



cuica

centro universitario
de las industrias
culturales argentinas



Informe CUICA n° 1

Situación de las industrias culturales argentinas en el período 2014/17

Audiovisual • Artes escénicas
Diseño • Editorial • Música

Noviembre 2017

Índice

- 3** **Presentación**
∅ *Rodolfo Hamawi*
- 4** **Editorial**
∅ La industria editorial argentina entre 2014 y 2017.
De los récords históricos al #LibrosLibres y la crisis del sector
Nicolás Sticotti
- 20** **Música**
∅ Informe sobre el sector de la música
Diego Zapico / Javier Tenenbaum
- 26** **Audiovisual**
∅ Informe sobre la industria cinematográfica
Eva Piwowarski
- 32** **Diseño**
∅ Algunas reflexiones en torno a la realidad del diseño argentino
Paola Pavanello
- 35** **Artes escénicas**
∅ La coyuntura de los espacios de Artes Escénicas
en Ciudad de Buenos Aires
Sabrina Cassini / Diego Ernesto Rodríguez

Presentación



Los informes aquí reunidos intentan aportar información, lo más precisa posible, sobre la situación de las industrias culturales en la Argentina.

Tomamos como referencia los períodos 2014/15 y 2016/17 para poder ponderar las variaciones y modificaciones que se registran a partir del cambio de gobierno nacional.

Convocamos a especialistas con dilatada actividad y conocimiento de sus áreas específicas. Analizaremos los sectores: Editorial, Música, Audiovisual, Diseño y Artes Escénicas.

Los trabajos incluyen datos cuantitativos junto a análisis y prospectivas de referentes de los espacios estudiados. Se utilizaron datos públicos y otros relevados por los especialistas. Si bien se abordaron los marcos generales de cada actividad, se puso el acento en la situación de los proyectos pymes, cooperativos, comunitarios y auto-gestionados de nuestras industrias culturales.

El Centro Universitario de las Industrias Culturales (CUICA) fue creado en el año 2015. Se trata de la primera experiencia en el país de institucionalizar –en este caso desde la Universidad Nacional de Avellaneda– el apoyo a los desarrollos de la economía de la cultura, conscientes del carácter estratégico en lo simbólico y lo económico que tiene este sector.

Entendemos que un proyecto de país inclusivo, igualitario, que estimule la diversidad, la libertad y la ampliación de los derechos ciudadanos, debe contar con instrumentos que promuevan la creación y circulación de las expresiones de su cultura popular. Analizamos las industrias culturales como un campo de tensión entre: lo global y lo local; la cultura y el mercado; lo privado y lo público; lo monopólico y lo democrático. Estas son apenas algunas claves para leer este informe.

Rodolfo Hamawi
Director del CUICA
Decano de Humanidades y Artes de la UNDAV

La industria editorial argentina entre 2014 y 2017. De los récords históricos al #LibrosLibres y la crisis del sector

Nicolás Sticotti

Durante la apertura de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires 2017, el presidente de la Fundación El Libro, Martín Gremmelspacher, fue el encargado de reclamar públicamente sobre la crisis del sector editorial tras el primer año y medio del gobierno de Cambiemos. El titular de la entidad señalaba entonces: “La industria editorial está atravesando uno de sus momentos más delicados, con caídas en las ventas del 25%, lo que afecta especialmente a las pequeñas y medianas editoriales. De un año a otro se han dejado de producir 20 millones de ejemplares, o sea, casi 55.000 ejemplares por día”. Y en la misma línea destacaba: “No sólo continuamos con los mismos problemas, que arrastramos sin resolverlos, sino que los que teníamos se han agravado y han surgido otros nuevos. El otro brazo de la tenaza que asfixia al sector es la subida de los costos impulsados por los desmedidos aumentos de las tarifas de servicios”.

La respuesta del ministro de Cultura de la Nación, Pablo Avelluto, ante el reclamo fue que en el Gobierno tenían otra información. “Conmigo no, Martín. Esta no es la peor crisis de la industria editorial (...). Que la situación es difícil, lo comparto. Que en el último trimestre del año pasado las cosas empezaron a mejorar es un hecho”, evaluó el funcionario.

El 2016 fue un año de cambios estructurales importantes en la economía argentina. El proceso inflacionario se disparó tras la devaluación del dólar, el incremento del combustible y el aumento del precio de las tarifas de servicios públicos. A su vez, las paritarias en ningún caso superaron la inflación, lo que condujo a una marcada caída del consumo.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), en 2016 la actividad económica se retrajo un 2,3% en relación con el 2015, mientras que en el sector productivo en particular la caída de este indicador llegó hasta el 5,3%. Por su parte, de acuerdo con relevamientos de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), el sector comercial se hundió un 7% durante 2016 en comparación con el año anterior.

La retracción fue mucho más abrupta en el sector editorial, con caídas –según las cámaras del sector– superiores al 25% tanto en la producción como en las ventas. Y la situación es aún más compleja en las pequeñas y medianas pymes de la industria.

Dos de las principales características que se han estudiado sobre el comportamiento económico de los bienes y servicios derivados de las industrias culturales son por un lado la *aleatoriedad* de su demanda, y por otro, su *elasticidad*. ¿Qué quiere decir esto? Se trata de consumos prescindibles en situaciones de crisis, y por tanto, la caída de la demanda puede ser mucho mayor respecto de otros bienes y servicios del mercado. Asimismo, ante una baja de los precios en la oferta, el consumo de los bienes culturales no varía en forma significativa, pero, por el contrario, si se produce un aumento general de precios sí se afecta. En resumen: no se puede prescindir de llenar la heladera y la despensa –en todo caso, se comprarán menos carne o dulce de leche–, mientras que los estantes de la biblioteca no se cubren con libros nuevos *cuando el mango no alcanza*.

En el presente informe se intentará describir, sistematizar y comparar la actividad del sector editorial argentino durante el período 2014-2017. En esa dirección, se indagará sobre el impacto de la crisis inflacionaria y de la caída general del consumo en la industria del libro, aunque también se tendrán en cuenta otras potenciales variables que pudieron haber modificado la situación del sector. En particular, se tratará de analizar el impacto de la medida #LibrosLibres, que eximió a la importación de libros de su declaración jurada anticipada y del control de plomo de sus tintas, lacas y barnices.

Se abordará la situación que atraviesa el libro argentino en toda su cadena de valor a partir de los datos existentes producidos por el propio sector editorial a través de sus cámaras, informes de organismos públicos, informes de comercio exterior español, notas de prensa gráfica y digital de los principales diarios y portales argentinos, y entrevistas a trabajadores y referentes del sector editorial, librero y gráfico.

■ Algunas aclaraciones sobre las fuentes de información

Sin dudas, dentro de las industrias culturales, el sector editorial argentino es uno de los que cuenta con mejores datos cuantitativos, tanto en relación con los otros sectores de las IC, como a nivel regional respecto del resto de los países de habla hispana. Quizá sólo España tenga tanta información cuantitativa disponible sobre su sector editorial.

La Argentina produce la mayoría de sus indicadores e informes sobre su actividad editorial a partir de las posibilidades que generan las declaraciones juradas de ISBN (International Standard Book Number) administrado por la Cámara Argentina del Libro (CAL). Esta entidad, la más dinámica y representativa del sector, viene realizando informes estadísticos anuales desde el año 2001, de donde surgen los principales datos sobre producción de ejemplares, novedades, cantidad de editoriales, etcétera.

Por su parte, desde el sector público (a nivel nacional) existe también gran producción de indicadores y análisis sobre las dinámicas del sector cultural. El Sistema de Información Cultural Argentino (SinCA) viene realizando informes sobre el sector editorial y librero desde hace varios años, e incluso, también investigaciones históricas que permiten dimensionar la evolución y dinámicas que tuvo este sector a lo largo del siglo XX. Este organismo, junto con el INDEC, han elaborado informes técnicos sobre el sector cultural (Cuenta Satélite de Cultura) que permiten dimensionar el valor agregado bruto del libro en relación con los otros sectores de las IC (televisión, música, artes visuales, entre otros) y, a su vez, respecto de los otros sectores de la economía en general. De estos datos existen series históricas desde el año 2004. Asimismo, existe información estimativa sobre las importaciones y exportaciones de libros que pasan por Aduana, lo que permite construir datos sobre la balanza comercial del sector.¹

Bajo la órbita estatal, existen también los relevamientos del Observatorio de Industrias Creativas (OIC) y del Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM), ambos dependientes del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Además de aportar análisis de los datos a nivel local y sus comparativos a nivel nacional y/o regional, en los últimos años han puesto en marcha encuestas a las librerías de la Ciudad de Buenos Aires (ENLI) que aportan datos relevantes sobre ese eslabón de la industria editorial. Vale recordar que la representatividad de estos datos de la CABA toma validez a partir de la concentración del sector en este territorio.

¹ Quedan fuera del resumen, aunque vale la nota al pie aclaratoria, informes varios que no serán parte de este análisis. Ejemplos podrían ser las encuestas sobre consumos culturales y sobre hábitos de lectura, que las hay, y que podrían servir para mostrar algunas dinámicas del sector.

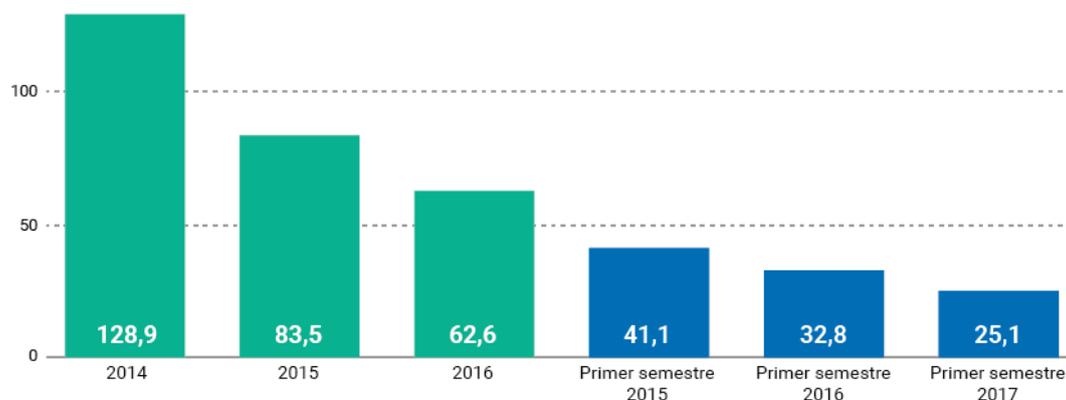
Por otro lado, la Cámara Argentina de Publicaciones comenzó a generar su propio informe anual, el Libro Blanco, a partir del 2015, con información propia de la actividad económica y productiva del sector. Durante el 2017, desde esta entidad anunciaron la creación de un observatorio de la industria editorial.²

■ Los números del sector

Ejemplares impresos

Una rápida mirada a los números del sector editorial muestra que en el último año y medio hubo una fuerte retracción de la producción. A través de los datos del ISBN analizados por la Cámara Argentina del Libro, surge una caída de la producción del 25%, pasando en 2015 de 83,5 millones de ejemplares impresos a 62,6 millones en 2016. Más de 20 millones de ejemplares menos. Asimismo, cuando se toma el 2014 –año del récord histórico de producción de ejemplares, con más de 128,9 millones de ejemplares impresos–³, la caída es muy superior: más del 50%. Esta tendencia se acentuó durante el primer semestre de 2017. Según la misma fuente, la caída de la producción de ejemplares impresos acumula un 39% en comparación con el año 2015.

Cantidad de ejemplares impresos (en millones de ejemplares)



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de la CAL, 2017.

² En el otro extremo del sector, también durante 2017, han comenzado relevamientos sobre la actividad de las editoriales artesanales y sus dinámicas. *Editoraa* es una iniciativa que tiene por objetivo ver la red de editoriales que producen sus libros de manera artesanal. El proyecto tiene más de 80 sellos editoriales con estas características. Lo mismo sucede dentro del sector “emergente” o independiente, a partir de relevamientos que se han generado desde la Feria del Libro de Editores (FED), que cada vez toma más trascendencia y este año llegó a albergar más de 130 nuevos sellos emergentes.

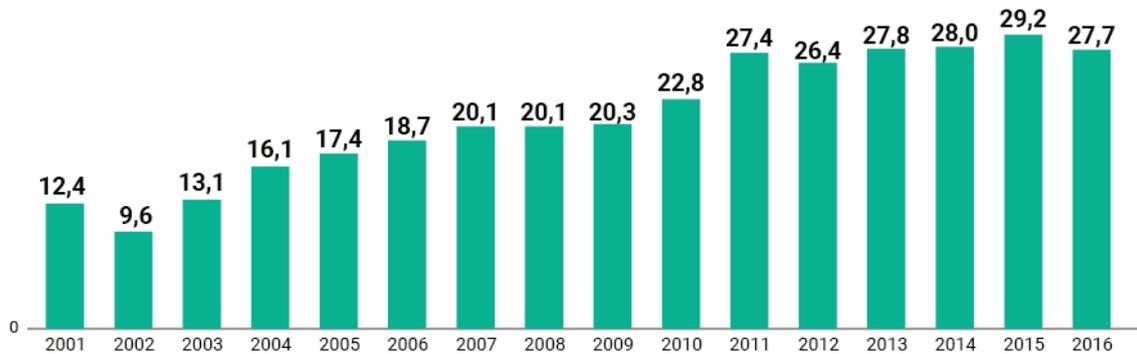
³ Existen algunos malentendidos sobre este número récord. Por ejemplo, en el informe realizado en el 2015 por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Buenos Aires para la agencia de Exportaciones e Inversiones Española sobre el Mercado Argentino, se dice que esta cifra “se corresponde con una adaptación de las editoriales a una circunstancia coyuntural de restricción a las importaciones impuesta por el gobierno argentino a partir de 2012. Frente a las dificultades para importar, algunos de los títulos más demandados internacionalmente, con tiradas promedio muy elevadas, se han editado con ISBN argentino vía licencia de derechos/coediciones y se han impreso localmente”. Según la Cámara Argentina del Libro y editores locales, estos no serían los motivos del récord, sino la compra de más de 40 millones de ejemplares por parte del Ministerio de Educación de la Nación.

Nuevos títulos

El sector editorial argentino tuvo en 2015 su récord histórico de novedades, con más de 29 mil nuevos títulos. Sin dudas, esta cantidad muestra el dinamismo que ha tenido el sector durante los últimos años, llegando a triplicar la cantidad de ejemplares inscriptos (ISBN) entre 2002 y 2015. En la totalidad del período detallado se pasó de 9,6 mil a 29,2 mil. Este indicador tuvo también, aunque en menor medida, una retracción en 2016, año en que se produjo un 5% menos de novedades, esto es, un total de 27.693 nuevos títulos.

Buena parte de este crecimiento (2002-2015) se vincula con la pujanza de la economía y el robustecimiento del mercado interno durante todo el período analizado. Sin embargo, también deben mencionarse las crecientes posibilidades que han traído las nuevas tecnologías en materia de producción de libros.

Novedades (expresadas en miles)



FUENTE: Informe CAL, 2016. Base: total novedades. Agencia Argentina de ISBN

■ El recorte del sector según las cámaras: CAL/CAP, SEC/ECA

Los números de la producción editorial argentina se modifican cuando se analizan lo producido por las empresas comerciales del sector, recorte sobre el que todavía no existe gran desarrollo y hay algunas discrepancias según quien lo construya.

Sobre el universo total de la producción editorial, se propone desde las cámaras un recorte de los datos sobre las empresas propias del sector que permite ver con mayor detalle la dinámica de esta actividad. Desde la CAL, se considera el sector *editorial comercial* (SEC), conformado por “empresas editoriales cuya principal actividad es la edición y comercialización a través de canales exclusivos para el sector”. Por su parte, la CAP utiliza parámetros similares para este segmento de editoriales: las denomina *editoriales comercialmente activas* (ECA). La segmentación de la CAP tiene en cuenta aquellos sellos editoriales que “publicaron al menos cinco títulos por año durante los últimos cinco años”.⁴

⁴ Según las entrevistas realizadas a autoridades de la CAL por estas diferencias, “en el caso de la CAP la conformación del ECA alcanza a varios actores del sector que distorsionan los datos y que en la segmentación de la CAL están dentro de las empresas comerciales. Ejemplo de estas serían sellos que se dedican a editar autores como un servicio de imprenta, y que su producción no circula en las librerías. Por caso, la editorial Dunken, que en los últimos años ha sido siempre el primer productor de nuevos títulos en las bases de ISBN con participaciones de hasta el 3% del total anual”.

Ambos recortes parciales tienen problemas en su construcción, y aún siguen siendo tema de debate. No obstante, en cualquier caso estas segmentaciones permiten una mejor lectura de la información y un abordaje más preciso de cada una de las dinámicas del sector, analizando los libros producidos para la circulación comercial en el mercado.⁵

En el “Informe de producción del libro argentino 2016” de la Cámara Argentina del Libro, el SEC tuvo una caída en la cantidad de ejemplares impresos del 29% entre 2015 y 2016, cuatro puntos superior a la general, que fue del 25%. El SEC pasó así de imprimir 27,69 millones de ejemplares en 2015 a 19,45 millones en 2016. Durante el primer semestre de 2017, la tendencia continúa a la baja, con una variación interanual de -13,3% comparando primer semestre contra primer semestre, de 10,07 millones a 8,73 millones.

Según el “Libro Blanco” de la Cámara Argentina de Publicaciones el ECA pasó de producir 55 millones de ejemplares durante el 2015, a 47 millones en 2016. Esto representa una caída del 14,5%. Una caída similar surge en relación con los títulos publicados: el ECA pasó de 14.700 títulos publicados a 12.480, un retroceso del 15,1%.⁶

La CAL, en este caso, ubica la caída de los títulos publicados por el SEC en el 14%: pasó de 9.933 a 8.525. Otro dato preocupante que surge del análisis del sector SEC es asimismo la reducción de empresas dentro de este grupo: pasaron de 340 a 281 empresas, es decir, un 18% menos. La conclusión del informe 2016 sobre este proceso indica que el sector “continúa mostrando una merma no sólo en la cantidad de empresas participantes sino también en su capacidad productiva: en 2016, el 53% editó menos de once novedades en el año”.

Comparativo SEC – ECA

Año	Editoriales	SEC - CAL		Editoriales	ECA – CAP	
		Títulos (sólo novedades)	Ejemplares impresos		Títulos (sólo novedades)	Ejemplares impresos ⁷
2014	–	11.996	24,08	229	11.716	50
2015	341	9.933	27,69	230	11.871	55
2016	280	8.525	19,45	245	11.665	45

■ Tamaño del mercado

Existen algunos acercamientos sobre cuál es el tamaño del mercado del libro en la Argentina.⁸ En todos los casos, los datos disponibles muestran que el sector ha sufrido una fuerte retracción durante el 2016.

⁵ También el SInCA y CEDEM utilizan segmentaciones similares en los datos excluyendo las editoriales no comerciales o aquellas que producen fascículos, etc.

⁶ En este número se incluyen tanto novedades como reimpressiones. Cuando se trata de nuevos títulos la caída es mucho menor: -1,7%.

⁷ No se ha encontrado información sobre cómo está construido este número, que difiere en gran medida con los datos de producción del SEC. Se estima que podría incluir: reimpressiones, fascículos y otro tipo de impresos.

⁸ En este informe se incluyen los datos publicados por el SInCA-INDEC y la CAP. Se dejan afuera, aunque podrían resultar de interés, los datos proporcionados por la Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda, GCBA) de la Ciudad de Buenos Aires de la Encuesta de Librerías que se realizó entre 2011 y 2015, discontinuándose en 2016. En 2015, el dato expandido al total de librerías de la Ciudad de Buenos Aires mostró un volumen de ventas de 8,27 millones de ejemplares vendidos, a un precio promedio de 156,9 pesos, dando un total de recaudación de casi 1.299 millones de pesos corrientes.

Algunos de los números disponibles son los desarrollados en la Cuenta Satélite de Cultura de los informes técnicos de Cuentas Nacionales desarrollados por el INDEC, que se lleva a cabo desde hace más de diez años bajo la cogestión por parte del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SiNCA) dependiente del Ministerio de Cultura de la Nación. El último de estos informes fue publicado en 2017 con una serie histórica entre 2004 y 2016.

Según este informe, en 2014 el valor agregado bruto del sector Libros y Publicaciones⁹ fue del 0,34% del total de la economía argentina, con una participación del 13,8% sobre el conjunto de los sectores de la cultura tomados para desarrollar el informe.¹⁰ Estos números tuvieron una leve retracción en 2015, con 0,33% sobre el total de la economía y 13,6% sobre el total de los sectores de la cultura. En 2016 siguieron la misma tendencia, con 0,32% y 12,9%.

El sector desarrolló, en pesos corrientes de 2014, un total de \$10.852 millones, unos \$1.994 millones a pesos constantes de 2004. En 2015 hubo un leve crecimiento del 0,6% interanual con \$2.006 millones a pesos constantes de 2004, y \$15.146 millones a pesos corrientes. En 2016 la caída en pesos constantes de 2004 mostró una variación interanual del -6,3%, llegando a \$1.880 millones, unos \$20.222 a pesos corrientes de 2016.

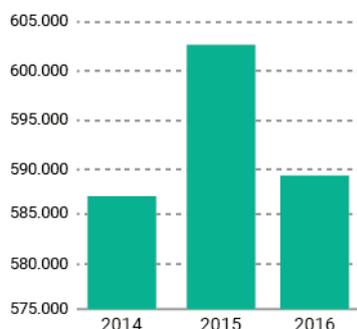
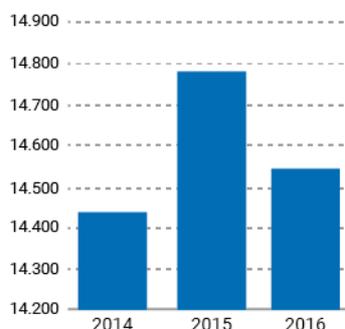
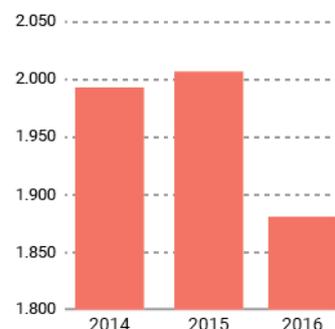
Otro acercamiento al volumen del mercado del libro es el que elabora desde 2015 el “Libro Blanco” de la CAP. En su último informe de 2017, presentan allí una infografía con los datos de ventas a precio de venta al público en el mercado interno, generados con indicadores propios de la consultora a cargo del informe. Esa estimación muestra un volumen del sector bastante menor al construido por el INDEC, aunque con un similar comportamiento de las curvas, un pequeño crecimiento en 2015 y una caída en 2016. El informe efectúa la comparación interanual en base a pesos constantes de 2010. Cuando se toma esa variable, se observa que el sector pasó de \$2.055 millones en 2014 a \$2.206 millones en 2015, y a \$1.681 millones en 2016, lo que da una caída interanual del 23,8% entre estos dos últimos años.

“La industria editorial está atravesando uno de sus momentos más delicados, con caídas en las ventas del 25%, lo que afecta especialmente a las pequeñas y medianas editoriales. De un año a otro se han dejado de producir 20 millones de ejemplares, o sea, casi 55.000 ejemplares por día”.

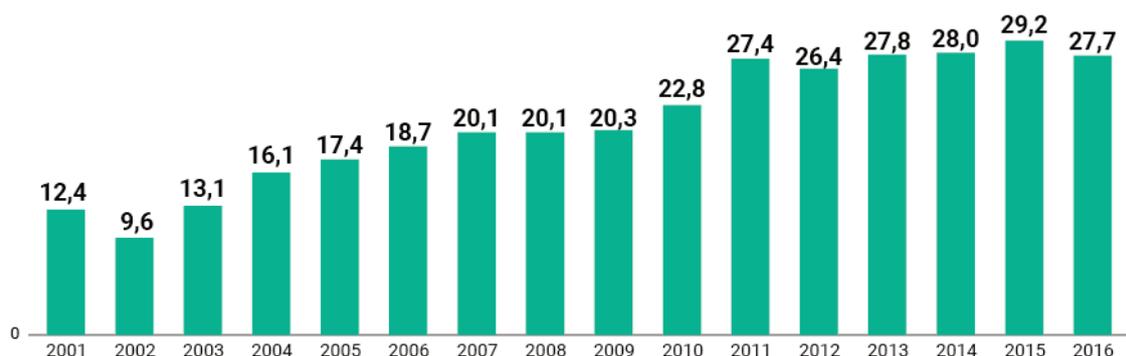
El informe estima que las ventas internas del sector en 2016 tuvieron un volumen de \$8.100 millones de pesos corrientes 2016, contra unos \$8.000 en 2015, lo que resulta en una variación interanual del 1,2%, sin tomar en cuenta la inflación.

⁹ Pese a que el informe producido por el INDEC y el SiNCA mezcla el sector editorial con el sector de “edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas”, se ha decidido incluir en este trabajo.

¹⁰ Los sectores culturales desarrollados en el informe, además del sector Libros y Publicaciones, son: Artes escénicas y espectáculos artísticos, Artes plásticas y visuales, Audiovisual, Producción y edición musical, Diseño, Patrimonio material, Formación cultural, Contenido digital y Publicidad. De todos ellos hay series proyectadas desde 2004 hasta 2016. En ellas, en los últimos tres años es el sector audiovisual el de mayor tamaño, con cerca de un 29% sobre el total; luego la publicidad, con un 19%; en tercer lugar el sector de libros y publicaciones, seguido por los sectores de diseño y contenidos digitales, que promedian el 10% del total. Este último, el digital, viene con una curva de crecimiento sostenido e ininterrumpido desde 2007. El resto de los sectores no superan las dos cifras, y las Artes plásticas es el de menor participación, con un estimado del 1,5%.

VAB del total de la economía
(en millones de pesos)

VAB del total del sector cultural
(en millones de pesos)

VAB del total del sector libros y publicaciones
(en millones de pesos)


FUENTE: Elaboración propia con datos del SInCA-INDEC, Cuenta Satélite Cultura.

Novedades (expresadas en miles)


FUENTE: "Libro Blanco", CAP, 2017.

Ventas mercado interno PVP
(En millones de pesos y millones de ejemplares)

Total Mercado (Privado + Público)	2012	2013	2014	2015*	2016	2015 – 2016
Millones de ejemplares	47,6	55,6	52,0	52,7	39,3	-25,4%
Millones de pesos corrientes	3.215	4.290	5.730	8.000	8.100	1,2%
Millones de pesos constantes	1.898	2.023	2.055	2.206	1.681	-23,8%
Precio medio constante	40	36	40	42	43	
Mercado Privado	2012	2013	2014	2015*	2016	2015 – 2016
Millones de ejemplares	43,2	41,4	42,3	44,1	38,7	-12,2%
Millones de pesos corrientes	3.000	3.600	4.900	6.850	8.000	16,8%
Millones de pesos constantes	1.771	1.698	1.757	1.889	1.660	-3,3%
Precio medio constante	41	41	42	43	43	
Mercado Público	2012	2013	2014	2015*	2016	2015 – 2016
Millones de ejemplares	4,4	14,2	9,7	8,6	0,6	-93%
Millones de pesos corrientes	215	890	830	1.550	100	-91,3%
Millones de pesos constantes	127	325	298	317	21	-93,3%
Precio medio constante	29	23	31	37	35	

Para el cálculo de los precios constantes (es decir, para deflacionarlos), se ha tomado el índice de salarios del INDEC, ya que es el factor que más incide en los aumentos de precios del sector, con base en datos de 2010.

FUENTE: "Libro Blanco", CAP, 2017.

■ La suspensión de las compras desde el Estado nacional

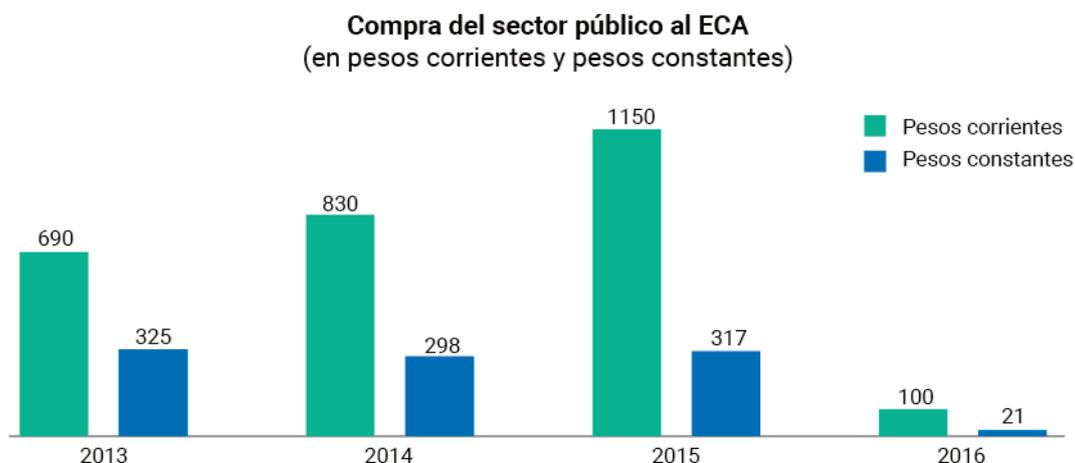
En el mismo informe de la CAP, hay un dato interesante: las ventas del sector editorial se segmentan en “ventas privadas” y “ventas al sector público”. Estas últimas, aunque mucho menores a las ventas del sector privado, son uno de los pilares y motores del sector en los últimos años, sobre todo por los volúmenes de ejemplares por título en las compras. La política de compras del Estado nacional había tomado impulso a partir de la sanción, en 2006, de la Ley de Educación Nacional, donde los libros tenían como destino ser material de promoción de lectura en escuelas públicas de los niveles inicial, primario y secundario. Esta política de adquisiciones fue suspendida en su totalidad y, pese al anuncio de lanzamiento de nuevas compras en 2017, estas quedaron restringidas, y en muy menor volumen, a un segmento de 10/12 sellos que se dedican a producir manuales escolares de grado, en la mayoría de los casos grandes empresas multinacionales con capacidad de *lobby*.

Al respecto, Juan Pampín, gerente de Ediciones Corregidor y tesorero de la Cámara Argentina del Libro, afirma: “Durante la gestión de Alberto Sileoni (ex ministro de Educación de la Nación), el ministerio pasó de tener doce proveedores clásicos a tener más de 180. Eso produjo un efecto derrame importantísimo porque tenías imprentas trabajando, empresas chicas en actividad, generaba una enorme producción”.¹¹

Por su parte, Ecequiel Leder Kremer, gerente de la tradicional librería Hernández de calle Corrientes y vicepresidente de CAPLA (Cámara Argentina de Papelerías, Librerías y Afines) agrega: “Desde el gobierno (de Cambiemos) aseguraron que no van a comprar nada (...) Hablaron de recorte presupuestario; han llegado a decir que los chicos no leen, así que la compra de libros era innecesaria”.¹²

Las compras estatales pasaron de \$1.150 millones de pesos corrientes en 2015 a sólo \$100 millones de pesos corrientes en 2016, lo que da una caída del 91,3% (cuando se analizan los datos en pesos constantes de 2010, la caída es del 93%).

El informe permite visualizar con claridad el impacto en el sector editorial del cese de gran parte de los planes de lectura y compras de libros por parte del Estado nacional.



FUENTE: Elaboración propia según datos del “Libro Blanco”, CAP, 2017.

¹¹ En Laura Manfredi, “La crisis acorrala a la industria”, portal online *Nuestras Voces*. Visto el 6 de octubre de 2017 en: <http://www.nuestrasvoces.com.ar/historias-de-crisis/la-crisis-acorrala-la-industria-editorial/>

¹² *Idem*.

■ #Libroslibres y el aumento de las importaciones

Una de las primeras medidas anunciadas para el sector del libro por el actual Gobierno nacional, en los primeros días de 2016, fue la resolución adoptada por la Secretaría de Comercio del Ministerio de Producción, que levantaba algunas restricciones sobre la importación de servicios gráficos y libros que habían regido durante la gestión anterior. Ante la medida, el Ministerio de Cultura de la Nación difundió y celebró la decisión en las redes sociales mediante el *hashtag* #LibrosLibres.

Los dos grandes argumentos en torno a la medida fueron que mejoraría la “bibliodiversidad” en la oferta de las librerías y la capacidad exportadora de la industria editorial local.

En una nota¹³ del diario *La Nación*, el ministro de Cultura, Pablo Avelluto, dio su opinión sobre la medida tomada por el gobierno anterior: “Limitó el ingreso de libros importados y provocó que en los últimos años los costos de producción locales volvieron menos competitiva a nuestra industria, a la vez que desalentó la exportación de libros”. Y agregaba que ante el levantamiento de estas restricciones “los lectores argentinos van a tener acceso a la mayor oferta bibliográfica disponible, sin obstáculos burocráticos ni limitaciones que impedían la libre circulación de las ideas”.

“Las importaciones del sector llegaron en 2016 a duplicar las de 2015, pasando de 40,3 a 78,5 millones de dólares.”

Los resultados de la “apertura” muestran que las importaciones del sector han llegado en 2016 a duplicar las de 2015, pasando de 40,3 a 78,5 millones de dólares. Por su parte, en el primer semestre de 2017 las importaciones ya alcanzaron los 51,4 millones de dólares. Así, el déficit en la balanza comercial aumentó un 387%, pasando de un rojo de 13,1 millones de dólares a 50,7 millones.

En los datos de comercio exterior de la Federación de Gremios de Editores de España se destaca “la recuperación de las cifras de la Argentina, tras unos años de descenso, que alcanzaron los 31,78 millones de euros”¹⁴ exportados. Las importaciones por parte del sector local pasaron de 17.908 en 2015 a 31.783 en 2016. Un 77% más de un año a otro. A su vez, los servicios de producción gráfica en el extranjero también aumentaron. Se estima que ya el 11% de la producción de libros de editoriales argentinas se produce en China.

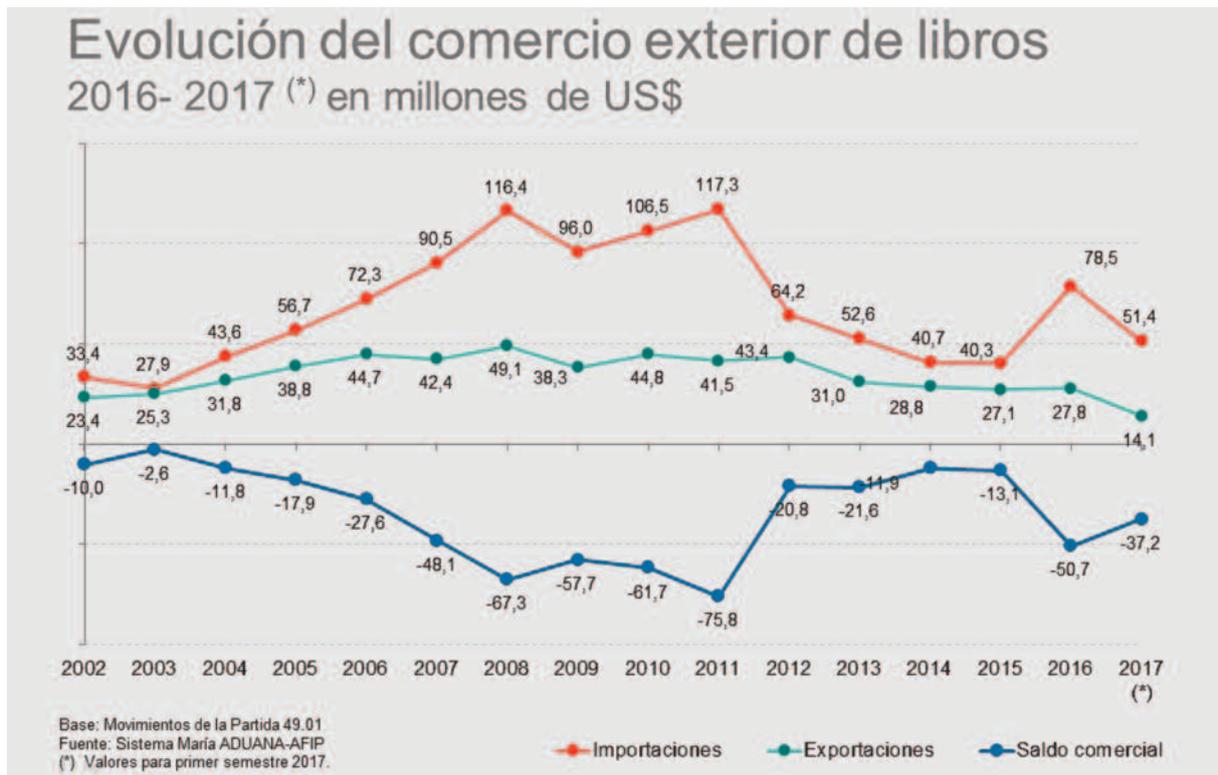
“El déficit en la balanza comercial aumentó un 387%, pasando de un rojo de 13,1 millones de dólares a 50,7 millones.”

Algunos actores del sector, a su vez, argumentan que un tercio de las importaciones son para el segmento de los kioscos de diarios y revistas, y son realizadas por una sola importadora, donde no entran libros únicamente, sino publicaciones con objetos (pulseras, accesorios, autos de juguete, etc.).

En torno a las exportaciones, uno de los pocos datos alentadores para el sector desde las políticas públicas fue la reglamentación y puesta en marcha del régimen simplificado para exportaciones vía *courrier* (Exporta Fácil) que fue demandado durante años por la industria.

¹³ Visto el 15 de septiembre de 2017 en: <http://www.lanacion.com.ar/1860035-mercado-de-libroslibres-el-impacto-de-una-medida-con-hashtag-propio>

¹⁴ Visto el 15 de septiembre de 2017 en: <http://federacioneditores.org/img/documentos/130717-notasprensa.pdf>



FUENTE: Informe CAL, 2017.

■ Trabajadores y terciarización

Existen muy pocos datos sobre los puestos de trabajo en blanco que genera el sector editorial. A su vez, la innovación tecnológica de todos los procesos de producción ha generado cambios en las condiciones de los trabajadores del sector, y una gran parte de ellos trabaja en carácter *freelance*.

Los únicos datos disponibles sobre trabajo formal en el sector son elaborados por el Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires, a partir de sondeos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial, MTEySS en base a SIPA. El promedio anual de los datos semestrales disponibles en el informe muestran que el sector de "Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones" en la Ciudad de Buenos Aires promediaba en 2014 unos 5.963 trabajadores en blanco, y que para el 2016 hubo una caída de alrededor de 215 puestos, es decir que pasó a 5.748 trabajadores en promedio: una caída del -3,61%. En el sector "Impresión", el mismo informe muestra que en 2014 se empleaban unos 20.403 trabajadores en promedio, y que para 2016 cesantearon a más de 840 trabajadores, es decir que pasó a 19.561 puestos de trabajo en promedio: una caída de -4,12%.

La situación de crisis golpea aún más a los trabajadores tercerizados o *freelance*. En las entrevistas realizadas para este informe, correctores y diseñadores *freelance* nos han descrito en estos términos el panorama:

Hasta febrero-marzo-abril de 2016 no lo noté claramente, quizás porque las editoriales estaban armando la producción para la Feria del Libro de Buenos Aires de ese año. Pero a partir de junio de 2016 la disminución en la cantidad de títulos nuevos que me enviaban para corregir desde las editoriales se hizo patente. Durante el segundo semestre de 2016 debí reemplazar trabajos que habitualmente hacía para una sola editorial con trabajos

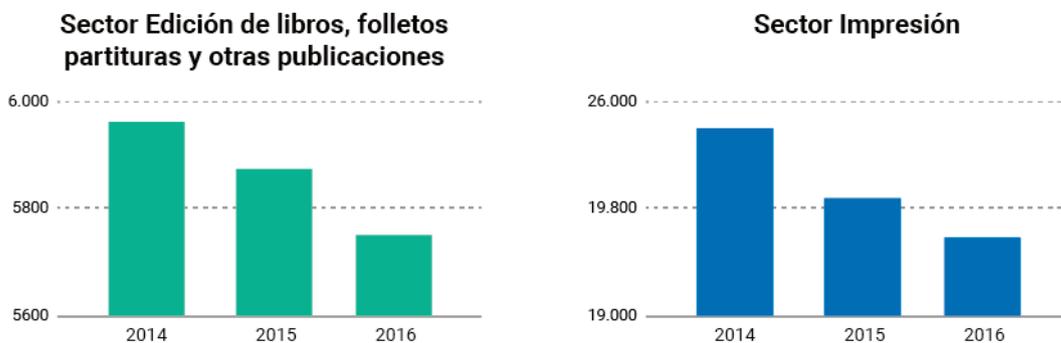
para otras editoriales (con lo que significa tener que conseguir esos trabajos). Es decir que si antes trabajaba cinco libros por mes para una editorial X, ahora trabajaba dos libros para esa editorial X y debía reemplazar los otros tres con alguna editorial Y (o con tesis, monografías, etc., trabajos “personales”). Algunos meses lograba reemplazar el ingreso, otros no. En este 2017 el panorama es bastante similar. O aún peor. Hace algunos días, a fines de mayo, recibí un mail de una editorial bastante grande para la que trabajo (actualmente corrijo para tres editoriales) donde me informaban que el sello decidió reducir sensiblemente la cantidad de títulos a producir este año. De manera que creo que la situación económica general y las particularidades del universo del libro en papel ya no afecta a pequeñas o medianas editoriales sino a todas, no importa su tamaño.

Y sobre los aumentos en las tarifas de sus trabajos agregaban:

En general, yo acompañaba todos los años el promedio de las paritarias. Hablo entre el 2006 y el 2015. Ya durante 2016 aumenté la tarifa en un porcentaje menor a las paritarias y, por supuesto, a la inflación. En lo que va de 2017 hice un retoque mínimo. Aún así, un cliente me reclamó por el precio del trabajo. Me dijo algo así como “vos sabés que estamos atravesando un momento muy duro”. La manera de luchar contra eso creo que es la de todos: trabajar más horas para tratar de sostener los ingresos. En mi caso, ante la difícil situación de la industria, también comencé a pensar en dedicarme a otra cosa.

Sobre este último punto, es interesante destacar la iniciativa del “Tarifario Editorial - Valores Mínimos Orientativos”¹⁵ de la agrupación de graduados de la carrera de Edición (FFyL, UBA), nacida en estos años. La propuesta incluye una encuesta cuali-cuantitativa de carácter continuo, con el objetivo de “comenzar a tener, hacia adentro del sector, mayores parámetros a la hora de elaborar un presupuesto, para también poder defender, hacia afuera, los intereses del trabajador editorial y exigir una retribución justa por nuestra labor”.

Promedio de fuentes de trabajo



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial, MTEySS en base a SIPA. Procesado por el OIC (datos extraídos del Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires).

¹⁵ Ver: <http://masparamas.com.ar/tarifario-editorial/>

■ Entre la concentración y los nuevos sellos

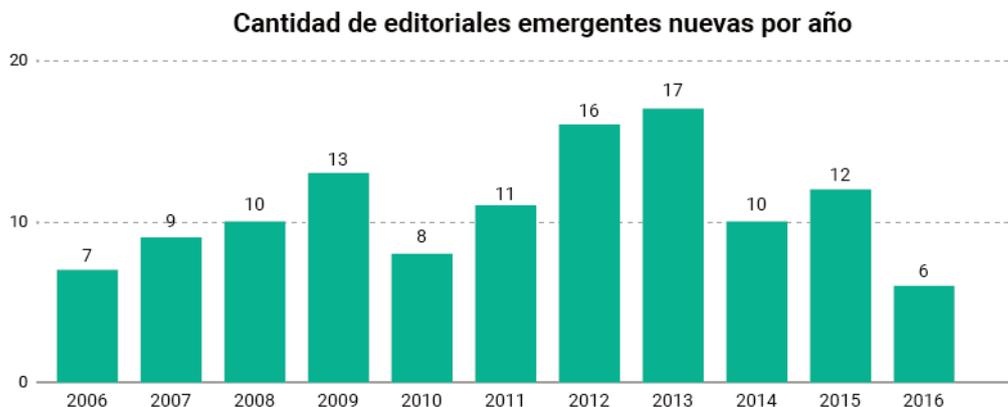
Los procesos de concentración del sector en pocas empresas, que comienzan en nuestro país a mediados de los años noventa, continuaron creciendo en este período. Como contraparte, es notable la cantidad de nuevos sellos editoriales independientes (emergentes) nacidos en los últimos años, que se van profesionalizando de la mano de nuevas formas de gestión y agrupamientos colectivos.

Dentro de los procesos de concentración (o mejor dicho, hiperconcentración) podemos nombrar la compra, en 2014, de varios sellos del Grupo Prisa a Penguin Random House, el mayor grupo editorial del mundo. La venta pasó de manos a “Alfaguara, Taurus, Suma de Letras, Aguilar, Punto de Lectura, Fontanar y Objetiva, en los 22 países donde tiene presencia: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. El negocio se cerró en la suma de 72 millones de euros (algo más de 100 millones de dólares)”.¹⁶

Este proceso del gigante del libro continuó este año con el anuncio de compra de Ediciones B al Grupo Zeta. Según los informes anuales del sector editorial en España, efectuado por el Gobierno español sobre las 3.109 editoriales privadas que existen en la península, “una de cada tres editoriales está relacionada con los grandes grupos, lo cual afecta directamente su producción editorial y la de sus competidores”.¹⁷

En el otro extremo, en la Argentina se produce el crecimiento del sector independiente, ligado, sin dudas, a la revolución tecnológica de los últimos años, que facilita los procesos de escritura, edición y diseño y la producción gráfica y posibilitan la producción de ejemplares de manera artesanal y/o en bajas tiradas en los sistemas “por demanda”. A su vez, esto también puede vincularse con la larga tradición editorial que tiene nuestro país.

Al respecto de este proceso, es interesante el análisis de la cátedra de Marketing Editorial de la carrera de Edición de la UBA que aparece en el “Libro Blanco” de la CAP sobre la cantidad de editoriales emergentes que han nacido durante los últimos años. Desde el año 2006 se han ido relevando los nuevos proyectos editoriales año a año, con un pico de hasta diecisiete nuevos sellos en 2013 y doce en 2015, y una sensible caída en el 2016 con la aparición de tan sólo seis sellos.



FUENTE: Cátedra de Marketing Editorial, carrera de Edición, UBA. En “Libro Blanco”, CAP, 2017.

¹⁶ Bárbara Álvarez Plá, en: https://www.clarin.com/sociedad/Hiperconcentracion-Penguin-Random-House-Alfaguara_0_B1EmnhCcwmg.html. Visto el 20 de septiembre de 2017.

¹⁷ Lucía Lijtmaer, en: http://www.eldiario.es/cultura/libros/imparable-concentracion-mercado-editorial_0_631687436.html. Visto el 20 de septiembre de 2017.

Los nuevos sellos llegan a la vez con formas de gestión colectivas que les permiten participar cada vez más activamente de ferias, mejorar sus canales de distribución, bajar los costos de producción, etcétera. Como ejemplo se pueden nombrar los stands colectivos de la Feria del Libro de Buenos Aires 2017:¹⁸ La Coop (que incluye los sellos Alto Pogo, Añoosluz, Audisea, Azul, Conejos, China, Espacio Hudson, Mágicas Naranjas, Paisainta, Qué diría Víctor Hugo?, Santos Locos, Clubcinco, Evaristo Editorial, Clase Turista, y Editorial Nudista), Todo libro es político (que nuclea a las editoriales Bajo la Luna, Milena Caserola, Letra Sudaca, Hekht libros, El Cuenco de Plata, La Cebrá, La Bola, Tinta Limón, Miluno, Dedalus, Pente Aéreo, Traficantes de Sueños, Loom, Madreselva, Cactus, La mariposa y la iguana, La Periférica distribuidora, Caterva, Tren en movimiento y Plinodiatrae), La Sensación (Mansalva, Blatt & Ríos, Iván Rosado y Caballo Negro), Siete Logos (Caja Negra, Eterna Cadencia, Adriana Hidalgo, Katz, Entropía, Mardulce y Beatriz Viterbo) y el Frente Editorial Latinoamericano (Fiordo, Gourmet Musical, Godot, Editores Independientes del Perú, Alquimia –Chile–, Libros del fuego –Venezuela–, Librosdementira –Chile–, Nulú Bonsai, Gog & Magog, Hormigas negras, Marciana, Notanpuan y Mil botellas).

Otro ejemplo del dinamismo de este sector emergente se puede observar con 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 de Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Uruguay y Venezuela. Los organizadores de la feria estiman que pasaron más de siete mil personas durante los tres días que duró el evento.

■ Eslabón librerías

Las librerías fueron uno de los eslabones más golpeados del sector editorial durante el 2016. Incluso, la crisis ya ha llevado a varias de ellas al cierre. A la caída de las ventas se le han sumado otros factores que agravan aún más el panorama: el aumento de tarifas en los servicios, el alza de los costos de alquiler y el incremento de los costos de logística que afecta sobre todo a las librerías del interior.

Federico Gori, corredor de Ediciones Corregidor desde hace años y en permanente contacto con las librerías, relata la situación de esta manera:

“Las librerías fueron uno de los eslabones más golpeados del sector editorial durante el 2016. Incluso, la crisis ya ha llevado a varias de ellas al cierre.”

Nunca viví en el libro esta situación, es muy grave lo que está pasando. Los primeros cierres de librerías los noté en el interior: Mar del Plata, Córdoba, Santa Fe. Pero también en Buenos Aires, librerías de calle Corrientes, del barrio de Palermo. Otros libreros independientes chicos, de zona norte del Conurbano, están aguantando la situación endeudándose, algunos pidiendo préstamos, otros vendiendo su auto.

Pablo Pazos, librero de muchos años, ahora a cargo de Librería Arcadia, comentaba al respecto en una nota del diario *La Nación*: “En dos años los costos de un local se duplicaron o triplicaron, la recesión avanza, la inflación ahora es superior a la del 2014 y 2015, en los años ochenta no hubo recesión (se gastaba más porque la plata no duraba nada y no había capacidad de ahorro). Están cerrando más negocios ahora que en esa época”.

¹⁸ Algunos de estos proyectos colectivos exceden la participación en la feria.

Este proceso ha llevado a que se retrasen mucho las cadenas de pagos del sector, y las ventas que se cobraban en 30 o 60 días han pasado a plazos de más de 90, 120 e incluso 180 días. Y también se ha frenado casi en su totalidad la posibilidad de compras “en firme” de materiales.

Federico Gori ahonda un poco más:

Las librerías se quejan de que no están teniendo novedades suficientes para rotar los materiales y movilizar las ventas; notan mucho que se está dejando de editar por parte de los medianos y pequeños sellos. Y del otro lado, tampoco están bien. Los corredores amigos de las editoriales grandes me comentan que, a pesar de estar editando la misma cantidad de novedades anuales, las ventas les han caído mucho, a veces hasta 35% abajo en cantidad de ejemplares. Incluso han llegado a echar al gerente comercial por este proceso en alguno de los grandes grupos.

Este panorama, a su vez, llega como una mayor presión a las librerías por parte de los grandes grupos, sobre todo en el interior: si no se declaran ventas o se paga en tiempo y forma, se amenaza con no enviarles novedades, *best sellers* o los libros de venta más rápida. Por supuesto, las editoriales más pequeñas no tienen este poder de presión, por lo cual terminan siendo las más perjudicadas.

El precio de las tarifas de los servicios públicos y de los alquileres se suma a la caída del consumo. Algunas librerías ya han cambiado sus locales en peatonales o avenidas por espacios alternativos o de menor superficie, para bajar los costos. Es el caso de librerías del interior, como por ejemplo Capítulo Uno de Corrientes, pero también de cadenas como el Ateneo Grand Splendid de Florida 629, que cerró sus puertas y se mudó enfrente, a un local mucho más chico.

Por último, el costo de logística y de transporte también ha sido uno de los que más ha aumentado en los últimos dos años. Y por cuestiones de distancia, tuvo mayor incidencia, otra vez, en las librerías del interior.

“El sector editorial registra caídas superiores al 25% tanto en la producción como en las ventas.”

Así lo cuenta María Eugenia Jaldín, de Librería Horizonte de Jujuy:

Desde 2015 los costos de los fletes aumentaron más del 100%. Sólo de marzo a julio de este año (2017) aumentó el 11%. Hace poco, desde una editorial chica me enviaron nueve libros y pagamos \$310: vendiendo todos los ejemplares no terminamos de recuperar los costos del flete. Creo que los costos de los traslados llegan al 10% del PVP.

Juan Pampín, de Ediciones Corregidor, ofrece otro ejemplo de esta problemática:

Pedirle una devolución de cuarenta ejemplares (casi 20 kg) a una librería de Trelew implica una factura de \$800. El precio de venta de todos esos libros al público es de aproximadamente \$8.000.

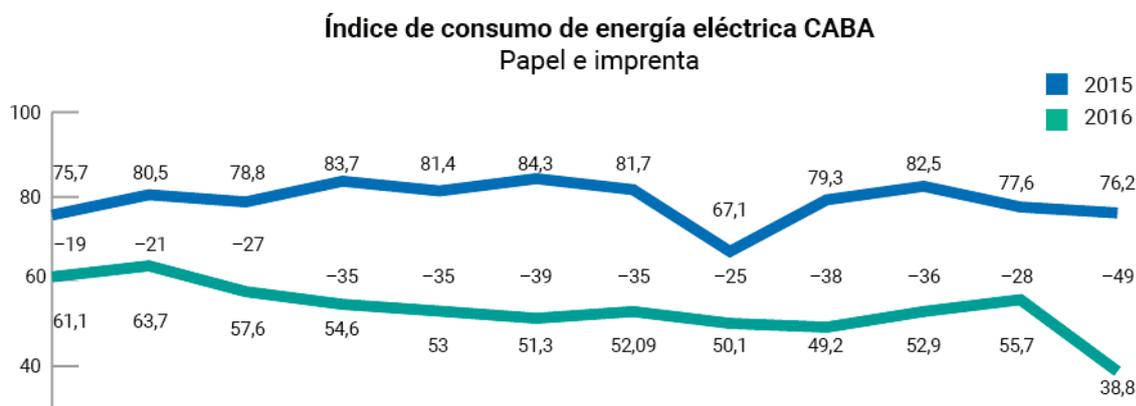
Esta situación afecta principalmente a las editoriales independientes y emergentes más chicas, tornando inviables las relaciones comerciales con las librerías del interior.

■ Eslabón sector gráfico

El otro eslabón del sector del libro, hacia atrás, es el sector gráfico. Y aunque es el de mayor capitalización de toda la cadena, también es el de peores perspectivas tras la apertura de las importaciones.

Según números de FAIGA publicados en sus propios informes, “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”. Con la apertura de las importaciones promovida por el Ministerio de la Producción –se desecha la certificación de plomo utilizada en tintas y se eliminan las declaraciones anticipadas–, en los dos últimos años las importaciones volvieron a crecer: el primer semestre de 2017 registró 51,9 millones de dólares en importación de libros, contra 21,7 millones del primer semestre de 2015. Un 140% de aumento en dos años.

Un dato ilustrativo sobre esta situación lo da la medición que hace la Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sobre el consumo eléctrico del sector papel e imprentas que entre 2015 y 2016 llegó a bajar hasta un 49% en su variación interanual.



FUENTE: Dirección General de Estadística y Censos de GCBA.

■ Conclusiones

El análisis de los datos disponibles deja en claro que el proceso inflacionario con su correlativo incremento de costos, la disminución de las ventas producto de la caída general del consumo, y sobre todo, las decisiones políticas de apertura indiscriminada de importaciones y desaparición de las compras públicas al sector que se habían consolidado en los últimos años para el desarrollo de planes de lectura, han llevado al sector a una crisis en la que todavía no han aparecido los “brotes verdes”.

También los datos aportan que este proceso de crisis ha golpeado con mayor fuerza a las pequeñas y medianas editoriales, los proyectos emergentes, y en el resto de la cadena de valor a los eslabones de librerías y imprentas.

Los últimos años del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner cerraron una década de crecimiento inédito en el sector. La llegada de Cambiemos y las políticas públicas ejecutadas desde entonces desataron una crisis en este sector de la que todavía no hay ningún indicio real de recuperación.

Ante esta situación, siguen presentes los reclamos realizados por la Cámara Argentina del Libro (CAL) y la Cámara Argentina de Papelerías, Librerías y Afines (CAPLA) durante la Feria del Libro de Buenos Aires con la acción: "S.O.S. Libro Argentino. Sin libros no hay futuro posible".

ANTE LA SITUACIÓN ACTUAL DE

25% DE CAÍDA GENERAL DE LAS VENTAS	AUMENTO DE LOS COSTOS DE LOS SERVICIOS BÁSICOS Y DE LA LOGÍSTICA	20% DE BAJA EN LA PRODUCCIÓN DE LIBROS (27.000.000 DE EJEMPLARES ANTES EN 2014)	CAÍDA DE LAS COMPRAS GUBERNAMENTALES	CIERRE DE LIBRERÍAS
------------------------------------	--	---	--------------------------------------	---------------------

S.O.S.

LIBRO ARGENTINO

NECESITAMOS

POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO DEL LIBRO ARGENTINO	FOMENTO DE LAS TIPOGRAFÍAS ESCOLARES Y PÚBLICAS	PROGRAMAS DE PROMOCIÓN DE LA LECTURA Y APOYO A LAS LIBRERÍAS	CRÉDITOS FLEXIBLES PARA LA PRODUCCIÓN DE BENS CULTURALES	PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES
---	---	--	--	--------------------------------

SIN LIBROS NO HAY FUTURO POSIBLE

CÁMARA ARGENTINA DEL LIBRO (CAL) CÁMARA ARGENTINA DE PAPELERÍAS, LIBRERÍAS Y AFINES (CAPLA)

Informe sobre la industria cinematográfica

Eva Piwowarski

■ Un país sin cine es una casa sin espejos

Desde abril de 2017, una profunda crisis institucional ha instalado el caos y la confusión en la industria del cine argentino. Con la utilización grosera de burdas campañas mediáticas, a partir de la colaboración de periodistas de dudosa o inexistente seriedad, con informes fraguados, plagados de inexactitudes, calumnias e injurias, a las que se sumó el poder político gobernante, el cine está siendo acosado por un fantasma que nos remonta al año 1994, previo a la sanción de la Ley 24.377.

Sin temor al escándalo y a la injusticia, han producido la renuncia del presidente del INCAA, Alejandro Caccetta, y del director de la ENERC, Pablo Rovito, ambos representantes de la industria, aunque de distintas extracciones. Esa decisión hacía prever una andanada contra la Ley que permitió el desarrollo virtuoso de un sector con peso específico en el campo simbólico y económico, como es el cine argentino, marca de calidad a nivel mundial.

En este momento, el sector –con todas sus entidades profesionales y sindicatos de representación– está movilizado y en asamblea debido a una nueva resolución, la 942, que promovió el INCAA conducido por Ralph Haiek, el nuevo titular del organismo, un hombre de la televisión y del *show business*.

En líneas generales, las entidades explican que la Resolución 942 “vulnera en forma directa el espíritu de la ley”, ya que “modifica su sentido cambiando el concepto rector de ‘fomento a la industria’ por el de ‘financiamiento a la producción’”, y aseguran también que esto “ahogará financieramente a las pequeñas y medianas productoras y generará una inexorable y drástica reducción de las películas filmadas, con el riesgo de que sólo sobrevivan las grandes producciones asociadas a los sectores corporativos más poderosos de la distribución internacional”.

Hay que preguntarse, entonces, cuáles son las razones para que el propio Estado vaya contra el desarrollo de un sector prestigioso y que, además, crea trabajo. Y como en muchas otras cuestiones, lo que surge es *la lógica de un capitalismo global de concentración hegemónica enfrentando sin pudores al desarrollo capitalista nacional*. Se trata de *la pelea final por la apropiación total de los mercados*. En este informe se indaga sobre algunos puntos importantes que pueden ensayar respuestas a este interrogante.

Premiado, aclamado, aplaudido en el mundo en festivales y muestras, así como por la crítica, el cine argentino hoy es referente en la consideración especializada mundial de *buen cine*, con historias plenas de humanidad, comunes a cualquier pueblo, a fuerza de talento narrativo, creatividad, sentido histórico y capacidad técnica y artística.

En los últimos veintitrés años, el cine argentino se proyectó con todo su vigor productivo gracias a la ley de cine promulgada en 1994. La virtuosa dinámica establecida entre el Estado, a cargo de la ejecución de la ley y de su Plan de Fomento (INCAA), y el sector organizado en entidades y sindicatos representativos de la producción y la realización, dio lugar al desarrollo sostenido de la industria y a la conformación de políticas públicas modernas y de gran impacto con alcance nacional.

En ese período, bajo la influencia de grandes debates internacionales acerca de la necesidad de preservar los espacios audiovisuales nacionales frente al proceso hegemónico de la globalización (más la irrupción de las nuevas tecnologías, primero el

video y luego los sistemas digitales, que simplifican y reducen costos de producción), resurgen en el mundo cinematografías tradicionales e incluso nacen cinematografías nuevas en países que estaban relegados a no producir.

En Latinoamérica se produce una sinergia entre el sector público y privado, tanto hacia dentro de las naciones como en las relaciones interregionales, de modo que hoy se podría hablar de un cine latinoamericano, con expresiones particulares en cada país.

El cine argentino, gracias a una ley de cine moderna y amplia y a la dinámica de sus realizadores y productores, genera cierto liderazgo en Latinoamérica a partir de la impronta del llamado Nuevo Cine Argentino de fines de la década de 1990 y de producciones que busca el mercado. Como ejemplos, los filmes *Nueve reinas* o *El hijo de la novia* impactaron internacionalmente y fueron tomadas como modelo de calidad, competitividad y expresión propia. Se despliegan bajo instrumentos regionales como Ibermedia o Fond Sud Cinema, acuerdos diversos de coproducción que implican a casi todos los países latinoamericanos, y también con los más diversos socios europeos, asiáticos y africanos.

Aparecen nuevos talentos, figuras que ganan prestigio a nivel internacional, como Lucrecia Martel, Israel Adrián Caetano, Pablo Trapero, Anahí Berneri, Juan José Campanella y Damián Szifrón, entre otros cineastas de la nueva camada, quienes se sumaron en los últimos años a históricos como Adolfo Aristarain, Leonardo Favio, Fernando "Pino" Solanas, Eliseo Subiela, etcétera. Y para completar, se impone también un nuevo *star system*, con el actor Ricardo Darín a la cabeza, que ya es marca en el mundo.

Sin embargo, esas cualidades no son suficientes para que el cine argentino logre su sostenimiento financiero en el mercado nacional. No se trata de una carencia sólo de la Argentina. *Ningún cine en el mundo lo consigue, a excepción de los Estados Unidos, con su posición dominante a través de Hollywood, y de India, China y Nigeria, por condiciones particulares de hábitos de producción y consumo.*

En este informe se tomará como período marco los últimos veinte años, en términos históricos, a fin de reflejar lo acumulado en el sector y de efectuar un comparativo cuantitativo de los últimos cuatro años que nos permita una mínima aproximación a un estado de situación, para valorar qué se está haciendo con los destinos de nuestra industria cinematográfica.

■ Antecedentes

A mediados de la década de 1980 el cine entró en los debates mundiales. Se planteó la puja entre la creciente hegemonía de Hollywood contra el desarrollo de los cines nacionales, y tiempo después esto generó demandas ante la Organización Mundial de Comercio (OMC). Por su parte, los tratados de libre comercio crearon preocupación respecto de la inmunidad de los contenidos y de las expresiones culturales frente a los avances del globalismo.

En 1989, por iniciativa de Octavo Getino, director del INC (INCAA partir de 1994), se crea la CACI (Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica). Desde esa entidad, en 1997 se formula el programa Ibermedia, la herramienta más efectiva en materia de promover la coproducción. Este programa permitió la inclusión de muchos países en la producción de cine.

En este contexto, la Unión Europea inició políticas activas de defensa y promoción para evitar la desaparición lisa y llana del cine europeo de sus propias pantallas. Así surgió "Televisión sin Fronteras", medida que apuntaba a la difusión de contenidos europeos obligatorios en los países signatarios, y acciones de fomento como los sucesivos

programas MEDIA. Francia tomó la iniciativa y planteó la necesidad de excluir a la cultura y los productos culturales de la liberalización del comercio global, tesis defendida en la OMC a través de los criterios de “excepción cultural” y de la cláusula de “la nación más favorecida”. La Unesco asumió este debate, que culminó en 2005 con la Convención Universal de la Diversidad Cultural, aprobada por casi todos los países signatarios, con la negativa de los EE.UU. e Israel.

En 2004 se formula la RECAM, instrumento de integración audiovisual en el Mercosur, con el objetivo de diseñar normas y acciones que favorecieran la creación de un mercado común audiovisual.

En el ámbito argentino, la aplicación de la Ley 24.377 sin interrupciones desde su sanción en 1994 favorece el desarrollo productivo de la industria. El cine argentino adquirió prestigio en los mercados mundiales y se volvió competitivo en su propio mercado, a pesar de las desigualdades ya mencionadas.

El Plan de Fomento diversificó y amplió las posibilidades con diversas líneas, concursos, etcétera. Y así, en 2011 el audiovisual argentino se vio interpelado con la posible incorporación de variados actores a una nueva meta: la televisión. Al influjo de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y del plan de digitalización de las comunicaciones en manos del Estado (Televisión Digital Abierta), el INCAA incorpora líneas de fomento para contenidos audiovisuales para TV y otras plataformas.

“El cine argentino tiene hoy sólo 867 pantallas en todo el país, a su vez concentradas en apenas 280 salas, pertenecientes a 194 empresas. De esas empresas, hay cuatro grandes cadenas (Hoyts, Village, Cinemark y Showcase), con el 37% de las pantallas que acaparan el 59% de espectadores.”

Todas estas iniciativas dieron lugar a un crecimiento exponencial de la producción cinematográfica y audiovisual. Lo paradójico es que al tiempo que se incrementa la producción, se profundiza el principal cuello de botella, que es la distribución y la exhibición. A lo que se suma el riesgo implícito de mayor concentración y extranjerización de la oferta por los avances de la globalización en materia de distribución y consumos.

■ El problema de la distribución y exhibición

Uno de los factores más importantes en la concentración del mercado y en la unificación de contenidos según su origen (Hollywood), equivalente a una extranjerización del mercado en una sola mano (hegemonía), ha sido el rediseño del circuito de exhibición argentino con la llegada de las cadenas internacionales en la década de 1990. Desde entonces, el mercado de salas argentino responde a las lógicas de ocupación de la industria hegemónica. Los intentos de regularlo a través de dispositivos como la cuota de pantalla no han prosperado lo suficiente.

El cine argentino tiene hoy sólo 867 pantallas en todo el país, a su vez concentradas en apenas 280 salas, pertenecientes a 194 empresas. De esas empresas, hay cuatro grandes cadenas (Hoyts, Village, Cinemark y Showcase), con el 37% de las pantallas que acaparan el 59% de espectadores.

En este punto es importante identificar los modos de consumo y las formas de programación (origen, copias, semanas, media de espectadores, horarios, etcétera), para comprender cómo ese 59% de espectadores cautivos consumen mayoritariamente pocos títulos, casi todos ellos de Hollywood, y cómo, de resultas, cada día hay menor

mercado para el cine argentino y aún menor para el cine que expresa la diversidad cultural (la lógica del negocio de las multisalas no es el cine, sino el pochoclo, por lo que las películas deben responder al modelo de consumir pochoclo en la sala, hecho que explicaría la decadente oferta del cine de Hollywood).

La gran novedad tecnológica de la digitalización tampoco ha facilitado la desconcentración del mercado, sino todo lo contrario. Esto, una vez más, pone en evidencia que las tecnologías no son garantes de mayor democracia ni de mejor acceso a contenidos culturales diversos, como pensaba la Unesco.

En 2009 el Estado argentino tuvo la iniciativa de regular el espacio radiodifusor con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Esa ley, que venía a democratizar y desconcentrar el mercado televisivo, y con ello, a generar una demanda de producción nacional y local diversa así como una televisión diferente, fue sometida a una batalla desigual por una disputa de poder entre los medios hegemónicos argentinos y el entonces Gobierno nacional. El actual gobierno, que asumió en 2015 y que había gozado del aval de los medios dominantes durante la campaña, deroga por decreto de necesidad y urgencia (DNU) aspectos sustanciales de una Ley democrática como pocas. En la práctica, se vuelve atrás con los avances de soberanía y tecnología y con distintas políticas de comunicación, dando una vuelta de tuerca más en la extranjerización del mercado audiovisual. La nueva administración desmantela las políticas de fomento de la televisión digital abierta (TDA), permite que se excluyan canales de la grilla de cable (Telesur, Aqua Mayor, etcétera), vuelve a privatizar la emisión de partidos de fútbol y obliga a retroceder a medios comunitarios a la categoría de clandestinos o ilegales.

Asimismo, el Gobierno crea el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom), que reemplaza a la disuelta Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). Hoy, dicho organismo tiene en sus manos un proyecto poco divulgado sobre la llamada "ley de convergencia", que regularía el rol de las telefónicas como productoras y difusoras de contenidos, ley sobre la cual no hay información fidedigna y sobre la que los sectores nacionales cinematográficos, que reclaman una participación más activa, ya han expuesto sus dudas.

Por su parte, el cine argentino, como cualquier otro, aún tiene su lugar de lanzamiento y captación de público nacional privilegiado en las pantallas cinematográficas. Como nuestro país no tiene ninguna reglamentación de cuota en las televisoras abiertas o de cable, no hay compras de derechos para esas ventanas.

La hegemonía de Hollywood, que ocupa un promedio del 90% de los mercados mundiales de salas, hoy se replica hasta en las mantas de la piratería¹ (también fenómeno en extinción) y se manifiesta con crudeza en las plataformas web como nuevas formas concentradas de ofertas para el consumo.

La desaparición de los *video home* también afecta la diversidad de la oferta, y como principal perjudicada: la producción argentina. La piratería replica exactamente el modelo

"Si lo comparamos con el 2014, el 2015 fue el año con mayor cantidad de venta de entradas desde 1986: un total de 55.069.947 espectadores, cinco millones más que el año anterior. Toda una paradoja: 2016 "hereda" la mayor cantidad de estrenos argentinos pero mantiene la misma cuota de espectadores que en 2015 y quedó tercero en el ranking de ventas desde 1997."

1 http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

de consumo *mainstream* de las salas. Los títulos reproducidos son, en una evidente mayoría, de origen de Hollywood y sólo aparecen los films argentinos estrenados en salas que hayan gozado de público, replicando el modelo hegemónico. La piratería, entonces, reproduce el modelo cultural y con ello cierra cualquier posibilidad de demanda de diversidad. Claramente, se trata de otra herramienta al servicio de la hegemonía.

Las tecnologías digitales han producido un efecto impactante en todo el circuito de la industria audiovisual. En la fase de producción, permite un mayor ingreso de personas a la industria en materia de creatividad y realización. También, que el realizador pueda pensar en nuevas asociaciones y formas de producción. Pero la extranjerización y concentración del mercado condiciona la apertura, y deben resignarse expectativas de difusión y distribución.

La aparición de las plataformas VOD –con Netflix como modelo– y de los canales YouTube y similares no modifican esta tendencia. Netflix agrega, en todo caso, los nuevos formatos de series de alcance global. Y una posible tendencia de los estrenos en la plataforma sin pasar por la sala. El *on demand* va en ascenso en las pautas de consumo, pero la oferta sigue siendo prácticamente la misma.

En cuanto a las salas, el proceso de concentración en los multiplex angosta y ahoga la producción independiente más que nunca. La digitalización de las salas no sólo no ha devenido en democratización de estas sino que consolida el modelo de ocupación, ya que los “ductos” digitales están en manos de las distribuidoras internacionales.

A pesar de las desventajas objetivas a las que está expuesta la producción cinematográfica argentina respecto de su propio mercado, según informes de Ultracine y de la Gerencia de Fiscalización del INCAA, a partir de 2013 el porcentual de taquilla para el cine argentino ha alcanzado entre el 13 y el 18% de público. Cierto es que ese porcentaje se nutre de pocos títulos con muchos espectadores y muchos títulos sin posibilidades de salas sin el acompañamiento del Estado nacional. De todos modos, habla de un alto grado de competitividad de la industria argentina frente a la hegemónica.

“La nueva administración desmantela las políticas de fomento de la televisión digital abierta (TDA), permite que se excluyan canales de la grilla de cable (Telesur, Aqua Mayor, etcétera), vuelve a privatizar la emisión de partidos de fútbol y obliga a retroceder a medios comunitarios a la categoría de clandestinos o ilegales.”

Según un estudio de mercado del cine en la Argentina realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Buenos Aires en 2015, la facturación de los cines de la Argentina tuvo un crecimiento sostenido durante la última década, y alcanzó en 2014 la cifra de 2.009 millones de pesos (20% más que el año anterior). En 2013 fue récord de espectadores, con 48 millones de entradas vendidas. En 2014 se redujo un 5%.

La cuota de pantalla nacional alcanzó un 18% (9% más que en 2013).

Como ya se ha señalado, se destacan como factores positivos la continuidad de aplicación de la Ley 24.377 y el Fomento Cinematográfico del INCAA, que a través de su sistema de subsidios y créditos aportó al sector 283 millones de pesos.

En este punto se comienza a evidenciar el proceso de mayor concentración y menor diversidad, a pesar de que el 80% de las salas mudan a la digitalización con ayuda del Estado nacional. De esta manera, el problema de la distribución independiente se agrava.

■ La situación actual y perspectivas

El cine en la Argentina representa uno de los grandes consumos culturales. Temporada a temporada se va ampliando hacia diferentes sectores de la sociedad.

En 2014 se estrenaron 404 películas en 867 pantallas de 280 cines en todo el país. Según informes del SInCA, en ese mismo año las películas argentinas en su conjunto lograron el 18% de la taquilla, mientras que en la recaudación total del cine alcanzaron el 17%.

Ambos guarismos disminuyen en tres puntos en 2015, justo cuando se produce el cambio de la copia analógica a la digitalización de salas.

Si lo comparamos con el 2014, el 2015 fue el año con mayor cantidad de venta de entradas desde 1986: un total de 55.069.947 espectadores, cinco millones más que el año anterior.

A pesar de ello, más estrenos del cine argentino han congregado menos público. De las veinte películas más vistas, seis fueron animadas y dos argentinas: *Abzurdah* y *El clan*. Esta última, dirigida por Pablo Trapero, fue la única que superó el millón de espectadores (2.613.941), el 36,73% del total del público que vio cine nacional. Ambas fueron estrenadas por una Major.

“Lo que queda claro es que hay una concentración de público en menos filmes”, sugiere en una nota el periodista de *Clarín* Pablo Scholz, al explicar los nuevos movimientos del consumo cinematográfico en la Argentina.

Sin embargo, el grado de concentración en pocos títulos y en las distribuidoras internacionales se agudiza por la digitalización. Menos películas y el abuso de posición dominante de las Majors generan más desigualdad para nuestras producciones.

Toda una paradoja: 2016 “hereda” la mayor cantidad de estrenos argentinos pero mantiene la misma cuota de espectadores que en 2015 y quedó tercero en el ranking de ventas desde 1997.

■ La crisis institucional y política del cine argentino

A pesar del notable giro político que vive la Argentina desde diciembre de 2015, muchos creyeron que el cine quedaría al margen del proceso de cambio y de concentración. Razones no les faltaban, ya que la cinematografía nacional constituye una industria de prestigio: hoy cualquier persona tiene entre sus allegados un estudiante de cine, la industria audiovisual se convirtió en una profesión apreciada, cuenta con una ley de más de veinte años y con una institución fuerte y sólida con sesenta años de edad.

Sin embargo, la acción depredadora de la concentración no reconoce límites. En la batalla cada día más dura por la supervivencia de nuestras imágenes en el mercado globalizado, y en el marco de un espacio audiovisual con escasa o nula protección, el sostenimiento, la preservación y la multiplicación de las políticas públicas, mediante un rol fuerte del Estado, adquieren una importancia dramática para que el cine nacional pueda superar estas dificultades.

De modo que es de suma importancia ratificar la necesidad imperiosa de continuidad y formulación de políticas públicas y marcos jurídicos nacionales y regionales que ayuden a regular el mercado y a sostener la industria. No se debe dejar nuestra industria cultural cinematográfica expuesta a las corporaciones globales que avanzan sin freno. Y hoy el país se debate en la misma antinomia que signó el fracaso de sus industrias: mercado global *versus* industria local.

Por ahora, iría ganando el mercado global.

Informe sobre el sector de la música

Diego Zapico / Javier Tenenbaum

Este informe preliminar sobre la industria de la música se propone, mediante la descripción de las experiencias particulares del sector, contribuir a un análisis más general de la situación actual de las industrias culturales que abarque todas sus actividades.

Se trata de un abordaje crítico y dinámico de la situación del sector en la coyuntura actual, a través de una comparación de los períodos 2015-2016 y los datos que ya se tienen del 2017.

Sin embargo, más allá de la cuestión puramente estadística, resulta interesante describir y analizar las líneas generales que prevalecen, en términos de tendencias, cambios de modelos, tensiones y pujas, todo esto en el marco de la coyuntura económica general del país.

Nuestra perspectiva, desde ya, no es cerrada ni acabada, sino que intenta ser una contribución para el debate en relación con las cuestiones culturales y económicas.

Para el análisis, dividimos aquí el sector de la industria de la música en subsectores, a fin de poder visualizar ciertas realidades diferenciales en cada uno de estos.

Como núcleo de estos subsectores identificamos los que están en contacto directo con la generación del contenido:

- Música grabada: sellos discográficos + productores + distribuidoras + tiendas minoristas de venta (disquerías, librerías, otros) + plataformas digitales
- Música en vivo: salas de conciertos y espacios de música en general + managers + agencias + teatros

A su vez, dentro mismo de estos subsectores y como proveedores o laterales a los actores descritos, podemos identificar un subsector adicional que podríamos llamar "del ámbito cultural".

- Venta de instrumentos musicales: tiendas minoristas + distribuidoras + fábricas de instrumentos + luthiers
- Duplicadoras de CD + fábricas de vinilos + imprentas
- Estudios de grabación + salas de ensayo
- Empresas de sonido en vivo + alquiler de equipos + alquiler de instrumentos

Es importante destacar que este último subsector, que muchas veces no es considerado dentro de las industrias culturales, cuenta entre sus protagonistas con empresas pymes de larga tradición dedicadas a proveer al sector de los contenidos, de modo que el comportamiento estadístico de sus cifras es muy valioso para medir tendencias del sector a nivel general.

Este subsector de las Industrias Culturales (ámbito cultural) es diverso en cuanto a las actividades de la industria manufacturera y de servicios que integra, muchas de gran generación de mano de obra intensiva y de calidad, a saber:

- Industria papel - maderera
- Industria metalúrgica y metalmecánica
- Industria del plástico y matricería
- Industria componentes químicos
- Tecnología - *software*

Por último, si bien no integran la cadena de valor del contenido o la producción-comercialización de bienes o servicios de esta industria, son parte indirecta de ella –sobre todo en cuanto a la fuente de datos que pueden otorgar como termómetro de la actividad– las sociedades de gestión colectiva, que en la música son: SADAIC (Sociedad Argentina de Autores y Compositores), AADI (Asociación Argentina de Intérpretes), CAPIF (Cámara Argentina de Productores de fonogramas y videogramas).

Otras fuentes importantes que aportan datos sobre la dinámica de la actividad son el SADEM (Sindicato Argentino de Músicos) y el INAMU (Instituto Nacional de la Música), así como asociaciones que agrupan a la producción autogestionada como la UMI (Unión de Músicos Independientes) y la FAMI (Federación Argentina de Músicos Independientes).

■ Música grabada

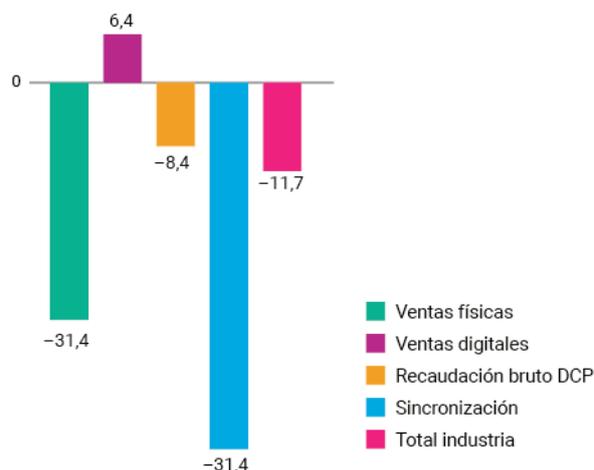
Es el subsector más importante dentro de la industria de la música. Sus ingresos provienen de dos fuentes comerciales principales: la venta de producto físico (CD, vinilo, etc.) y la venta digital (descarga, *streaming*, etc.).

La tercera fuente de ingresos (no transaccional) del sector de la música grabada tiene que ver con los derechos por licenciamiento: comunicación al público o a través de sincronizaciones.

La evolución de todos los ingresos de la música grabada entre los años 2015-2016 registra en la Argentina una caída promedio de 11,7%.

Evolución del mercado de la música grabada

Por tipo de venta (años 2015-2016 en porcentajes)



“La evolución de todos los ingresos de la música grabada entre los años 2015-2016 registra en la Argentina una caída promedio de 11,7%.”

Fuente: Libro Blanco de la música grabada en Argentina 2017 - CAPIF

Por el lado de la venta física, los actores que nos pueden brindar datos complementarios sobre esa realidad son sellos discográficos + productores + disquerías.

La venta de producto físico cayó un 31% en 2016 respecto de 2015 medida en valores constantes.

Si bien la evolución del soporte físico viene en una caída estable desde hace unos doce años aproximadamente (el último año de crecimiento relativo positivo en valores constantes fue el 2011, 6%), esta variación a la baja es la más pronunciada de los últimos años y puso un freno al crecimiento del formato vinilo, que si bien continuó con

tendencia alcista, lo hizo a un ritmo mucho más bajo de lo que lo había hecho hasta el 2015 (2014-2015: el crecimiento del vinilo se multiplicó por diez en valores constantes), al punto de generar la apertura de dos fábricas de vinilos locales durante 2016.

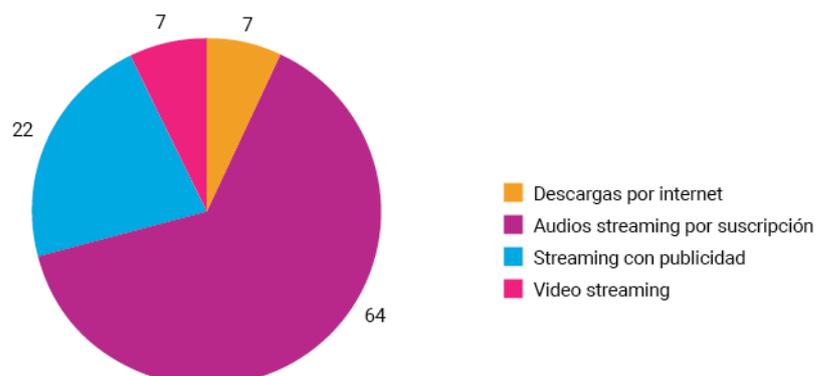
Es interesante constatar que la caída en la venta de producto físico durante el 2016 deja la participación de estos formatos aún por debajo de la media internacional (27% contra el 34%) pese a que la Argentina históricamente había estado entre los países con más presencia de este formato a nivel global.

Al mismo tiempo, los ingresos por ventas digitales muestran un crecimiento del 6,4% (2016 contra 2015), y en 2016 llegaron a conformar el 40% de los ingresos por música grabada. Igualmente, este crecimiento, que es positivo, está lejos del salto que había tenido en los años anteriores, 2013-2014. Hasta el 2015, las ventas digitales habían saltado casi al 80%.



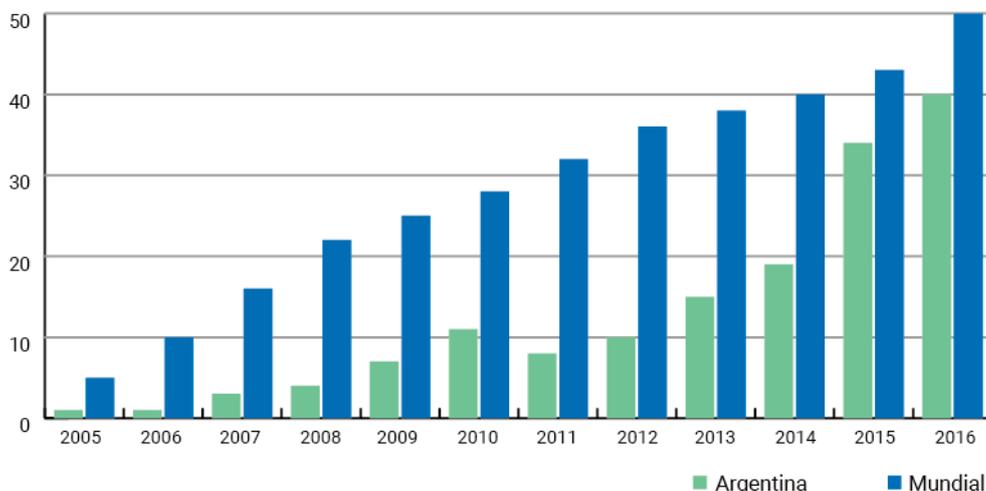
Fuente: Libro Blanco de la música grabada en Argentina 2017 - CAPIF

Composición del mercado de la música digital
(año 2016)



Fuente: Libro Blanco de la música grabada en Argentina 2017 - CAPIF

Evolución del sector digital en el total de ingresos por música grabada
(Argentina y mundial, años 2005-2016)



Fuente: Libro Blanco de la música grabada en Argentina 2017 - CAPIF

Si bien el crecimiento de los ingresos digitales es muy positivo y muestra claramente una tendencia global de la que es imposible aislarse, nos parece importante detallar diferencias de impacto cultural y social a través de una composición muy distinta en la cadena de valor si se compara una modalidad de comercialización y otra.

La cadena de valor del producto físico tiene un fuerte contenido industrial y local, desde los estudios donde los artistas graban, pasando por las industrias del ámbito cultural que fabrican el producto, hasta las disquerías que venden el contenido al público.

En este proceso, los medios también son protagonistas a través de la difusión, la promoción y la publicidad de los artistas.

Según un informe de la Ciudad de Buenos Aires, sólo en la CABA los empleos directos e indirectos que esta actividad genera llegaban en 2011 a los 2400 en toda la cadena (Observatorio de Industrias Culturales, La Industria de la Música en la Ciudad de BA, 2011, GCBA).

“Medido en unidades, el promedio de las ventas en disquerías en 2016 respecto de 2015 cayó aproximadamente 30%”

Esta raíz, que consideramos virtuosa, se ve reflejada en la fuerte presencia del repertorio local tanto en los rankings de ventas de este tipo de producción como en la participación global por tipo de repertorio.

En el ranking de CAPIF del año 2015, tres de los primeros cinco álbumes más vendidos fueron de artistas nacionales (Abel Pintos, *Esperanza mía* y Gustavo Cerati). Similares datos tenemos de 2016, año en que la participación de artistas locales en la venta de soporte físico por tipo de repertorio fue del 46%.

Al igual de lo que sucede con las librerías, y a menudo conviviendo en el mismo espacio con estas, en el país todavía existen disquerías que, con su doble misión comercial y divulgadora, aportan al paisaje cultural de muchos de los centros urbanos más importantes de la Argentina. Existe un evento que en la Ciudad de Buenos Aires ya está instalado dentro de la agenda de actividades culturales de más convocatoria de público: La Noche de las Disquerías. Además, el producto físico (CD y vinilos) ha ido encontrando canales alternativos de ventas, principalmente en los shows de los artistas o también en combo con los tickets del espectáculo.

Respecto de la comercialización digital, si bien su crecimiento resulta positivo, al analizar los ranking de escucha –básicamente a través del sistema de *streaming*, que acapara hoy día el 90% del tráfico digital, puesto que la otra modalidad, el *download* o descarga, está en retroceso–, se observa una clara presencia de artistas extranjeros, básicamente del ámbito latino.

Si bien estos rankings son muy dinámicos y cambiantes, en general en ellos no aparecen artistas argentinos en los primeros puestos de escucha.

Por otra parte, los sistemas de *streaming* más populares (YouTube, Spotify, Vevo, Google Play, Apple Music) son compañías globales con escasa presencia e interacción comercial en nuestro país.

Esto quiere decir, según nuestra lectura, que la inserción en el sistema de comercialización digital, si bien necesaria y auspiciosa, todavía nos ubica (particularmente a las compañías discográficas nacionales) como un eslabón menor y prácticamente pasivo dentro de las cadenas globales, tanto en materia de comercialización como de marcación de tendencias a nivel de difusión y marketing.

En el caso de las disquerías, las estadísticas de los sellos discográficos y productores arrojan algunas cifras interesantes para el análisis del sector. Estos elementos enriquecen los datos generales y brindan, a su vez, algunas perspectivas adicionales en relación con la coyuntura de este subsector en particular.

Las disquerías coinciden en cuanto a que se produjo una baja en la venta de mostrador durante el período 2016. Y esta baja continuó, aunque de manera más atenuada, durante los primeros meses de 2017.

Medido en unidades, el promedio de las ventas en disquerías en 2016 respecto de 2015 cayó aproximadamente 30%, cifra que coincide con las aportadas por CAPIF (en este caso, de la escala mayorista).

La caída mencionada se refiere a material de fabricación y circulación nacional, y tiene su correlato con cifras similares de baja en ventas minoristas en otros rubros. Asimismo, la caída en las ventas arrastra a su vez, a manera de cascada, a toda la cadena de valor del producto físico: sellos, distribuidores y disquerías, y tiene un efecto muy negativo en los procesos de reposición de la oferta.

La industria de la música grabada (al igual que la del libro y otras actividades ligadas a los contenidos culturales) trabaja sobre la interacción dinámica entre catálogo y novedad. El gran contenido histórico de los catálogos es el stock simbólico y real acumulado de la oferta de las compañías discográficas. El flujo tendrá que ver con el impacto coyuntural que dan las novedades. Ambas dinámicas se retroalimentan y constituyen el ciclo virtuoso de este sector, especialmente en el ámbito del mercado físico.

La combinación entre una caída en la demanda (muy pronunciada por la recesión del año 2016: del 2,2% del PBI) con los cambios en los hábitos de consumo que se vienen produciendo desde hace larga data (*streaming*, *download*, etc.) –más pronunciados durante el último año– produjo una retracción también en la reposición de la oferta, al punto de que la desactivación de gran parte de la disponibilidad del catálogo físico se convirtió en una estrategia de las compañías.

Esta realidad ha llevado a muchos puntos minoristas a incrementar las importaciones directas de contenidos (CD, vinilos) para asistir a una demanda que si bien ha caído, todavía es de relevancia en esta industria y en nuestro país en particular.

“La presencia de productos importados durante el 2016 es más que relevante (según Cuenta Satélite Cultura SInCA, en valores corrientes el crecimiento de las importaciones en este sector comparando años 2016 con 2015, es de 45%).”

La presencia de productos importados durante el 2016 es más que relevante (según Cuenta Satélite Cultura SinCA, en valores corrientes el crecimiento de las importaciones en este sector comparando años 2016 con 2015, es de 45%). Este es un fenómeno contradictorio y complejo, ya que en principio no competiría directamente con la oferta de contenidos de producción nacional, sino que supliría una gran caída en la capacidad de oferta de las compañías locales, muchas ya volcadas de lleno al ámbito digital.

En relación con los costos, en el punto minorista de venta es donde más ha impactado el incremento de tarifas (luz, gas, agua) y alquileres. De modo que este eslabón de la cadena de valor sufre un estrangulamiento o cuello de botella: caída de las ventas y aumentos de los costos (particularmente de los costos fijos).

Quizá como un síntoma de esta acumulación de tensiones, el subsector en todas sus escalas (proveedores del ámbito cultural, mayorista y minorista) prácticamente no incrementó sus precios durante todo el año 2016, aun con una inflación general acumulada de aproximadamente 40%.

En relación con la música en vivo, que sería el otro subsector dentro de la industria de la música ligado a los contenidos y que contribuye con una parte sustancial de los ingresos generales de la industria (73% de los ingresos provienen de la música en vivo y 27% corresponden a la música grabada), los datos estadísticos que aporta AADET (Asociación Argentina de Empresarios Teatrales) muestran una variación positiva del 22% en cantidad de espectadores comparando 2016 con 2015, así como un crecimiento en cantidad de funciones del 85% para el mismo período (datos de CABA).

“En cuanto a la música en vivo que circula en ámbitos “pymes” –salas, bares, centros culturales, etc.–, los testimonios que pudimos obtener también indican una caída en el 2016 de aproximadamente 25-30% en valores constantes de facturación.”

A su vez y quizás para complementar los datos arriba expuestos, los datos del SinCA muestran un gran crecimiento en la cantidad de fechas de shows internacionales en vivo, comparando períodos 2016-2015, con un crecimiento del 75% (datos nacionales).

Al igual que se visualizaba en el campo de la música digital, también podría inferirse un crecimiento relativo del repertorio internacional en el subsector de la música en vivo. Sin embargo, un análisis profundo al respecto se hace complejo por la falta de datos detallados y unificados (sectorial y geográficamente) en este subsector.

En este sentido, las causas que provocan el crecimiento de los repertorios internacionales en todo el sector (tipo de cambio, política de importaciones, sobreoferta de contenidos, etc.) son un interesante objeto de análisis para futuros informes.

En cuanto a la música en vivo que circula en ámbitos “pymes” –salas, bares, centros culturales, etc.–, los testimonios que pudimos obtener también indican una caída en el 2016 de aproximadamente 25-30% en valores constantes de facturación.

A su vez, también es el sector donde la suba de tarifas (luz, gas, agua y otros) y alquileres ha impactado más, al punto de poner en crisis los niveles de rentabilidad ante la imposibilidad de trasladar estos costos a precios.

Cabe destacar que este sector pyme de la música en vivo concentra la totalidad de su repertorio en artistas nacionales, muchos de ellos emergentes, y que además es un sector de alta generación de empleo directo e indirecto.

Algunas reflexiones en torno a la realidad del diseño argentino

Paola Pavanello

En agosto de 2017 asistí al Tercer Encuentro Federal de Gestores de Diseño.

El primero había sido en el MICA (Mercado de Industrias Culturales Argentinas), a principios de septiembre de 2015. En ese momento había dieciséis organismos públicos, Ministerios, Secretarías e Institutos, trabajando en red, coordinados y organizados para ofrecer de manera comprensible y accesible una batería de políticas públicas pensadas para acompañar el proceso productivo de los diferentes sectores de las industrias culturales argentinas. Los encuentros de gestores culturales, específicamente del diseño, eran un concierto afinado de pensamientos a fin de diseñar acciones precisas para mejorar lo que hiciera falta: herramientas para desarrollar, producir, exportar objetos y servicios.

Lejos estábamos de imaginar lo que sucedería en el país a partir de diciembre de 2015.

Un año y medio de desconcierto: apertura de importaciones, cierre de fábricas textiles, caída en la industria de la madera, crisis en la del juguete... y así podríamos mencionar a cada una de las industrias que habían encontrado crecimiento sostenido durante la última década.

Sólo a modo de ejemplo:

- El ingreso de juguetes del exterior se incrementó 28% en unidades en el primer semestre de 2017 respecto del mismo período de 2016: creció de 7.533 a 9.620 toneladas. China representa el 79% del total importado en dólares y el 87% de lo ingresado en kilos. Es muy difícil competir con sus costos. Tal realidad hace que varias empresas argentinas de juguetes históricas estén pensando en convertirse en importadoras.¹

“El ingreso de juguetes del exterior se incrementó 28% en unidades en el primer semestre de 2017 respecto del mismo período de 2016: creció de 7.533 a 9.620 toneladas. China representa el 79% del total importado en dólares y el 87% de lo ingresado en kilos. Es muy difícil competir con sus costos.”

La Federación Argentina de la Industria de la Madera y Afines y el Instituto Nacional de Tecnología Industrial generaron un informe para reflejar la coyuntura del sector maderero. Como primer resultado, se observa una retracción del nivel de producción de la cadena de valor foresto-industrial de un 10,6% y una caída en las ventas de un 25% en 2016. Pedro Reyna, secretario general de dicha federación, advierte que el principal desafío que enfrenta el sector es la caída de ventas como consecuencia de la contracción de la demanda. El sector de la producción de madera y muebles está compuesto por 8.441 unidades productivas, de las cuales el 98,9% son pequeñas y medianas empresas.² Queda claro, entonces, quiénes son los principales afectados.

¹ <https://www.cronista.com/negocios/La-industria-del-juguete-busca-replantear-su-negocio-por-las-importaciones-y-los-altos-costos-20170803-0041.html>

² <http://www.telam.com.ar/notas/201705/188382-informe-industria-madera-argentina.html>

- Las industrias textil y de indumentaria se encuentran en la primera línea de los sectores más afectados en el país: la contracción llega al 12,9% interanual, con bajas del 22,4% en hilados de algodón y 10,7% en tejidos. En el caso de las prendas de vestir, la situación no es mucho mejor. Las ventas se desplomaron más de un 20% en lo que va de 2017 y se estima que desde 2016 a septiembre de 2017 se perdieron unos 7.000 empleos registrados (y podrían superarse los 35.000, contando los informales). Datos de la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria (CIAI) revelan que en el primer semestre de 2017 la importación de prendas de vestir aumentó 55,2% en kilos y 25% en valores.³

En medio de esta realidad, gestores de diseño de diferentes provincias nos volvemos a encontrar con dos objetivos:

1. Diseñar un sistema de encuesta que permita medir indicadores de este sector, para que sean elaborador por el SInCA (Sistema de Información Cultural Argentina).
2. Pensar y debatir sobre el diseño en la Argentina hoy. Cómo producimos, cómo diseñamos, cómo nos mostramos al mundo...

Nos encontramos representantes de cámaras, de asociaciones, de gobiernos, de universidades y gestores independientes. Por supuesto, el debate fue radicalmente diferente al de 2015. Otra realidad, otra línea de razonamiento.

En un país con su industria en retracción, con una caída del consumo a causa del desplome del poder adquisitivo, ¿dónde quedan los diseñadores?

Algunas reflexiones pueden aportar a delinear una serie de respuestas posibles.

Una de las características más destacadas del diseño argentino es la fusión constante entre procesos industriales y artesanales. Dicha operatoria involucra materiales y procesos con lógicas diversas –y por momentos antagónicas– que convergen en soluciones proyectuales y productivas aplicadas a todo tipo de productos y servicios. Sus rasgos distintivos tienen directa relación con los recursos y tecnologías disponibles, un modo de hacer que construye una identidad propia en que el diseño imprime una vibración particular plausible de diferenciarse de otras producciones.⁴

Aunque el diseño nacional resulta poco reconocido a nivel global, se manifiesta como uno de los más influyentes. Puede considerarse que el peso intelectual y la calidad profesional de la formación académica en la Argentina brindan cualidades significativas que pueden constituir una oportunidad.

Analizando el renacer del diseño en la Argentina después del 2001, se observa que esta instancia de crisis se precipita en “una materia prima que son los diseñadores”, (re)activando en ellos la capacidad de transformar la carencia en oportunidad. Se

“Una de las características más destacadas del diseño argentino es la fusión constante entre procesos industriales y artesanales. Dicha operatoria involucra materiales y procesos con lógicas diversas que convergen en soluciones proyectuales y productivas aplicadas a todo tipo de productos y servicios.”

instala el diseño de lo posible como sistema, caracterizado por la adaptabilidad y la inteligencia para resolver en la escasez, con una gran dosis de ingenio, multiplicidad de ideas y resultados.

Surgen nuevos modelos productivos, como la edición limitada, que funciona en una escala humana de mercado, genera productos semi-industrializados y/o hechos a mano, y resulta una alternativa a la producción masiva, fomentando la sostenibilidad y la transparencia como modelo empresarial.⁵

En este sentido, se presenta como desafío fomentar el diseño de ideas para obtener un salto cuantitativo. En cambio, esto resulta más complejo en las manufacturas, donde se advierte la necesidad de mayor inversión en desarrollo. Por otro lado, mediante la generación de una estrategia identitaria fundada en la singularidad, se advierten oportunidades en términos de diseño diversificado: las economías regionales, propensas a modelar nuevas tramas productivas, constituyen también un destino creativo.

Ahí está la clave y la tensión.

Pasando en limpio. En momentos de crisis, hay un natural “sálvese quien pueda”. Los diseñadores argentinos tienen la chance de vender sus ideas al exterior, su conocimiento, dejando de aportar a una cadena de valor de un sistema productivo nacional. Y en ese plan, muchos individuos quedan sin posibilidades.

Un ejemplo muy interesante. En España, producto de la crisis, a unos productores de complementos les empieza a ir mal. Y deciden dar vuelta la tortilla. Se instalan en Hong Kong con cuero de vaca gallega. Se lo llevan a China y lo transforman en bolsos de alta gama. Los venden al mercado de lujo chino, que es inmenso (el más grande del mundo). Son dos empresas. Una se dedica a bolsos y otra a cinturones y accesorios. Les va tan bien que se acaban de comprar un helicóptero para atravesar la ciudad y no sufrir el tránsito.

“En momentos de crisis, hay un natural «sálvese quien pueda». Los diseñadores argentinos tienen la chance de vender sus ideas al exterior, su conocimiento, dejando de aportar a una cadena de valor de un sistema productivo nacional. Y en ese plan, muchos individuos quedan sin posibilidades.”

¿Quién gana en esta historia? En España, sólo los diseñadores y el dueño de las vacas, que antes tiraba el cuero. El resto queda en China.

Asimismo, el diseñador argentino se encuentra hoy, en caso de que sea consciente o se sienta parte responsable del futuro del país, con una disyuntiva ética: resolver su propia economía o aportar a la construcción de una solución colectiva.

Se trata de aprender de las experiencias exitosas, como el caso del tratamiento del cuero de pescado en Chubut y el agregado de valor en origen, un proyecto que involucró a una universidad pública, al INTI, los artesanos locales y diseñadores.⁶ Se generó una trama productiva local a partir de una necesidad detectada: resolver las toneladas de curso de pescado que se tiraban en las costas de Chubut.

En función de dónde se pone el objetivo, y dónde uno se para, se van modificando las perspectivas. En momentos en que el objetivo a nivel Gobierno nacional es mantener a rajatabla un esquema de país agroganadero proveedor de materias primas, la meta personal de cada individuo-ciudadano (y en este marco de análisis, de cada individuo-diseñador, constructor de posibles soluciones) podría ir en otra línea, aportando a un entramado de economías regionales basadas en el agregado de valor en origen.

La coyuntura de los espacios de Artes Escénicas en Ciudad de Buenos Aires

Diego Ernesto Rodríguez
Sabrina Cassini

Debido a la falta de información oficial sobre el sector de Artes Escénicas a nivel nacional, en este informe se acotó el universo de análisis a algunas de las problemáticas que atañen a las salas de la Ciudad de Buenos Aires (CABA), como la lucha por la habilitación definitiva y el aumento de tarifas en los servicios públicos, con la esperanza de que sea de utilidad para comprender coyunturas particulares y motive a futuro, asimismo, una articulada colaboración con diferentes agentes para continuar ampliando el *estado de situación* a nivel nacional.

La Ciudad de Buenos Aires es una de las que mayor oferta teatral ofrece en el mundo. Su cartelera se compone de producciones empresariales, oficiales y particulares (estas últimas, en lo que históricamente se conoce como el *circuito independiente*, luego renombrado como *off, alternativo, periférico, autónomo, etcétera*).

Este circuito es el que mayor variedad estética presenta, como así también sus formatos de producción y el desarrollo profesional de sus artistas son bien heterogéneos. El espectador puede encontrar aquí formas que desafían con mayor riesgo los cánones establecidos en los circuitos hegemónicos culturalmente. “Riesgo”, en la medida en que sus creaciones no dependen de fórmulas que busquen la aceptación inmediata del espectador, sino al contrario: la propuesta suele ser correrse de lo esperado, sorprender desde las formas y los contenidos.

Al ser las nuevas generaciones las que transitan estos ámbitos, estas formas y contenidos suelen ser muy representativos de las nuevas miradas y sentires que indefectiblemente los jóvenes vienen a proponer. También se encuentran en este circuito espectáculos de artistas de reconocida trayectoria que encuentran en el *off* un excelente lugar para presentar aquellas propuestas artísticas que mejor los identifican. Un efecto similar en cuanto a la particularidad de los contenidos y las formas sucede con los grupos de vecinos que se organizan en el *teatro comunitario*; más allá de la eficacia del oficio, encuentran en el teatro un vehículo ideal para canalizar sus vivencias y expresiones. Podríamos pensar en un teatro de “experiencias” que devienen estéticas.

Luego están aquellas propuestas que sostienen y desarrollan con mayor rigor sus experiencias, que suelen provocar grandes efectos estéticos en la comunidad y en los “mercados” culturales, y tanto es así que autores, directores, actores y otros artistas de la escena independiente son periódicamente transferidos a los circuitos empresariales y oficiales, e incluso a la industria del cine o la televisión. Son tantos que no es necesario dar ejemplos.

“La Ciudad de Buenos Aires es una de las que mayor oferta teatral ofrece en el mundo. Su cartelera se compone de producciones empresariales, oficiales y particulares (estas últimas, en lo que históricamente se conoce como el circuito independiente, luego renombrado como off, alternativo, periférico, autónomo, etcétera).”

Por otra parte, la autogestión hace posible el desarrollo profesional de los artistas de la escena en un marco de inexistentes políticas culturales que piensen al artista como un trabajador y de la casi inexistencia de plataformas de trabajo para la mano de obra que todos los años las diferentes carreras artísticas proveen. Sólo cabe destacar, en este punto, la inexistencia absoluta de elenco estable estatal en artes dramáticas. Por lo tanto, el circuito independiente es el contenedor principal para el desarrollo artístico del grueso de los artistas de todas las artes. El efecto no deseado de esta particularidad es la precarización laboral del artista y los efectos de devaluación de la calidad ofrecida en algunos trabajos. Sin embargo, en opinión de quienes escriben, las bajas calidades se encuentran en aquellas búsquedas que repiten fórmulas de otros formatos de producción, que buscan responder a una errónea idea de “teatro culto” o que imitan las estéticas de la industria televisiva u otros medios de difusión masiva.

En los años noventa, la creación de los institutos de fomento al teatro (PROTEATRO¹ / INT²) contribuyeron a la multiplicación de espacios y colectivos de teatro. Posteriormente, en el nuevo siglo, las generaciones más jóvenes se animaron a abrir sus lugares de creación en casas y locales, al no encontrar en los espacios ya establecidos lugares propicios para sus búsquedas y formas. Si bien este fenómeno es natural a la evolución de la especie y de las culturas, en el caso de nuestro teatro es una de las claves del carácter inagotable de las renovaciones estéticas, de la continuidad de un teatro que se resiste a quedar atrapado en los “discursos oficiales” de la cultura, de un teatro sinuoso que responde a cada período de depresión con un manantial de formas, artistas y espacios revitalizados.

El encuentro y desencuentro de las diversas generaciones de artistas de la escena es una de las mejores cadenas reproductivas que supo construir nuestro mejor “ser nacional”.

La tragedia de Cromañón puso en jaque la actividad en su conjunto. Desde entonces es casi imposible la habilitación municipal de las salas y se produjo una estigmatización de las existentes. La vinculación de aquel conglomerado de corrupciones que tuvo lugar en un local de shows musicales con los espacios de creación escénica fue forzada, injusta y ruin. Desde aquellos años hubo que batallar mucho en los pasillos de los ministerios y la legislatura, e incluso con la opinión pública, para conseguir los permisos provisorios que posibilitaron una habilitación precaria, y, aún así, las salas quedaron expuestas a clausuras arbitrarias que hacen muy inestable la actividad.

Así y todo, la proliferación de salas y colectivos siempre se sostuvo en sus mejores números. Esto podría dar cuenta de la profunda raigambre que tiene la actividad en nuestra comunidad artística. En el 2008 se logró la habilitación de unos pocos espacios. Tanto los dueños de salas como los artistas (reunidos mayoritariamente en las organizaciones ARTEI³ y ESCENA⁴) realizaron diferentes acciones formales y creativas para

“La tragedia de Cromañón puso en jaque la actividad en su conjunto. Desde entonces es casi imposible la habilitación municipal de las salas y se produjo una estigmatización de las existentes. La vinculación de aquel conglomerado de corrupciones que tuvo lugar en un local de shows musicales con los espacios de creación escénica fue forzada, injusta y ruin.”

1 Instituto de Fomento y Protección al Teatro no oficial de CABA.

2 Instituto Nacional del Teatro.

3 Asociación Argentina del Teatro Independiente.

4 Espacios Escénicos Autónomos.

hacer oír sus reclamos a las autoridades de Cultura y de otras áreas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a lo largo de estos años. Sin embargo, desde 2013 y hasta septiembre de 2017 la administración porteña no habilitó ninguna sala de teatro. Desde octubre y a partir de una insistente y permanente lucha colectiva del sector, se habilitaron más de una decena de espacios escénicos.

Otro de los puntos sensibles para la supervivencia de los espacios alternativos es la relación taquilla-costos. Las capacidades de platea de la mayoría de los espacios autónomos no superan los sesenta (60) espectadores, y por lo tanto la rentabilidad y obtención de ganancia se complica o directamente se vuelve nula, de modo que se necesita del desarrollo de actividades complementarias, clases, subalquiler, microemprendimientos gastronómicos, etc., para poder sostener la actividad. La actividad alternativa es sin fines de lucro por definición. Esto nos obliga a atender, rápidamente y en detalle, las diferentes necesidades que surgen con las diversas políticas económicas según los gobiernos de turno. En los últimos años, el cambio en las políticas tarifarias de los servicios públicos y los aumentos exponenciales de los alquileres como consecuencia de la inflación han puesto en jaque la continuidad de muchos espacios, y no pocos tuvieron que cerrar. Más allá de algunas medidas de ayuda coyunturales, es indispensable una política de tarifas diferenciada de las comerciales para lograr la supervivencia de la actividad independiente.

Se insiste siempre en la necesidad de una política con una mirada global e integradora de la actividad teatral y sus creadores. Si bien la ciudadanía de Buenos Aires reconoce, acompaña y festeja el teatro de su ciudad, los representantes parecieran no terminar de entender que, al igual que el inmenso Río de la Plata, la actividad teatral es uno de los activos más importantes que tiene la ciudad, y que invertir en ella es invertir en uno de los valores agregados más genuinos y diferenciadores para la industria del turismo de nuestro país.

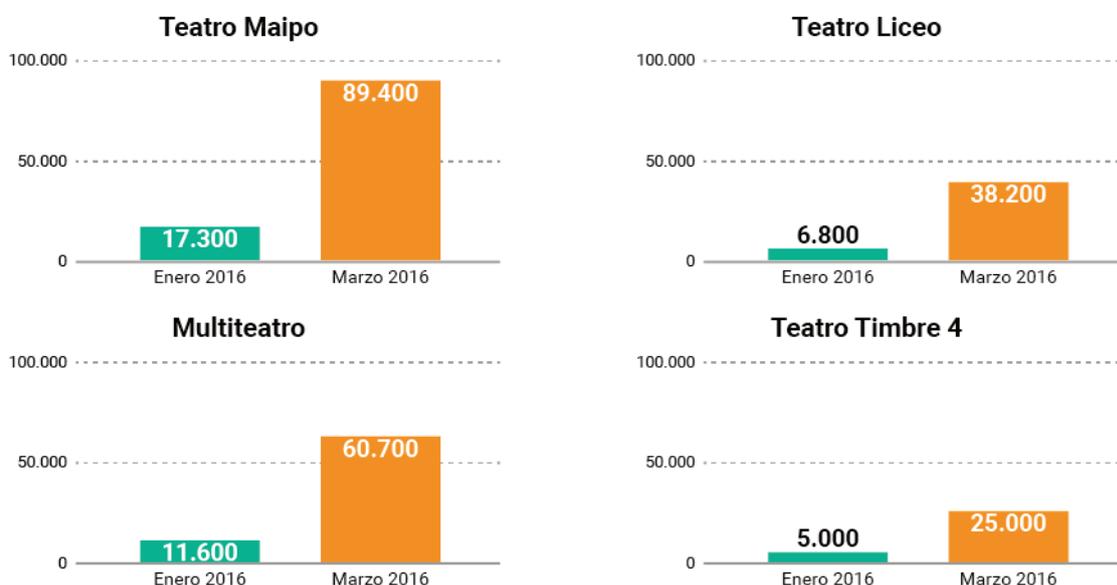
Con la mirada puesta en el futuro, está en nuestra comunidad teatral el desafío de articular –entre sí y con los representantes del Estado– un accionar que permita trabajar sobre el campo, sus posibilidades y sus necesidades, con una mirada biológica del ecosistema teatral que hemos desarrollado desde principios del siglo XX. Un ecosistema que, como dijimos en el inicio, es de los más importantes del mundo tanto en cantidad como en calidad; para contribuir a la consolidación de la vida artística singular e irrepetible, con la prudencia de no alterar aquellas cadenas de procreación que orgánicamente dieron lugar a nuestro teatro argentino.

El aumento de la tarifa energética ha golpeado fuertemente a las salas teatrales, ya que la electricidad es un insumo básico del hecho artístico, como así también para ensayos y talleres. Estas condiciones de producción amenazan la continuidad de los espacios, afectando por ende a los trabajadores, formadores, artistas y a nuestro público, es decir, a nuestra comunidad.

A continuación se ilustran algunos de los aumentos que sufrieron las salas en dicha tarifas, en el período enero/marzo de 2016:

“El aumento de la tarifa energética ha golpeado fuertemente a las salas teatrales, ya que la electricidad es un insumo básico del hecho artístico, como así también para ensayos y talleres. Estas condiciones de producción amenazan la continuidad de los espacios, afectando por ende a los trabajadores, formadores, artistas y a nuestro público, es decir, a nuestra comunidad.”

Factura de electricidad (en pesos)



De parte de las autoridades, no hubo voluntad para generar una tarifa cultural nacional para espacios culturales. Sin previa reflexión o solución largoplacista, el ministro de Cultura de CABA de ese entonces, Darío Lopérfido, designó la suma de 50.000 pesos a todos los espacios culturales registrados en el Instituto PROTEATRO.

Otra propuesta, esta vez desde el Ministerio de Cultura de la Nación, ha sido el programa de Energía Teatral, que busca relevar la infraestructura de los teatros y así, a partir de un diagnóstico, cuantificar consumos y gastos en servicios. Se busca encontrar alternativas que reduzcan costos y aportar capacitaciones en nuevas tecnologías. Esta etapa de diagnóstico y relevamiento comenzó a realizarse en 30 salas independientes de la ciudad, y sin embargo aún no se sabe qué planes y/o líneas de subsidios se implementarán para poder llevar a cabo dicha readecuación.

Ante la falta de datos oficiales por parte del Ministerio de Cultura de la Nación, desde Cultura Unida⁵ se desarrolló un informe sobre el estado de los espacios culturales en 2016:

Acercamos este informe como método para alertar sobre la gravísima situación en la que nos encontramos, producto de los **aumentos desmedidos de servicios, proveedores y la reducción sustancial del consumo** de contenidos culturales en el lapso de los últimos dos años. Hoy muchos de nuestros espacios están en riesgo de cerrar sus puertas, por lo que nos hemos declarado en **Estado de Emergencia**.

Sumada a la crisis que genera el aumento de servicios y de todos los proveedores de los espacios, vivimos, en el último año, una **reducción sustancial del consumo cultural en forma de tickets o talleres. No podemos trasladar estos aumentos al público sin destruir el acceso a la cultura independiente, ni reducir el porcentaje que los artistas perciben por ingresos de boletería.**

⁵ De Cultura Unida forman parte diversas organizaciones: ARTEI (Asociación Argentina del Teatro Independiente) - MECA (Movimiento de Espacios Culturales y Artísticos) - ESCENA (Espacios Escénicos Autónomos) - AOM (Asociación de Organizadores de Milongas) - CLUMVI (Cámara de Clubes de Música en Vivo) - Construyendo Cultura, que representan a teatros, espacios escénicos, centros culturales, clubes de música, peñas, milongas y tantos otros espacios en los que se desarrolla la actividad artística y cultural dentro de la ciudad de Buenos Aires.

Nosotros no tenemos ni una rentabilidad extraordinaria ni financiera, ni especulamos con el acceso al arte. Nuestros espacios culturales se sostienen en base al esfuerzo de sus integrantes y necesitan de políticas de Estado que promuevan, fortalezcan y protejan el trabajo nacional y artístico, cuidando no sólo las fuentes laborales sino también el derecho a la cultura.”

Para reflejar lo que significa esto en cifras, retomamos palabras de Sebastián Blutrach, presidente de la Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET):

Si se contempla la inflación, en agosto [de 2016] la **recaudación en las salas porteñas disminuyó un 60% respecto del mismo mes de 2015**. Y ya se registra una notable **caída en la producción**, tanto para esta temporada como para la del verano próximo. (...) En las salas porteñas nucleadas en la AADET, la caída de espectadores con respecto al mismo mes del año pasado fue del 32%. También bajó la recaudación, que sin tomar en cuenta la inflación interanual fue del 13%, pero cercana al 60% si se contempla esa variable. La cantidad de público disminuyó también en el interior del país y ya se registra una notable disminución de producción, tanto para esta temporada como para la del verano próximo. La crisis del sector, además de en la baja de espectadores, se nota también en las producciones: el mes pasado hubo un 18% menos en cantidad de funciones. (...) Si bien las salas consiguieron que la tarifa de agua no se calcule en base a metros cuadrados sino a partir del medidor, las boletas de luz siguen llegando con los aumentos descomunales que se conocieron hace unos meses. Preocupados por esta situación, algunos dueños de teatros están optando por la reconversión a tecnología LED. No es lo mismo artísticamente, así que estamos cambiando todo a LED salvo el escenario. Vamos a ver cómo resulta, porque no nos queda otra que buscar alternativas para poder seguir.⁶

“La autogestión hace posible el desarrollo profesional de los artistas de la escena en un marco de inexistentes políticas culturales que piensan al artista como un trabajador y de la casi inexistencia de plataformas de trabajo para la mano de obra que todos los años las diferentes carreras artísticas proveen.”