuente: elaboración propia en base a de Sagastizábal y Esteves Fros, 2005.

De acuerdo con el gráfico anterior, la categoría Cautivo Lectores (10%) refiere a aquellos lectores compradores intensivos de libros, donde el 90% pertenece al nivel socioeconómico medio y alto, y más de un tercio son menores de 25 años. En tanto, el mercado Cautivo No Lectores (5%) refiere a quienes compran mucho y leen poco, (presumimos que impulsados por cierta orientación coleccionista). Constituyen, aproximadamente, el 7% de la población, predominando las mujeres y los individuos de edad intermedia (entre 26 y 60 años).

Por su parte, la categoría Mercado Periférico (20%) está conformado por aquellos que leen con mediana intensidad y compran pocos libros, siendo su mayoría mujeres, los menores de 40 años e individuos de nivel socioeconómico medio.

El Mercado Potencial (15%) congrega a quienes leen pero no compran libros, y su composición es básicamente la población femenina, los menores de 25 años y los individuos de nivel socioeconómico bajo.

La dimensión social del proceso de comercialización de libros: acerca de lo poco que se lee para lo mucho que se ofrece.

RAVETTINO DESTEFANIS, Alejandra

Finalmente, lo que se considera el Mercado Inaccesible, está conformado por el 43% de la población, individuos que no leen ni compran libros. En la composición de dicho grupo predominan los mayores de 40 años y quienes pertenecen al nivel socioeconómico bajo.

Veamos, entonces, algunos parámetros respecto del consumo en nuestro país –en términos de compra de libros y lectura–. De acuerdo con los datos que surgen del relevamiento más reciente, la Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura 2011, y como primer acercamiento a la llamada "lectura general", el 90% de la población de 12 años y más lee diariamente, al menos durante 15 minutos de manera continua, algún material escrito.

Figura 9. Evolución de la lectura en general. Distribución de la población según el hábito de lectura. Años 2001 y 2011. Porcentaje.

	2001	2011
<i>Lectores</i>	86	90
<i>Ex-lectores</i>		7
<i>Lee notas</i>	14	2
<i>No lee</i>		1,5

Fuente: elaboración propia en base a la Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura 2011.

Nota: Los datos de 2001 corresponden a la población de 18 años y más; en tanto los datos de 2011 consideran al grupo 12 años y más (esto hace inviable una comparación en sentido estricto).

Adentrándonos dentro del grupo lector, es distinto el nivel de penetración que tienen los diversos materiales: el 78% accede a la lectura de diarios con alguna frecuencia, mientras que alrededor del 62% accede a las revistas y a los libros. Si focalizamos la atención sólo en la lectura de libros, encontramos que el 40% lee un libro o más al mes y el 22% al año. Respecto de las temáticas, la Literatura acapara el 81% de los lectores –aunque no exclusivamente–, le siguen los textos escolares y los infanto-juveniles.

Figura 10. Evolución de la lectura de libros, según frecuencia de lectura. Años 2001 y 2011. Población: lectores y ex lectores. Porcentaje.

	2001	2011
<i>1 libro o más al mes</i>	33	40
<i>1 libro o más al año</i>	22	22
<i>Menos de 1 al año</i>		6
<i>Leía hace 2 años</i>	17	7
<i>Nunca leyó (2001)</i>		
<i>No leía hace 2 años (2011)</i>	28	26

Fuente: elaboración propia en base a la Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura 2011.

Nota: Los datos de 2001 corresponden a la población de 18 años y más; en tanto los datos de 2011 consideran al grupo 12 años y más (esto hace inviable una comparación en sentido estricto).

Con respecto a los motivos de lectura de libros, el 78% de la población lee por placer y el 68% para aprender cosas nuevas. Dentro del grupo que lee por gusto, el 45% lo hace por iniciativa propia. Asimismo, los principales inductores a la lectura son los familiares (41%), seguidos por los docentes (33%).

Respecto de los hábitos de compra, el 46% de la población compró libros durante el último año. El promedio es de 2,3 libros por habitante. En tanto, para la frecuencia de compra, cabe decir que sólo el 4% compra libros todos los meses. El mayor porcentaje, el 23% compra libros una o dos veces al año. Finalmente, el 28% compra libros usados y el 23% libros nuevos en librerías tradicionales. En tanto, para la población de compradores "frecuentes o eventuales", las proporciones son mayores: el 61% compra libros nuevos y el 25% libros usados –durante los dos últimos años–. (SInCA 2012).

Comentarios finales

Comenzamos esta ponencia con la presunción que "la cantidad de lectores aficionados no parece acompañar la sobreoferta de títulos". Evidenciamos, mediante registros oficiales locales e internacionales, que el aumento de títulos publicados es una tendencia común –especialmente de novedades– ante un público lector que se mantiene más o menos estable. El aumento de lectores que se observa al comparar las encuestas nacionales de lectura responde, básicamente, a la disminución de los índices de analfabetismo y a que la población relevada en la segunda encuesta es mayor que en su antecesora al considerar al grupo etario 12-17 años –con ello, descreemos que se trate de un mayor interés por la lectura–.

Por otra parte, según los cálculos de tirada promedio, se observa una reformulación del negocio editorial, que ha pasado de un modelo tradicional basado en la explotación de catálogos editoriales –que, aún siguen siendo importantes, sobre todo para los sellos consolidados– a otro en el que se destacan la producción de novedades y la rotación permanente de títulos. Como contrapartida, la gran producción de libros genera que los títulos compitan entre sí y no adquieran la difusión que les facilite el acceso a un mercado extenso. En cualquier caso, "el público no podría leer todo lo que se publica, tampoco la crítica comentarlo ni el librero exhibirlo".

En este sentido, como sugiere Zaid (1996) en *Los demasiados libros*, mientras la población mundial crece en progresión aritmética, la producción de libros lo hace en forma geométrica: el 70% del aproximado millón de nuevos títulos que cada año se publica en el mundo no consigue vender mil ejemplares por obra publicada. Esto significa que el 30% restante debe ser rentable y además sostener el resto del catálogo. Este fenómeno no solo confirma el carácter perecedero y efímero de la mayoría de los productos culturales, sino también una creciente atomización de la oferta que atenta contra la rentabilidad del negocio por la vía de

una producción mayor a lo que el mercado está en condiciones de absorber. Entonces, ¿cuáles serán las estrategias comerciales que permitan la rentabilidad del negocio editorial?, ¿cómo asegurar la continuidad de la práctica y el reconocimiento intelectual y económico de escritores que se ven obligados a producir según esta lógica?

Al comienzo dijimos que el mercado del libro se beneficia con la mejora en el ingreso de los consumidores, aunque hasta cierto punto, porque un crecimiento genuino y sostenido de los índices de lectura y de consumo de libros depende de aspectos socioculturales, lentos de modificar en comparación con los vaivenes de los ciclos económicos. Advertimos cierta dificultad en el corto plazo de modificar el nivel de lectura en forma directa, ya que lo que debe ser modificado es el entorno familiar cultural, y no sólo la educación del individuo. Esta percepción se refuerza viendo que aquellos dentro del universo lector que poseen una mayor frecuencia de lectura son los mismos que quienes tienen padres interesados en la lectura.

Respecto del libro, las valoraciones son siempre positivas y "cómplices" con los intereses del sector: el Estado debe promover la lectura, la creación de bibliotecas, la compra de libros para repartir entre los sectores más carenciados. Pero la contrapartida económica –medida en términos de ventas y de inversión publicitaria– es prácticamente irrelevante para semejante grado de prestigio y notoriedad. Si se invierte más de un 6% del presupuesto del libro en *marketing*, eso casi nunca se recupera, según Ricardo Cavallero, Consejero Delegado (CEO) de Random House Mondadori⁸. De hecho, aunque deseemos más espacio para la cultura, lo cierto es que cualquier actividad económica con mayor incidencia en el producto bruto –y fuertes avisadores en los medios⁹– miraría con recelo a una industria que en la cadena de valor –desde el autor al librero– genera apenas mil millones de pesos, cuyo producto se vende a razón de 2 ejemplares per cápita al año y se produce apenas 3500 unidades –la tirada promedio de un libro– suscite semejante expectación y sea permanente noticia.

A lo largo de esta ponencia, expusimos cómo ha evolucionado la producción de libros en el mundo, y específicamente en nuestro país, y dimos cuenta de los hábitos de lectura nacionales. A partir de un somero panorama del mercado, en el marco de las industrias culturales, evidenciamos que existe una sobre oferta de títulos que produce cierto acortamiento del ciclo de vida del libro como bien simbólico. Las novedades se promocionan, lanzan al mercado y permanecen exhibidas en los puntos de venta por pocos días. Sólo algunos títulos trascienden la dinámica fugaz que les exige este mercado, cada vez más parecido a otros de consumo masivo.

⁸ En una nota publicada en el diario El País de Madrid, el 26 de octubre de 2006, y citado en Esteves 2007. Ppara una facturación de un millón de pesos, si se sigue la recomendación de este ejecutivo del libro, los casi 18 mil libros que se publican al año en la Argentina "se reparten" la modesta suma de 60 millones de pesos con fines publicitarios y promocionales.

⁹ La industria editorial no llega a la centésima parte de la inversión publicitaria total en Argentina durante 2006 –aproximadamente unos 5.334 millones de pesos–. (Esteves 2007).

Bibliografía

- Becerra, Martín, Pablo Hernández y Glenn Postolski. 2003. "La concentración de las Industrias Culturales", en *Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en la Argentina*. Ediciones Ciccus y Secretaría de Cultura de la Nación.
- Botto, Malena. 2006. "1990–2000. La concentración y la polarización de la industria editorial argentina" en *Editores y políticas editoriales en la Argentina 1880–2000*, compilado por de Diego José Luis. Buenos Aires: FCE.
- Cabanellas, Ana María. 2001. "La edición en español en América. Congreso de Valladolid. El activo del español: La edición en español". Presentado en II Congreso Internacional de la Lengua Española, Valladolid. http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/2_la_edicion_en_espanol/cabanellas_a.htm
- Cámara Argentina del Libro. 2013. "Informe estadístico de producción del libro argentino". http://issuu.com/camaradellibro/docs/estadisticas_2013
- Centro de Estudios de la Producción, Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa (CEP). 2005. "La industria del libro" en *Notas de la economía real*, elaborado por el Ministerio de Economía y Producción de la Nación Argentina.
- Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM); Dirección General de Estadística y Censos. Ministerio de Hacienda GCBA. 2013. "Industrias culturales". Pp. 280-310 en *Coyuntura Económica de la Ciudad de Buenos Aires* N° 37. http://www.buenosaires.gob.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/coyuntura_2013_037.pdf
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC); Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). 2004. "Agenda de políticas públicas de lectura" en *Plan Iberoamericano de Lectura*. http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2013/03/Agenda_PP_Lectura.pdf
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC); Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). 2005, julio. "Propiedad intelectual, piratería e industrias culturales" en Reflexiones sobre la piratería en Iberoamérica. *Pensar el Libro*, 02. http://www.cerlalc.org/Revista_Pirateria/n_articulo01.htm
- , 2012. "El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica." Agosto 2012, vol. 1 http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2013/07/Libro_Cifras_3.pdf
- , 2012. "El espacio iberoamericano del libro." Noviembre 2012, n°10. http://www.lalibreriadelau.com/lu/pageflip/cerlalc_espacio_iberoamericano_del_libro/#/10/

- , 2013. "El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica." Julio 2013, vol. 3 http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2013/07/Libro_Cifras_3.pdf
- Consejo Nacional de Lectura; Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA). 2012. "Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura 2011". http://sinca.cultura.gov.ar/archivos/documentos/ENHL_2011.pdf
- De Sagastizábal, Leandro y Fernando Esteves Fros. 2005. *El mundo de la edición de libros: un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general*. Buenos Aires: Paidós.
- Esteves, Fernando. 2007. "El libro: ¿bien cultural o mercancía? Estudio sobre el negocio editorial en la Argentina". Tesis de Maestría en Administración. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- Katz, Alejandro. 2002. "¿Qué es el libro hoy?" En *El Mundo de la Edición de Libros*. Buenos Aires: Paidós.
- Ministerio de Educación de la Nación; Catterberg y Asociados. 2001. "Encuesta Nacional de Lectura y Uso del Libro." http://www.lectura.gov.ar/images/stories/informe_encuesta_2001.pdf
- Moreno, Hilario; et.al. 2014. *Lectores, libros, lecturas. Cambios en las prácticas y hábitos de lectura*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Nación. <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/publicaciones/libros/lectores-libros-lecturas.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). 2002. "Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas." http://portal.unesco.org/pv_obj_cache/pv_obj_id_641B0E7E3ED6E09189068288C41A98CCA05E0100/filename/cultural_stat_es.pdf
- Rama, Claudio. 2003. *Economía de las industrias culturales en la globalización digital*. Buenos Aires: Eudeba.
- Schapiro, Carl y Hal Varian. 1999. *El dominio de la información*. Gustavo Gilli Editor.
- Seivach, Paulina. 2003. "Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires. Evolución reciente y potencialidades". CEDEM: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Vanoli, Hernán. "Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria Argentina". Apuntes de Investigación. Taller N°15:161-185. <http://www.apuntescecyp.com.ar/index.php/apuntes/article/view/277/245>
- Uribe Schroeder, Richard. 2006. *El espacio iberoamericano del libro*. CERLALC.
- Zaid, Gabriel. 1996. *Los demasiados libros*. Barcelona: Anagrama.