



# La intervención editorial y política en el debate público argentino. El libro de coyuntura política más allá de los grandes grupos

Publishing and Political Intervention in the Argentine Public Debate. The “Political Book” in “Independent” Publishing Houses

EZEQUIEL SAFERSTEIN

CeDInCI/UNSAM-CONICET, Argentina

*esferstein@gmail.com*

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-1816-4164>

**| Abstract:** What happens when a prestigious publishing house that calls itself “independent”, with a defined public, publishes a “political bestseller” and expands its readers market? Is there opposition between the modes of production of the large groups and that of independent publishers? What tensions arise, taking into account the history of the publishing house, the structure of the company, its catalogue and its agents? This paper asks about the role of the book publisher in the public debate and focuses on one case: the Siglo Veintiuno publishing house in Argentina and one of its most recent collections, Singular, which since 2012 publishes books about the political situation written by authors from the academic, journalistic and political fields. Using interviews with agents of the publishing house, as well as an analysis of its catalogue, we explore the process that a prestigious publishing house goes through in its quest to expand its readership, intervene and compete in the publishing and intellectual fields, under particular economic and political conditions.

**Keywords:** Independent publishing; Dissemination; Prestige; Commercialization; Publishers; Argentina.

**| Resumen:** ¿Qué sucede cuando una editorial de prestigio autodenominada “independiente”, con un público definido, se propone publicar un “*best seller* político” y ampliar su mercado

de lectores? ¿Hay oposición entre las modalidades de producción de los grandes grupos y el resto de las editoriales? ¿Qué tensiones aparecen, teniendo en cuenta la historia de la editorial, la estructura de la empresa, su catálogo y sus agentes? Este trabajo se pregunta por el rol del editor de libros en el debate público y se focaliza en un caso: la editorial Siglo Veintiuno de Argentina y una de sus colecciones más recientes, Singular, que desde 2012 publica libros de coyuntura política escritos por autores del ámbito académico, periodístico y político. Valiéndonos de entrevistas a agentes de la editorial, así como de un análisis de su catálogo, exploramos cómo es el proceso que atraviesa una editorial de prestigio en su búsqueda de ampliar lectores, intervenir y competir en el campo editorial y el intelectual, en condiciones económicas y políticas particulares.

**Palabras clave:** Edición independiente; Divulgación; Prestigio; Mercantilización; Editores; Argentina.

## INTRODUCCIÓN

Las empresas editoriales son actores de peso en la configuración del mundo cultural, literario, intelectual y político.<sup>1</sup> Sus principales agentes, los editores, son nodos activos del proceso de producción y materialización de ideas en artefactos culturales que circulan socialmente. Históricamente han operado como figuras insoslayables para la vida cultural de un país; han trabajado en la configuración de objetos que, al circular, actúan sobre la esfera pública bajo una lógica propia, específica, relativa al mundo del libro. En este sentido, estudiar el campo editorial nos ofrece un panorama clave de un sector específico de relaciones entre editores, autores, libreros, agentes literarios, de prensa y de *marketing* y lectores, entre otros. A la vez, un análisis de este campo que tenga en cuenta sus desigualdades y jerarquías, puede constituir un prisma privilegiado para observar otros mundos, como el de la política, el mundo intelectual y la cultura en general, esferas vinculadas y condicionadas por los agentes de la edición (Sorá 2017).

Una de las vías de entrada posibles para observar las transformaciones recientes del espacio editorial, las oposiciones entre las empresas y a la vez, los vínculos entre este espacio y el de la política, es el estudio de los agentes involucrados en la producción y circulación de libros de un segmento que en la Argentina ha registrado un notable crecimiento durante las últimas décadas. Nos referimos a los títulos sobre temas de coyuntura y actualidad política, libros de no ficción firmados principalmente por periodistas, ensayistas, historiadores y políticos. Desde los años ochenta, con períodos oscilantes, este segmento ocupa los primeros puestos de venta en las librerías argentinas, alcanza impacto mediático y público y cosecha gran parte de las preferencias de los lectores (Moreno, García y Sardi 2014). Se trata de una producción hegemonizada por los grandes grupos como Planeta y Penguin Random House, con modelo productivo

<sup>1</sup> Agradezco los comentarios de Gustavo Sorá, Micaela Baldoni, José Luis de Diego, Ana Galdeano y Diego García sobre versiones previas de este texto.

consolidado.<sup>2</sup> El modelo de “*best seller* político” comprende a títulos de autores reconocidos en el ámbito mediático, sobre temas anclados en una coyuntura, impresos en altas tiradas que circulan en un período breve en relación con los títulos “de fondo”.

A partir de la consolidación de la concentración editorial y de este modelo de producción de libros, editoriales que no forman parte de los grandes grupos —empresas medianas y pequeñas, muchas de ellas autodenominadas “independientes”— se involucraron en este escenario. Lo hicieron mediante estrategias comerciales, buscando no soslayar la disputa por el prestigio de su catálogo, algo que las editoriales ostentan como su principal valor. Esta injerencia revela intersticios entre espacios de producción amplios y restringidos. Un caso que permite dar cuenta de cómo editoriales que no pertenecen a los grandes grupos buscan participar en el mercado editorial local, específicamente en la producción de libros de coyuntura política, es el de Siglo Veintiuno Editores<sup>3</sup> y su colección Singular. Desde 2012 esta colección publica libros principalmente sobre política, escritos por autores reconocidos dentro del ámbito académico, periodístico o político, orientados hacia un público amplio, si se quiere masivo, no necesariamente “seguidor” de una editorial históricamente posicionada dentro del polo más cultural de la edición, asociada al mundo de las “editoriales de ciencias sociales y humanas” de calidad (Sorá 2017) y autodenominada “editorial independiente de pensamiento crítico y ensayos de intervención”.

Sus libros son preparados mediante estrategias que los acercan al segmento de *best sellers* políticos publicados por editoriales como Planeta y Sudamericana: elevadas tiradas (en relación con otras colecciones) en un ciclo corto de producción y circulación, inversión en prensa y *marketing*, proceso de *editing*. Desde una editorial cuyo imaginario la ubica en el campo de las ciencias sociales, esto revela tensiones entre la lógica económica y simbólica propia del mundo cultural. Por ende, nos conduce a complejizar el panorama actual de la edición en Argentina, frecuentemente simplificado en una representación que divide dos grandes sectores, el de los grupos concentrados que se dedicarían a la edición comercial y el de las independientes que se dedicarían a la edición cultural, intelectual, literaria.

La investigación en la que se enmarca este trabajo pretende aportar al análisis estructural relacional del campo editorial en torno a la publicación de este tipo de libros,

<sup>2</sup> Se define a los grandes grupos editoriales como aquellas empresas que pertenecen a conglomerados con estructuras financieras transnacionales y que trabajan en cadenas de dependencias jerárquicas en relaciones de matriz/sucursales.

<sup>3</sup> Siglo Veintiuno tiene filiales en Argentina, México y España. Hasta 2021 cada sucursal funcionaba con autonomía y sin un marco jurídico articulador, por lo que no se las consideraba un “grupo editorial” aunque se presentaran conectadas (Sorá 2017). En junio de 2021 se anunció que las filiales argentina y mexicana fueron adquiridas por el grupo editorial Capital Intelectual, propiedad del empresario Hugo Sigman. Con esta reestructuración, el director editorial de Siglo Veintiuno Argentina pasaría a coordinar las dos filiales latinoamericanas. Para fines de 2021, Clave Intelectual, la filial española de Capital Intelectual, lanzaba coediciones con Siglo Veintiuno, entre ellas el libro *¿La rebeldía se volvió de derecha?* del argentino Pablo Stefanoni, de la colección Singular, así como otros títulos clásicos de Michel Foucault y Pierre Bourdieu.

que oscila entre los polos de la gran producción y la producción restringida (Bourdieu 2011), pero que presenta heterogeneidades que la hacen irreductible a una lógica dicotómica, estable y sectorizada. A raíz de la reconfiguración del espacio en los años noventa, que posicionó de manera dominante a las grandes editoriales, la acción de las empresas que se ubican por fuera de su órbita se desarrolla en el marco de condicionamientos y posibilidades en un espacio en el cual la acumulación de réditos simbólicos y culturales se combina en tensión con la búsqueda de resultados económicos. Siglo Veintiuno y otras similares en estructura como Capital Intelectual, Del Zorzal, Galerna, así como también editoriales más pequeñas como Marea y Continente, si bien de manera general se orientaron principalmente hacia los espacios de producción simbólica marginalizados por los grandes actores, incursionaron en libros de coyuntura política. Esta producción se presenta como novedosa para estas editoriales ya que, si bien buscan gestionar su prestigio, al mismo tiempo amplían su mercado y compiten en un nicho dominado por las grandes editoriales.

Valiéndonos de una serie de entrevistas a miembros de la editorial, así como de una base de datos de títulos y autores de libros de política (2001-2021), este trabajo aborda los siguientes interrogantes: ¿De qué maneras actúan las editoriales que no forman parte de los grandes grupos en un mercado editorial concentrado? ¿Qué sucede cuando una editorial de prestigio, con un público definido y estable, se propone publicar un *best seller* político y ampliar su mercado? ¿Hay una oposición entre las modalidades de producción de *best sellers* de los grandes grupos y la de las editoriales medianas? ¿Cuáles son las modalidades de intervención en la que están inmersos los autores y los editores?

El seguimiento de los editores, de las editoriales, de las publicaciones y de los autores refleja prácticas, intereses y efectos que permiten pensar a las editoriales como espacios en donde aparecen tensionadas lógicas del orden económico, cultural y político. En un espacio en el que la dinámica financiera global aparece como condición de las acciones de los editores, la edición funciona como una intervención comercial, cultural y política estratégica que es relevante analizar, tomándola como un prisma para observar relaciones, saberes, intereses, conflictos, pero también de articulaciones y cooperaciones, entre distintos agentes (Sorá 2008).

## EL SEGMENTO DE LIBROS DE COYUNTURA POLÍTICA Y EL ROL DE SUS EDITORES

Los libros de coyuntura y actualidad política forman parte de un segmento relevante en la Argentina (Saferstein 2021; Baldoni 2021) y en países de América Latina (Papalini 2010; Nóbrega 2018), España (Escobar Laplana 2012) y Estados Unidos (Anderson 2018), entre otros campos editoriales. En la actualidad, este tipo de libros se ha convertido en una parte casi insoslayable del catálogo de una editorial argentina que publique no ficción, por su rentabilidad en términos económicos, su capacidad de impacto mediático y, en algunos casos, político o intelectual. La vertiginosidad de la

política y la histórica relevancia del objeto libro llevan a que el mundo editorial haya sido y sea un espacio predilecto para la discusión pública. A lo largo del siglo xx y en lo que va del XXI, el mercado editorial reaccionó ante cada coyuntura con títulos que buscan sensibilizar, informar y movilizar al lector a que forme o reafirme sus opiniones. Producidos desde el progresismo o el anti progresismo, desde las izquierdas o las derechas, los libros de política históricamente expresaron y articularon voluntades y aspiraciones, sirvieron como herramientas para la discusión de ideas y sentimientos políticos.

En la Argentina, la recuperación democrática de 1983 se expresó, en términos editoriales, en un auge de libros escritos por periodistas que abordaron la coyuntura y el pasado reciente, la dictadura militar (1976-1983), la Guerra de Malvinas (1982), los vaivenes del gobierno de Raúl Alfonsín (1983-1989), entre otros temas. El libro *Malvinas, la trama secreta*, de los periodistas del diario *Clarín* Oscar Cardozo, Ricardo Kirschbaum y Eduardo van der Kooy fue publicado por la argentina Sudamericana y la española Planeta, que había desembarcado al país en asociación con la mítica editorial del *boom*. Este título, que se convirtió en el éxito editorial del momento, es considerado como un bautismo en la modalidad de producción de libros de coyuntura para el gran mercado. Como analiza Micaela Baldoni (2021), estos libros tuvieron éxito al combinar una temática de coyuntura presente en la agenda política y mediática, con una lógica periodística de revelación de decisiones ocultas en el seno del poder por parte de periodistas que se encontraban en ascenso en cuanto a visibilidad y prestigio, y que en ese ascenso accedían a fuentes inéditas y presentaban libros con un relato narrativo logrado gracias a un activo trabajo de edición que los convertía en libros amenos para el gran público.

Sin embargo, esta producción viviría un crecimiento inusitado al convertirse en un segmento predilecto de los grandes grupos conformados hacia fines de los años noventa. En 1998, Random House adquirió el histórico sello Sudamericana (1998) y el español Planeta compró Emecé (2000). Con la acumulación de sellos nacionales, regionales e iberoamericanos estos grupos se convirtieron en los principales jugadores del sector, pasando a controlar tres cuartos de la producción nacional (Botto 2006; Páez 2021; Saferstein y Szpilbarg 2014; de Diego 2015). Así, los elementos señalados por Baldoni se insertaron en un circuito de producción aceitado por una “ingeniería editorial” que abarca desde la invención del tema y el autor hasta su salida a la calle, su campaña de difusión y comercialización.

La colección Espejo de la Argentina de Planeta fue una escuela de *best sellers* políticos.<sup>4</sup> Se trata de una versión local de Espejo de España, que en la transición española había comenzado a publicar libros de investigación histórica para adecuarse a los nue-

<sup>4</sup> Como comenta un director comercial de la editorial, “Planeta hizo escuela en esto. Sudamericana es una copia de esto. Y te digo más, Alfaguara es una copia de Planeta, por algo se llevan a un montón de gente de Planeta. Lo que inicia esa modalidad de libro es realmente Planeta, en los ochenta, inicios de los noventa la que inicia eso es Planeta. Es fundacional” (ex director comercial de Planeta, 2013).

vos tiempos democráticos (De Diego 2008). Entre 1990 y 2001 la argentina Espejo publicó 79 títulos periodísticos sobre política (Baldoni 2021). Entre ellos, *Robo para la Corona*, del periodista del diario *Página 12* Horacio Verbitsky, el principal hito de la colección y emblema de la literatura que abordó la corrupción (Pereyra 2013). Años más tarde, durante los gobiernos de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015) Planeta con Espejo de la Argentina y Random House con el sello Sudamericana consolidaron su lugar dominante en la producción. Entre 2003 y 2015 se publicaron cientos de títulos de política distribuidos en distintos géneros, entre los que se destacaron, en términos de ventas y visibilidad, las investigaciones periodísticas sobre los casos de corrupción política de estos gobiernos, los ensayos sobre el devenir nacional en momentos de incertidumbre política y los libros revisionistas y críticos de los procesos de memoria, verdad y justicia relativos a los delitos cometidos durante la última dictadura militar argentina (1976-1983). Entre los autores y libros más representativos de estas temáticas se encuentran los de periodistas como Luis Majul (autor de *El Dueño*, Planeta, 2009) y Ceferino Reato (autor de *Operación Traviata*, Sudamericana, 2008), escritores como Marcos Aguinis (autor de *Pobre Patria Mía!*, Sudamericana, 2009), académicos como Marcos Novaro y Eduardo Levy Yeyati (autores de *Vamos por todo. Las diez decisiones más polémicas del modelo*, Sudamericana, 2013) así como personajes ligados a la política como Juan B. Yofre (autor de *Fuimos todos*, Sudamericana, 2007) y Gabriela Cerruti (*El pibe: negocios, intrigas y secretos de Mauricio Macri*, Planeta, 2010). Muchos de estos libros colaboraron en la instalación, o reflejaron en la agenda distintos enfoques sobre la política coyuntural, y las disputas ideológicas del período así como también actualizaron y promovieron la discusión sobre la violencia política en los setenta (Saferstein 2021).

En este proceso, además de los periodistas, ensayistas, políticos o escritores, adquiere centralidad la figura editorial, encarnada en agentes que no solo fueron intermediarios y difusores culturales, sino también propiciadores y productores de contenidos que conciben temas, seleccionan autores, intervienen en la escritura y participan en su difusión. La visión del negocio de los editores construida en el entorno de los grandes grupos ha performado un sentido práctico de la edición atravesado por la lógica comercial, en tensión con la cultural, estética, intelectual y política (Bourdieu 2009). En línea con su función histórica —aun con sus considerables rupturas—, los editores de los grandes grupos configuran mercancías culturales con un alto componente comercial y a la vez simbólico, que operan sobre la esfera pública bajo una lógica específica. En el trabajo editorial emergen prácticas, intereses y efectos que convierten a estas empresas en industrias de cultura y política. Incluso cuando la lógica financiera global condiciona las acciones de los editores, la edición de libros y en particular, de best sellers políticos, el trabajo editorial funciona como una intervención cultural estratégica en la construcción de sentidos del mundo político (Saferstein 2021).

Si bien, como vimos en este breve recorrido, el libro de coyuntura ha sido un objeto cultural y comercial históricamente presente en el mercado editorial argentino, la modalidad productiva actual, así como su vinculación con el sistema de comuni-

cación (Darnton 1993) que incluye también a la prensa, a los medios audiovisuales y a las redes sociales, moldea un producto relevante en términos comerciales, políticos y culturales que debe ser abordado de manera específica y relacional. Los procesos de concentración y transnacionalización tuvieron como correlato el surgimiento y proliferación, a inicios de los 2000, de editoriales denominadas “independientes”, que llevaron a una polarización del campo.

Los modos de trabajo y de posicionamiento de estos emprendimientos han sido ampliamente investigados (Muniz Jr. 2016; Saferstein y Szpilbarg 2014; Sorá 2012; Szpilbarg 2019; Botto 2006; López Winne y Malumián 2016). La discusión acerca de qué significa la independencia en el mundo editorial nos retrotrae a etapas históricas de la edición, así como a otras zonas de producción cultural. La pregunta por la independencia se resignificó en el contexto de crecimiento de estos emprendimientos, de los cuales los hay menos o más formales y con modalidades divergentes de inserción. Esto conduce a no considerar a la edición “independiente” como un todo homogéneo. Si tenemos en cuenta a las editoriales *under* y artesanales que pensaron la independencia como militancia, a las editoriales de capital nacional, profesionalizadas, que promueven catálogos basados en la idea de bibliodiversidad y también a los editores de los grupos que manifiestan ser independientes al tener “libertad” para publicar, observamos que gran parte de los agentes del mundo editorial se autodenominan de la misma manera.

El trabajo de José Muniz (2016) analiza la trama específica de lugares, competencias e intereses que conforman la categoría de “independencia”, en tanto conjunto heterogéneo de prácticas y representaciones con poder performativo, reproductivo, oposicional. Ser “independiente” puede significar actuar por fuera de los circuitos masivos, llevar adelante métodos artesanales de producción o ubicarse en la vanguardia estética. En la misma línea, Daniela Szpilbarg (2019, 104) define a la independencia como un “espejismo conceptual”, una categoría opaca que funciona como “modo de interpelación que discursivamente ‘construye’ y posiciona a ciertos editores en una relación de confrontación con determinadas fuerzas que actúan en el campo editorial de manera constrictiva”. La “independencia” es una categoría relacional que implica un posicionamiento, una clasificación y una separación de algo que no lo es: la producción *mainstream*, el mercado, el Estado.

En este sentido, la independencia aparece como discurso y como práctica, como *habitus*, en tanto modos de ser, de pensar, de sentir y de estar en el mundo editorial (Bourdieu 2009). Si tenemos en cuenta las dimensiones objetivas tales como la estructura de la empresa, el catálogo y los espacios en donde las editoriales transcurren (circuito comercial, ferias, presentaciones, librerías), se resalta la heterogeneidad de esta zona de las editoriales no pertenecientes a los grandes grupos, profundizando la problematización sobre la idea de polarización y la de “independencia”. Gran parte de las editoriales denominadas y autodenominadas independientes se adaptaron a la lógica comercial del negocio impuesta por los grupos y se “profesionalizaron”: estandarizaron aspectos de la producción y pasaron a comercializar y participar en ferias

del exterior (Sorá 2012). De esta manera, por un lado, su inserción en espacios de valoración simbólica refleja especificidades de un universo en el cual la cuestión del “gusto” y el “prestigio” funcionan como signo de distinción; y, por otro lado, revisten una relevancia económica en el conjunto del sector.

En los últimos años, el dispositivo de producción, circulación y difusión construido por las grandes editoriales fue siendo replicado por otras zonas. Editoriales medianas y pequeñas con menos o más capital simbólico acumulado y distintos grados de presencia en el mercado, al estar condicionadas por las reglas impuestas por los jugadores ubicados en las posiciones dominantes, en los últimos años comenzaron a replicar y publicar libros de coyuntura política como estrategia de autorreproducción, crecimiento y posicionamiento, bajo lógicas que en parte se acercan a la de los grandes grupos (Bourdieu 1998).<sup>5</sup> Estos factores, que se observan en la participación de sus producciones en los debates políticos de la actualidad, deben ser explorados en profundidad mediante el análisis de las prácticas y representaciones de sus directores editoriales y editores, actores claves en la producción y circulación de las ideas.<sup>6</sup>

## SIGLO VEINTIUNO EN SU HISTORIA: IZQUIERDA, CIENCIAS SOCIALES Y “BEST SELLERS DE CALIDAD”

En su estudio acerca de Siglo Veintiuno y Arnaldo Orfila Reynal, Gustavo Sorá resalta la productividad analítica de pensar a la editorial como una empresa entrecruzada por la cultura, la economía y la política, tres factores que tuvieron pesos específicos divergentes a lo largo de su derrotero. De la empresa fundada por Orfila en México en 1966 luego de su despido del Fondo de Cultura Económica, hasta el lanzamiento en 2012 de la colección Singular por parte de su director Carlos Díaz, han pasado casi cinco décadas. Si bien la estructura de la empresa, sus modos de funcionamiento, su catálogo y su vínculo con las comunidades académicas, intelectuales y políticas variaron a lo largo de su historia –al igual que las condiciones del mercado y la coyuntura– los modos de producción, circulación y difusión de sus libros no pueden pensarse de manera escindida de su historia.

Su posición como editorial de referencia en la cultura iberoamericana, con un catálogo “político, líder en la renovación de las ciencias sociales y humanas mientras estas se consagraban como un asunto cultural y político de peso” (Sorá 2017, 31) no

<sup>5</sup> Las pequeñas y medianas se definen como aquellas empresas *a priori* “independientes”, ya que, a diferencia de los grandes grupos están compuestas por capitales nacionales y su funcionamiento no está necesariamente supeditado a las exigencias de valorización del capital transnacional. En el mercado editorial argentino, el 90% de las editoriales activas son medianas y pequeñas, y publican el 32% y el 10% de los títulos en el mercado, respectivamente; mientras que los grandes grupos representan el 10% de las empresas y el 58% de la producción (CAP 2016).

<sup>6</sup> Un primer acercamiento a los modos en que editoriales que no pertenecen a los grandes grupos se involucran con este segmento fue trabajado en Saferstein (2015).



se explica sin tener en cuenta la acumulación de capital económico y simbólico. Esta vinculación le aportó dinamismo y competitividad en términos comerciales, articulada con su posición privilegiada en el plano cultural, por su catálogo rico de autores consagrados, por el prestigio de su editor y su capital social, así como por el peso que tuvo la editorial en la cultura de izquierdas de la región iberoamericana. El auge de las izquierdas entre los sesenta y setenta en la región conformó un espacio de recepción propicio para el éxito de este tipo de libros. Asimismo, como analiza Juan M. Bonacci, la editorial de Orfila promovió una reconfiguración del mercado iberoamericano del libro de ciencias sociales, al separarse de sus modelos de edición previos: el modelo “científico” de Paidós y el de la publicación del marxismo ortodoxo dominado por las editoriales del Partido Comunista. Según Bonacci, la edición de Ciencias Sociales emprendida por Siglo Veintiuno posicionó a los sociólogos como figuras notables de sus campos disciplinares, al conjugar “el compromiso con proyectos político-culturales y la capacidad de intervención sobre la agenda de problemas de las ciencias sociales” (Bonacci 2020, 75).

A partir del análisis de Sorá, se puede observar cómo la acumulación de capital simbólico se dio a la par de la publicación de obras cuya rentabilidad económica le permitió crecer en estructura y peso en el mercado. La heterogeneidad de nichos a los que apuntó se hace evidente desde sus primeros catálogos (1967 y 1971), en donde aparecen colecciones clásicas como *Teoría y Crítica*, *Sociología y Política*, y otras que apuntaron a un lector no restringido a la academia: la colección *El hombre y sus obras*, con ensayos políticos y polémicos de autores como Eduardo Galeano y su *best seller Las venas abiertas de América Latina* y Martínez Estrada con *Martí: el héroe y su acción revolucionaria*; la colección *Mínima* –que persiste–, la cual promueve obras breves de autores reconocidos, en general académicos, sobre temas de debate público no escritas en un registro académico y con un costo menor al resto de los libros, y la colección *Inicial*, que, según Sorá, se homologa a *Breviarios* y a colección *Popular*, que Orfila Reynal había dirigido en Fondo de Cultura Económica. Como muestra de esta apuesta que excedía ampliamente el polo de producción restringida, entre 1967 y 1971 la colección *Mínima* creció un 411% en títulos publicados (9 a 46), cuestión que refleja tanto la “misión” de Orfila por la “formación del público de masas”, conjugada con la importancia de obtener rédito económico gracias a los libros de divulgación de autores como Miguel Barnet, Tulio Halperín Donghi y Aníbal Ponce (Sorá 2017). La actual colección *Singular*, que publica libros con peso de la política, encuentra antecedentes, continuidades y rupturas en los catálogos de la misma editorial desde su surgimiento.

En sintonía con modelos editoriales exitosos en la difusión al gran público de libros vinculados a la política como CEAL y Eudeba, Siglo Veintiuno se caracterizó por una “heterogeneidad que denota la intención de funcionar no sólo como una editorial académica sino como un sello para un público lector amplio, que debía prepararse para los desafíos intelectuales y políticos de un mundo contemporáneo que no podía entenderse desgajado de ciertas tradiciones esenciales” (Sorá 2017, 180). Así y todo, la denegación del interés económico que caracteriza a las empresas de producción cultu-

ral –sobre todo las mejor posicionadas en el plano cultural– resulta insoslayable para una editorial como Siglo Veintiuno y un editor de la talla de Orfila Reynal:

Sé que puede decir que Siglo es una S.A., que soy accionista, pero los dividendos no han sido cobrados y se han reinvertido para aumentar el capital de trabajo. Y le juro que es verdad [...], que me importa un carajo el dinero y los dividendos. No creo sea el caso de los otros editores, por amigos y progresistas que sean (Orfila Reynal, citado en Sorá 2017, 193).

Así como el rédito simbólico se traduce en réditos económicos, esta conversión es un proceso que solo se puede dar a largo plazo (Bourdieu 2011), ya como editorial consagrada, como lo ha demostrado la historia y posición de Siglo Veintiuno. En las últimas décadas, así como el momento de auge de las izquierdas que había generado un mercado auspicioso se interrumpió a costa de represión, dictaduras y de un nuevo clima cultural, el espacio editorial también se reconfiguró. En esta época pasaron a cobrar importancia lenguajes ligados expresamente a la economía de mercado, que incidieron fuertemente sobre las industrias culturales y el sistema mediático en general (Míguez y Rubinich 2011; Traverso 2014).<sup>7</sup> En esta línea, la reconfiguración del papel intelectual y el ascenso del modelo de experto impactó sobre las ciencias sociales y delinea también el mundo editorial y las figuras autorales que se construyen (Eyal y Buchholz 2010; Sapiro 2016; Heredia 2015). Sociólogos y otros científicos sociales tuvieron una intervención notable como autores de grandes casas editoriales con títulos de intervención coyuntural, compartiendo un lugar (cada vez más subordinado, por cierto) en colecciones en las que primaban periodistas, ensayistas y escritores (Baldoni 2021; Bonacci 2020).<sup>8</sup>

Las transformaciones en la cultura, la economía y la política a nivel global y local tuvieron su correlato en el mercado editorial, observable en cambios en los modos de producción, en las formas de trabajo con los autores, de concebir a los productos y de comunicarlos, así como de intervenir públicamente por parte de los autores y los editores.

## SIGLO VEINTIUNO EDITORES ANTE EL DESAFÍO DEL SIGLO XXI: LA CONQUISTA DE NUEVOS LECTORES Y LA ¿MOCHILA? DEL PRESTIGIO

La reapertura de la editorial en el año 2000, luego de su cierre durante la dictadura militar, se asienta en un contexto social, económico, cultural, académico y político

<sup>7</sup> Por otro lado, la reconfiguración del sistema científico y universitario a nivel local que se dio hasta 2015, con indicadores como la creación del Ministerio de Ciencia y Tecnología en 2007, el fortalecimiento presupuestario del CONICET y el consecuente aumento de investigadores, así como la creación de nuevas universidades, añade dimensiones relevantes para pensar la intervención del libro, de los autores de ciencias sociales y humanas y de los editores en el debate público.

<sup>8</sup> Según demuestran estos autores, este movimiento de cambio de paradigma refleja al mismo tiempo un debilitamiento de los proyectos editoriales intelectuales de los ochenta, en donde los autores provenientes de la Sociología ocupaban un lugar destacado, como Puntosur, El Cielo por Asalto y Nueva Visión, entre otras, y un repliegue hacia las revistas.

diferente al de su primera etapa, así como en otro estado del campo editorial. Estos factores permiten explicar un derrotero que no implicó una mera réplica del catálogo que la había consagrado. En efecto, como toda editorial, Siglo Veintiuno participa en un campo que exige estrategias de renovación adecuadas a los parámetros de la edición en la actualidad, así como también se ve condicionada por los riesgos que estas exigencias imponen a las empresas que no cuentan con la estructura de los grandes grupos. Si bien mantiene la fortaleza de su marca, que le permite seguir ocupando las posiciones prestigiosas del espacio cultural –por su estrecha vinculación con el mundo académico, intelectual y político progresista–, la editorial crece en capital económico, se consolida como jugador de peso mediante una dinámica empresarial y comercial eficiente y un catálogo expansivo que busca nuevos lectores.

Una de las dimensiones para pensar la actualidad de Siglo Veintiuno es la transformación del mercado editorial en los años noventa. Las grandes editoriales conformaron una “ingeniería editorial” articulada, una logística y una veloz capacidad de producción de libros que se mantienen durante un ciclo breve. Los grupos, al ritmo de la adquisición de sellos nacionales, construyeron una estructura organizacional amplia y diversificada, en la que el departamento editorial funciona en tándem con el de prensa y *marketing*. De esta manera, la circulación y difusión funciona como proceso inseparable de la producción, no solo pensada en términos materiales, sino también en cuanto a la capacidad de detectar libros que se instalen, de los que se hable y se vendan (Saferstein 2021).

La búsqueda del lector –concebido como consumidor– funciona como horizonte de las editoriales y de sus editores, cuya principal responsabilidad es publicar libros que se vendan, sea cual sea el mercado y su dinámica. En la actualidad, esta búsqueda se intensifica. En este proceso es clave el rol del director editorial –*publisher* en términos anglosajones– tanto en la selección de autores y armado del catálogo como en la “intervención” de temáticas, en la orientación del sentido de los libros, en la construcción de la figura autoral y en la difusión del producto. Los editores, con su sentido práctico que le da forma a su oficio, llevan adelante prácticas específicas y modos de hacer que conforman una visión del negocio que atraviesa el espacio editorial y adquiere modalidades particulares según el tipo y tamaño de editorial. En términos extendidos, son los responsables de configurar mercancías culturales con un alto componente comercial y a la vez simbólico y –en el caso particular de los libros a los que apunta este trabajo– político.

La filial argentina de Siglo Veintiuno participa de esta dinámica, en un mercado dominado por los grandes grupos, que impusieron condiciones para la acción y reproducción: sea mediante estrategias innovadoras o conservadoras, con una mayor o menor propensión hacia la conquista o gestión de recursos simbólicos, todas las editoriales que busquen mantenerse en el mercado (o expandirse), hacen propias a su manera las reglas teñidas de espíritu comercial (Thompson 2012). La editorial presenta una estructura de alrededor de veinte personas, con un organigrama compartimentado en diversas áreas y funciones típicas: el área editorial (subdividida en dirección

editorial, edición y producción editorial), la gerencia comercial, el área de prensa y comunicación y el área de administración y finanzas. Quien se encuentra en la posición organizadora es el director editorial, posición que requiere una visión integral del negocio,<sup>9</sup> que comprenda tanto la pretensión innovadora y creativa de la edición (búsqueda de proyectos, construcción de autores, identificación de lectores potenciales), así como también una planificación que permita equilibrar entre las apuestas riesgosas y la gestión de los logros.<sup>10</sup>

El área editorial presenta la modalidad en la cual el director, editores y editoras están presentes en todo el proceso productivo. Al igual que en las grandes editoriales, si bien los roles están definidos, en la práctica efectiva hay una participación colectiva en la definición de distintos aspectos de la producción, circulación y difusión, tanto con las colecciones, como con los proyectos particulares.

Es un lugar donde hago un trabajo muy variado y diverso. Eso me gusta mucho. Trabajo con textos y micro *editing*, con autores, leyendo los capítulos. Pero también estoy buscando autores nuevos, pensando colecciones, participando en cuestiones que tienen que ver con ventas. Mucho con *marketing* y comunicación, un poco porque yo vengo del periodismo [...] Es un lugar donde hay una mirada bastante panorámica del proceso. Quizá por las dimensiones de la editorial. Más o menos todos tenemos idea de todo y también por un estilo, que acá las cosas se conversan mucho.<sup>11</sup>

Así, a su respectiva escala, la editorial desarrolló un modelo de trabajo que tiende a la modernización y hace uso productivo de las herramientas para captar lectores, generar libros, colecciones y autores para nichos ya identificados por los grandes grupos (por ejemplo, con libros de política), o bien construyendo un mercado propio que luego las grandes editoriales intentan ocupar (por ejemplo, con la colección de divulgación científica). Con prácticas que se asemejan a las de los grandes grupos, pero a menor escala y con menos recursos, la editorial construye una ingeniería material y simbólica. Ante el intento por matizar los riesgos que tiene toda empresa cultural –que vende productos cuyo resultado en el mercado presenta grados de indeterminación e incertidumbre (Menger 2016)–, la editorial concentra esfuerzos en identificar libros y autores que considera de “calidad” y comunicarlos de manera eficiente. Para ello, ha innovado contratando personal editorial proveniente de editoriales de grupo, de me-

<sup>9</sup> “[...] que entienda el papel imprenta, qué pasa en las librerías, qué pasa en la prensa, la psicología del autor. [...] A mucha gente le da pereza estar pensando en el lanzamiento, la prensa, poner el pecho, ir el día de la presentación, pensar el precio, preguntar si vale la pena que contrate esto. Eso tenés que tenerlo en la cabeza de manera natural” (director editorial, Siglo Veintiuno, comunicación personal, 2014).

<sup>10</sup> “Antes publicábamos más autores jóvenes, estamos siendo más selectivos. Corríamos más riesgos y ahora tenemos que acortar un poco el riesgo. Podemos hacer apuestas fuertes o también tenemos acceso a autores más importantes que están dispuestos a publicar con nosotros” (director editorial, Siglo Veintiuno, 2012).

<sup>11</sup> Editora, Siglo Veintiuno (comunicación personal, 5 de julio de 2018).

dios masivos y de empresas de comunicación digital, competentes en la utilización de herramientas de *marketing* digital, que identifiquen segmentos mediante la búsqueda personalizada de lectores, temas y autores y, además, en la búsqueda de un “estilo”<sup>12</sup> discursivo propicio. Esto se articula con el trabajo artesanal, intuitivo, pero también entrenado de editores y editoras respecto de la búsqueda de libros o proyectos, así como con una estrategia de distribución y comunicación que asume una importancia propia de una empresa que busca posicionarse.

Hay una cabeza que funciona muy parecido [al oficio periodístico], que tiene que ver con intentar mirar la actualidad de ciertos fenómenos políticos sociales, culturales y tratar de encontrarles una trama más profunda. Estar leyendo y pensando “Este podría escribir un libro”, “este autor podría ser nuestro...”. Estar buscando, eso yo lo hacía en *La Nación*, lo que pasa es que era una velocidad incomparable con lo que yo hago ahora.<sup>13</sup>

De esta manera, en los años en que Siglo Veintiuno lleva en el mercado editorial, desarrolló una capacidad de producción, articulada con estrategias de distribución, circulación y difusión de libros escritos por autores reconocidos que exceden el ámbito académico restringido y llegan a públicos más amplios. Esta estrategia, que incluye la detección de temas y autores con los cuales se busca hacer una política de publicación, se hizo evidente en una serie de “hitos” comerciales que marcaron el desarrollo de la editorial. Uno de ellos es la mencionada colección Ciencia que ladra, dirigida por el investigador del CONICET y doctor en Biología Diego Golombek. Es una de las colecciones más numerosas de la editorial (más de 80 títulos), y de las que mayor rentabilidad generaron: la serie *Matemática, ¿estás ahí?* del matemático Adrián Paenza vendió más de un millón de ejemplares, según el director editorial. Otro hito fue la adquisición de derechos de Eduardo Galeano, con 23 títulos.

Hay libros que publico, y sé que tengo que hacer alguna coedición importante en el año para que eso me ayude a cerrar los números [...] No puedo quedarme en “ay, trabajamos bien, cuidamos al autor y hacemos libros de mil ejemplares, que perdemos plata”. Hago el de mil que pierde plata porque sé que también tengo a Galeano, tengo Ciencia que ladra y tengo un par de títulos fuertes en el año que nos va a ayudar a no estar tan exigido.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Además de los elementos extratextuales de los libros sobre los cuales nos focalizamos en este trabajo, la cuestión del “estilo” discursivo de los libros es otra veta de análisis posible. El trabajo de *editing* que se realiza sobre todo producto editorial resulta fundamental, no solo para la producción de libros que deben pasar de un registro puramente académico hacia uno de mayor alcance (Pérez Alonso 2002). El *editing* forma parte de la construcción de la marca editorial, que publica autores de Ciencias Sociales y Humanas y autores periodísticos con un registro de escritura más amplio. El análisis del trabajo con el texto resulta una dimensión pendiente de analizar para los libros de política de esta y otras editoriales, porque allí radica un aspecto que hace a la construcción del “género” editorial. Además, al interior de esta editorial, resultaría pertinente entender los procesos de *editing* y las diferencias entre los distintos tipos de libros publicados, los de un registro más académico y los de un estilo más amplio. Agradezco a Gustavo Sorá por este comentario.

<sup>13</sup> Editora, Siglo Veintiuno (comunicación personal, 5 de julio de 2018).

<sup>14</sup> Director editorial, Siglo Veintiuno (comunicación personal, 2012).

La búsqueda de un balance entre la publicación de títulos comerciales que, a su vez, garanticen la posibilidad de publicar títulos menos rentables en lo económico, pero necesarios y afines al catálogo en términos simbólicos es una práctica editorial histórica extendida de manera transversal en el campo. Ahora bien, ¿cómo se combina esta capacidad acorde a los tiempos editoriales actuales, con el catálogo histórico de Siglo Veintiuno y su posición de referencia dentro del campo intelectual? Esta tensión puede pensarse en términos económicos y simbólicos. En términos económicos, los lectores regulares y adeptos al catálogo “clásico” de Siglo son un grupo reducido en relación con la capacidad de las grandes editoriales en ocupar porciones del mercado. Por ende, la construcción de un catálogo dedicado al lector académico, de ciencias sociales y humanas o bien situado en una escala más amplia, alrededor del arco progresista o de izquierdas, no “alcanza” para reproducirse, crecer e instalarse como marca en un contexto de multiplicación y segmentación de títulos y temáticas. Al mismo tiempo, en términos simbólicos y en relación con la lógica de legitimación dentro del campo intelectual, la editorial se piensa como en “renovación” e intenta posicionarse al ritmo de los cambios ocurridos en el sistema científico y universitario a nivel nacional. Particularmente, el lugar de las ciencias sociales y el modo en que sus exponentes se insertan y participan públicamente ha tenido históricamente al sector editorial como un lugar relevante, junto al que ocuparon en su difusión las revistas culturales y políticas en los años sesenta y setenta (Bonacci 2020; Tarcus 2020).

En lo que emerge del discurso de los agentes de la editorial, así como en los trabajos de Sorá (2017) y Szpilbarg (2019), se observan elementos que articulan la tradición de la editorial, el linaje familiar ligado al oficio de su director editorial (por su padre editor de la primera Siglo Veintiuno), así como un *habitus* activo e innovador según las prescripciones actuales del espacio.<sup>15</sup> En su relato sobre la refundación de la editorial, el director no desdeña la historia del sello, su fondo y las representaciones asociadas, cuestión que “acota los sentidos de las acciones del presente”. Por un lado, retoma el “deber ser” de la editorial, que implica mantener y reproducir rasgos que la caracterizaron históricamente: la vocación latinoamericana, su raigambre académica y la propensión a editar obras de pensamiento social y político de calidad, privilegiando la obtención de beneficios simbólicos. Sin embargo, esta “fuerza de la tradición”, para los cánones del mercado actual, no alcanza. En este sentido, este bagaje que trae consigo la editorial, se articula con una necesidad de innovación constante en el proceso de producción, circulación y difusión, así como un aprendizaje de la internacionalización del oficio, en donde las ferias y redes internacionales de editores son fundamentales (Sorá 2017).

<sup>15</sup> “Mi primera experiencia como editor fue acá en Siglo Veintiuno, acá me inicié, pero estoy en el mundo del libro desde muy chico. Mi viejo es editor, igual nunca le di bola, nunca en mi vida pensé en ser editor ni quise ni le pregunté ni nada, pero esas cosas que uno va viendo cotidianamente, es un mundo que me resultaba familiar, y mientras hacía mi carrera trabajé como librero en la Gandhi, era una librería maravillosa, en los años de oro, todavía había grandes diferencias entre buenas librerías y malas librerías, era la mejor librería de la Argentina por lejos. Entonces fue como una escuela increíble” (director editorial, Siglo Veintiuno, 2012).

De esta manera, se constituye como un “editor modernizador” (Szpilbarg 2019), con prácticas y representaciones asociadas a la renovación, la conversión y la actualización constante a parámetros del presente, sin desprejarse del peso específico que supone llevar adelante una editorial de prestigio acumulado históricamente y gestionar sus logros cristalizados en el mundo editorial y cultural. “Recordamos que somos los editores de Foucault, Barthes, Freire, Lacan, Derrida, lo que quieras. Y después, hace muchos años que estoy haciendo un trabajo de despegarnos de eso”.<sup>16</sup>

El lugar que tiene Siglo Veintiuno en relación con la herencia de su catálogo histórico, los autores de su fondo, así como la búsqueda por “modernizarse” revelan una articulación de dinámicas que expresa tensiones. La lógica del mercado y del capital económico tensa la posición de una editorial asociada históricamente a posiciones de prestigio, que aspira al crecimiento económico y a la búsqueda de nuevos lectores. Esto se expresa en las prácticas y representaciones de los editores y en el desarrollo de la colección Singular.

## LA COLECCIÓN SINGULAR: LA POLÍTICA COMO NEGOCIO EDITORIAL

Marina Garone y Eugenia Costa (2020) afirman que una colección propone una propuesta de ordenamiento de distintas obras de un catálogo editorial, integrándolas en un denominador común (literario, estético, político, comercial) que incluso puede tener jerarquizaciones internas manifestadas en series de libros en una misma colección. Esto puede observarse en el catálogo de Siglo Veintiuno, una editorial que se ordena a partir de sus colecciones históricas y otras más jóvenes, dirigidas en general por autores de la casa. Singular publicó, entre 2012 y noviembre de 2021, 45 títulos escritos por autores reconocidos en el ámbito periodístico, académico, cultural o político. Es una de las colecciones más “jóvenes” y está llevada adelante por el comité de la editorial. Comenzó como colección dispersa, de distintas temáticas y fue asentando una línea interna que, en los últimos años, está más orientada hacia la edición de libros de política, no académicos sino de intervención y con una estética que marca un contrapunto con las colecciones históricas de la editorial.

Esta colección tiene que ver con una etapa de crecimiento de la editorial y con intereses personales [...] La editorial estaba en una etapa de madurez, habíamos desarrollado el perfil más clásico de Siglo XXI [...] fuimos abriendo nuevas colecciones [...] Y llega un momento que sentimos que las grandes áreas estaban ya cubiertas y a veces me daba pena, por las características del país, de la coyuntura y de intereses personales –porque siempre me parece que es clave la figura del editor– que había libros que me interesaban y los rechazaba porque no teníamos una colección clara para publicarlos. Si los metía en Sociología y Política podrían haber entrado de manera forzada, tal vez desdibujaba la colección, inclusive la estética de la colección no era adecuada, con lo cual me iba a jugar en contra. Sentí esa necesidad

<sup>16</sup> Director editorial, Siglo Veintiuno (comunicación personal, 2012).

casi natural de armar esa colección, le pusimos “Singular” para no encasillarla, para no tener que definir un perfil rígido de libros políticos [...] Son experiencias lindas y de crecimiento personal, son experiencias divertidas y también un placer de, puede ser una fantasía, o no, pero influir de alguna manera sobre la realidad con el libro que haces.<sup>17</sup>

Buscamos explorar cómo una editorial prestigiada y con historia como Siglo Veintiuno afronta, mediante esta colección, la tensión entre la búsqueda por ampliar los lectores y por mantener y consolidar su posición en el campo. Para abordar esta cuestión, mostramos quiénes son estos autores, qué lugar ocupan en el campo cultural, mediático, intelectual y político.

**Tabla 1.** Títulos, autores y temas de la colección Singular

AUTOR	TÍTULO ACORTADO	AÑO	TEMA GENERAL/ GÉNERO	PROCEDENCIA AUTOR/ES
Grimson, Alejandro	<i>Mitomanías argentinas</i>	2012	Divulgación de CSH	Academia
Rafecas, Daniel	<i>Historia de la solución final</i>	2012	Historia	Derecho/política
Verbitsky, Horacio y Bohoslavsky, Juan Pablo	<i>Cuentas pendientes. Los cómplices económicos de la dictadura</i>	2013	Política	Periodismo
Romero, Luis Alberto	<i>La larga crisis argentina. Del siglo XX al siglo XXI</i>	2013	Política	Academia
Goldman, Daniel y Dobry, Hernán	<i>Ser judío en los años setenta</i>	2014	Política	Periodismo
Manguel, Alberto	<i>Una historia de la lectura</i>	2014	Ensayo literario	Cultura
Loreti, Damian y Lozano, Luis	<i>El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas</i>	2014	Política	Academia
Benedetti, Héctor	<i>Nueva historia del tango</i>	2015	Historia	Cultura
Kiciloff, Axel	<i>Diálogos sin corbata</i>	2015	Economía	Política

<sup>17</sup> Director editorial, Siglo Veintiuno (comunicación personal, 2014).



Piketty, Thomas	<i>La crisis del capital en el siglo XXI</i>	2015	Economía	Academia
Bohoslavsky, Juan Pablo	<i>¿Usted también, doctor? complicidad de jueces, fiscales y abogados durante la dictadura</i>	2015	Política	Periodismo
Tenti Fanfani, Emilio y Grimson, Alejandro	<i>Mitomanías de la educación argentina</i>	2015	Divulgación CSH	Academia
Filmus, Daniel	<i>Pensar el kirchnerismo. Lo que se hizo, lo que falta y lo que viene</i>	2016	Política	Política
Manguel, Alberto	<i>Con Borges</i>	2016	Ensayo literario	Cultura
Faur, Eleonor y Grimson, Alejandro	<i>Mitomanías de los sexos</i>	2016	Divulgación CSH	Academia
Wainfeld, Mario	<i>Kirchner, el tipo que supo</i>	2016	Política	Periodismo
Lipina, Sebastián	<i>Pobre cerebro, los efectos de la pobreza sobre el desarrollo cognitivo y emocional</i>	2016	Neurociencia	Periodismo
Manguel, Alberto	<i>Una historia natural de la curiosidad</i>	2016	Ensayo literario	Cultura
López Belloso, Roberto	<i>Eduardo Galeano, un ilegal en el paraíso</i>	2016	Ensayo literario	Cultura
Kulfas, Matías	<i>Los tres kirchnerismos, una historia de la economía argentina 2003-2015</i>	2016	Economía	Política
Manguel, Alberto	<i>La biblioteca de noche</i>	2017	Ensayo literario	Cultura
Vommaro, Gabriel	<i>La larga marcha de Cambiemos, la construcción silenciosa de un proyecto de poder</i>	2017	Política	Academia
Piketty, Thomas	<i>¡Ciudadanos, a las urnas! Crónicas del mundo actual</i>	2017	Política	Academia
Saín, Marcelo	<i>Por qué preferimos no ver la inseguridad (aunque digamos lo contrario)</i>	2017	Política	Política
Tokatlian, Juan Gabriel	<i>Qué hacer con las drogas</i>	2017	Divulgación	Academia

<b>Verbitsky, Horacio y Sztulwark, Diego</b>	<i>Vida de perro. Balance político de un país intenso, del 55 a Macri</i>	2018	Política	Periodismo
<b>Natanson, José</b>	<i>¿Por qué? La rápida agonía de la argentina kirchnerista y la brutal eficacia de una nueva derecha</i>	2018	Política	Periodismo
<b>Hilb, Claudia</b>	<i>¿Por qué no pasan los 70? no hay verdades sencillas para pasados complejos</i>	2018	Política	Academia
<b>Grimson, Alejandro</b>	<i>¿Qué es el peronismo? De Perón a los Kirchner, el movimiento que no deja de conmover la política argentina</i>	2019	Historia/ Política	Academia
<b>Wainfeld, Mario</b>	<i>Estallidos argentinos. Cuando se desbarata el vago orden en que vivimos</i>	2019	Política	Periodismo
<b>Minutella, Eduardo y Álvarez, Noel</b>	<i>Progresistas fuimos todos. Del antimenemismo a Kirchner, cómo construyeron el progresismo las revistas políticas</i>	2019	Historia/ Política	Periodismo/ academia
<b>Canelo, Paula</b>	<i>¿Cambiamos? La batalla cultural por el sentido común de los argentinos</i>	2019	Política	Academia
<b>Kiciloff, Axel</b>	<i>Y ahora ¿qué? Desengrietar las ideas para construir un país normal</i>	2019	Política	Política
<b>Svampa, Maristella y Viale, Enrique</b>	<i>El colapso ecológico ya llegó. Una brújula para salir del (mal) desarrollo</i>	2019	Política	Política/academia
<b>Agenda Argentina</b>	<i>Hablemos de ideas. Una nueva generación piensa cómo gobernar una argentina que cambió</i>	2020	Política	Política
<b>Orrego-Hoyos, Carrera y Saralegui</b>	<i>Dicen que tuve un bebé. Siete historias en las que el sistema judicial encarcela mujeres y a casi nadie le importa</i>	2020	Política	Periodismo
<b>Gargarella, Roberto</b>	<i>La derrota del derecho en América Latina. Siete tesis</i>	2020	Derecho	Derecho/ periodismo/ academia

<b>Stefanoni, Pablo</b>	<i>¿La rebeldía se volvió de derecha? Cómo el antiprogresismo y la anticorrección política están construyendo un nuevo sentido común (y por qué la izquierda debería tomarlos en serio)</i>	2021	Política	Periodismo/ academia
<b>Milanesio, Natalia</b>	<i>El destape. La cultura sexual en la argentina después de la dictadura</i>	2021	Historia/ Política	Academia
<b>Genoud, Diego</b>	<i>El peronismo de Cristina. El frente de todos, entre la dolorosa unidad, la escasez y la guerra interminable con el establishment</i>	2021	Política	Periodismo
<b>Gerchunoff, Pablo y Hora, Roy</b>	<i>La moneda en el aire. Conversaciones sobre la argentina y su historia de futuros imprevisibles</i>	2021	Política/ Economía	Academia
<b>Semán, Ernesto</b>	<i>Breve historia del antipopulismo. Los intentos por domesticar a la argentina plebeya, de 1810 a Macri</i>	2021	Historia/ Política	Periodismo/ academia
<b>Rodríguez, Martín y Touzón, Pablo</b>	<i>¿Qué hacemos con Menem? Los noventa, veinte años después</i>	2021	Política	Periodismo
<b>Tordini, Ximena</b>	<i>Desaparecidos y desaparecidas en la argentina contemporánea. Quiénes son, qué pasó con ellos y por qué la justicia y el estado deberían despabilarse</i>	2021	Política	Periodismo
<b>Gollán, Kreplak y García</b>	<i>La salud sí tiene precio. Medicamentos, hospitales, pandemias y la necesidad de repensar el sistema sanitario</i>	2021	Política	Política

Un 64% de los libros son de política y coyuntura (29).<sup>18</sup> Mucho más atrás le siguen el ensayo literario, la divulgación de Ciencias Sociales y Humanas, con la serie de *Mi-*

<sup>18</sup> En el sitio web de la editorial, un párrafo de presentación condensa esta búsqueda enunciada: “Seguimos atentos a las autoras y los autores que piensan a contrapelo de cada coyuntura, que intentan captar las tensiones del presente, que se hacen preguntas, que no se resignan a visiones binarias ni de la política ni de la sociedad. En el mismo sentido, abrimos nuestro catálogo a libros periodísticos que se dirigen a un público más amplio o no especializado, que intervienen en debates actuales, o que pretenden acercar herramientas de comprensión de problemas complejos” (<https://sigloxxieditores.com.ar/la-editorial/>).

*tomanías*, de Grimson, quien, además de *Mitomanías argentinas* y *¿Qué es el peronismo?*, coescribió dos libros orientados a temáticas específicas, uno junto a una especialista en género, otro con un especialista en educación. Con tres títulos se encuentran los de Economía, dos de los cuales son de economistas y políticos vinculados al equipo económico de la gestión peronista.

La publicación de libros sobre política se alinea con la tendencia más general del mercado. Sin embargo, la editorial se posiciona con un discurso que va a contrapelo de la tendencia ideológica que primó en producción y ventas durante esos años, una producción crítica de los gobiernos kirchneristas y del ideario progresista, ubicada más bien sobre el arco derecho del espectro ideológico (Morresi, Saferstein y Vicente 2021). Siglo Veintiuno construyó una línea editorial que se enuncia próxima al progresismo y su colección refleja un paulatino acercamiento, con matices, al signo político de los gobiernos kirchneristas de 2003 a 2015 y al del gobierno de Alberto Fernández iniciado en 2019.

Sobre el kirchnerismo como movimiento político, uno de los primeros títulos fue *La larga crisis argentina* (2013), ensayo político de Luis Alberto Romero. El libro, que tuvo dos ediciones, asume una hipótesis de crisis de larga duración en el país, como argumento para criticar al gobierno de ese momento y plantear opciones a futuro. Este tipo de ensayo se asemeja a otros que fueron muy exitosos en la época, de autores alineados con Romero, como Marcos Aguinis. Se trata de un libro crítico de la gestión peronista que, visto retrospectivamente, desentona con la línea que prima en la colección. En ese momento, el historiador Romero era uno de los autores más representativos de la casa y director de la colección Historia y Cultura.<sup>19</sup>

La colección pronto asumiría un perfil más cercano a la gestión kirchnerista, por los autores y temáticas publicadas. Por un lado, se encuentran títulos de funcionarios. *Diálogos sin corbata* (2015), libro del ex ministro de economía Axel Kicillof y desde 2019 gobernador de la provincia de Buenos Aires, tuvo seis ediciones y un producto televisivo que lo antecedió, presentado en el canal estatal Encuentro. Kicillof también publicó *Y ahora ¿qué?* (2019), un libro de intervención. También se publicaron *Pensar el kirchnerismo* (2016), un balance político y cultural de la gestión de 2003 al 2015, compilado por Daniel Filmus, ex ministro de Educación (2003-2007) y ministro de Ciencia y Tecnología desde 2021, con artículos de distintos pensadores, académicos y funcionarios de la gestión. *Los tres kirchnerismos*, del economista Matías Kulfas, propone una visión más matizada respecto de la gestión económica de la que también formó parte como funcionario. Por su parte, *Hablemos de ideas* (2020) fue lanzado como intervención y como programa político de Agenda Argentina, un conjunto de *think tanks* y agrupamientos de intelectuales, expertos y académicos que asesoran al

<sup>19</sup> Esa prolífica y prestigiosa colección publicó títulos de historia académica hasta 2017, momento en que fue interrumpida por la editorial y el autor. En ese momento nació la nueva colección Hacer Historia, dirigida por un comité integrado por los historiadores Lila Caimari, Vera Carnovale, Roy Hora Sylvia Saïta y Marcela Ternavasio.

presidente que asumió en 2019. Por último, en 2021 y en contexto de pandemia se publicó *La salud sí tiene precio*, compilado por Daniel Gollán, Nicolás Kreplak y Enio García, funcionarios del ministerio de salud bonaerense del gobierno de Axel Kicillof (quien escribió una introducción).

En relación a la coyuntura, la colección también asume una impronta particular abordada por figuras del campo periodístico cercanas al polo intelectual o cultural. *Kirchner, el tipo que supo* (2016), una semblanza del presidente (2003-2007) escrita por el periodista Mario Wainfeld, fue uno de los más exitosos de la temática y de la colección, con seis reimpressiones y 45.000 ejemplares vendidos.<sup>20</sup> Wainfeld es abogado y periodista de larga trayectoria en el diario *Página 12* (desde 1997) y en radio. Además, tiene una trayectoria política vinculada al peronismo renovador de los ochenta, como director de la revista político-intelectual *Unidos*. El éxito del libro en la colección Singular lo llevó a publicar un segundo título, *Estallidos argentinos*. Por su parte, el periodista Diego Genoud publicó en 2021 *El peronismo de Cristina*, un libro que aborda las distintas dimensiones del movimiento político actual, con la impronta de la presidenta (2007-2015) y vicepresidenta desde 2019. Genoud es integrante del colectivo editorial Crisis y de *El Diario Ar* (filial argentina del diario español), con paso en medios como *TXT*, *Perfil*, *Crítica* y *Página 12*, entre otros. Este título es su segundo libro, luego de haber publicado en Sudamericana una biografía del político Sergio Massa.

La gestión gubernamental de Mauricio Macri (2015-2019) también fue objeto de tratamiento crítico por parte de la colección, con los ensayos *¿Por qué? La rápida agonia de la argentina kirchnerista*, de José Natanson (2017), *¿Cambiamos?* de la socióloga Paula Canelo (2019), así como la investigación *La larga marcha de Cambiemos*, de Gabriel Vommaro (2017), que analiza la politización de los *managers* que se alinearon con el gobierno que comenzó en 2015.<sup>21</sup> Natanson, con otros cinco libros de su autoría en editoriales comerciales de difusión amplia (Debate, Capital Intelectual, Del Zorzal) es periodista, politólogo y director de Capital Intelectual y de la versión argentina de *Le Monde diplomatique*, ambos parte del grupo Insud, propietario de Siglo Veintiuno desde 2021. Canelo es investigadora del CONICET y tiene un recorrido académico con tres libros publicados previamente en editoriales de difusión más amplia (Edhasa, CLACSO, Prometeo). Vommaro es sociólogo e investigador del CONICET, con una vasta producción académica en editoriales universitarias, pero sin restringirse a esos márgenes: publicó en Planeta *Mundo Pro* (2015), junto a Sergio Morresi y Alejandro Belloti, y también títulos de ficción. Estos libros se publicaron a partir de los dos primeros años de gestión de Macri, a diferencia de las grandes editoriales, que “reaccionaron” al fenómeno macrista desde sus inicios.

Singular también se introdujo en el tratamiento de los años setenta, período que fue objeto de numerosas publicaciones desde una perspectiva “revisionista” y

<sup>20</sup> Datos proporcionados por la editorial, válidos hasta el 1 de agosto de 2018.

<sup>21</sup> Hasta el 1 de agosto de 2018, el libro de Gabriel Vommaro había vendido 5.000 ejemplares y el de Natanson, 10.000.

crítica de la perspectiva de los organismos de derechos humanos en las grandes editoriales. Siglo Veintiuno tuvo su posicionamiento particular con cuatro títulos de la colección: con tres ediciones, *Cuentas pendientes*, primer libro del periodista Horacio Verbitsky en la editorial, junto a Juan P. Bohoslavsky (2013), quien dos años después publicó *¿Usted también, doctor?* Estos libros se insertan en la disputa y discusión sobre los años setenta, a contrapelo del “revisiónismo” y la renovación de la teoría de los dos demonios presentada por los libros más vendidos sobre la temática (como la serie de libros de Juan Bautista Yofre y de Ceferino Reato publicados por Sudamericana).<sup>22</sup>

La colección también presenta hasta el momento libros que recorren la política nacional desde una mirada transversal. *Vida de perro* (2018) construye una biografía política de Horacio Verbitsky y sus posicionamientos sobre los distintos gobiernos a partir de un diálogo con Diego Sztulwark.<sup>23</sup> En 2021 se publicó *Desaparecidos y desaparecidas en la Argentina contemporánea*, de Ximena Tordini, periodista del colectivo Crisis y miembro del Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), que fue presidido por Verbitsky. Ese año también se lanzó *Breve historia del antipopulismo*, un ensayo que recorre la historia argentina hasta el fin del gobierno de Macri a partir de una mirada sobre la tensión entre los imaginarios del populismo y el antipopulismo, con sus proyectos antagónicos. Su autor es el escritor, periodista e historiador Ernesto Semán, que además de producción académica tiene ensayos y libros de narrativa publicados en la pequeña Aurelia Rivera y las grandes Planeta y Sudamericana. Por último, destacamos el libro *¿La rebeldía se volvió de derecha?* (2021) del periodista y doctor en historia Pablo Stefanoni, quien es Jefe de redacción de la revista de ciencias sociales y divulgación *Nueva Sociedad* y publicó libros en Paidós y Capital Intelectual. Este libro, que explora el crecimiento de las derechas políticas y culturales durante los últimos años, se ha convertido en el último *best seller* de la colección, con cinco ediciones y una impresión en España, junto a Capital Intelectual.

En este sentido, la colección recorre un panorama variado y amplio de temas y autores que tienen presencia en la agenda mediática y pública. Una editora define a los libros como de “autores convocantes, conocidos fuera del campo. No todos pueden hacer eso”. Los libros se insertan en su tratamiento, desde una perspectiva que la editorial considera útil y estratégica en términos de posicionamiento y de acercamiento —al mismo tiempo que de oposición— a la lógica de los grandes grupos, con autores que construyen y sobre los que se montan para que transiten espacios amplios, sin reducirse a los márgenes restrictivos de la academia.

<sup>22</sup> Sobre la misma temática se publicó también *Ser judío en los años setenta*, del rabino Daniel Goldman y el periodista Hernán Dobry (2014) y *¿Por qué no pasan los 70?*, de la politóloga e investigadora del CONICET Claudia Hilb. Autora de la editorial con otro libro sobre la misma temática, Hilb se posiciona en estos ensayos de manera crítica con respecto a la política de derechos humanos del kirchnerismo, lo que genera un contrapunto entre las perspectivas sobre esa década en la misma colección.

<sup>23</sup> El libro se reimprimió tres veces en dos meses y vendió 10.000 ejemplares hasta agosto de 2018.

Queremos estar en la mesa de novedades y que le resuene a los lectores y que no sean los lectores típicos de Siglo XXI, que sean más, que sean otros que no leen necesariamente a Foucault ni a Bourdieu, ni van a leer nuestra colección *Sociología y Política*. Pero que ven eso, les interesa la realidad, la política, los fenómenos políticos y sociales y que lo puedan leer aunque no lean nada más de nosotros. O sea, tener lectores distintos, tener lectores nuevos. En eso creo que somos iguales a la producción de las grandes editoriales.<sup>24</sup>

Los libros de política de Singular se publicaron de manera constante y exponencial: con dos títulos por año desde 2012 hasta 2014, entre tres y cuatro títulos por año entre 2015 y 2018, llega a seis en 2019, tres en 2020 (año de la pandemia) y ocho en 2021. Con un volumen y escala menor al de los grandes grupos, los editores consideran a la colección Singular como una apuesta fuerte, tanto en términos comerciales como en términos de visibilidad y reconocimiento de su marca en el mercado de libros y, consecuentemente, en el debate público.

Estuvimos mirando cómo aparecemos en nuestro catálogo y en la web. Y básicamente siempre decimos “Ensayo, Ciencias Sociales, Latinoamérica...” Eso está bien, lo hacemos, lo seguimos haciendo, es el corazón de nuestro catálogo. Pero la verdad es que cada vez hacemos más cosas. Porque Singular ahí no entraría, Ciencia que ladra ahí no entra y tenemos cada vez más ejemplos. Entonces quizás, sin dejar de hacer eso, deberíamos decir que somos una editorial que desarrolla o que difunde pensamiento crítico, que intenta intervenir en el debate público, eso es una cosa que estamos teniendo cada vez más presente, de distintas maneras, con libros que difunden nuestros pensadores, nuestros intelectuales, pero también que son libros que intentan dar argumentos para la conversación pública, nosotros queremos intervenir así. [...] Estamos tratando de acomodar los nuevos libros que están apareciendo, estos nuevos públicos a los que le hablamos en la idea de quiénes somos. Entonces la cuestión de las ciencias sociales nos queda muy chiquita.<sup>25</sup>

En este sentido, la publicación de libros de política es presentada por los editores como una apuesta comercial, así como una apuesta por lograr una presencia que opere como intervención cultural, pública, política, en línea con la trayectoria de la empresa, pero acorde a los modos de hacer libros en la actualidad. Esta combinación tiene aspectos novedosos para una editorial de su tipo, en cuanto a que articula de manera por momentos no “culposa” la búsqueda de beneficios materiales, con una pretensión de intervención históricamente asociada a las editoriales que subordinaban (e incluso desdénaban, aunque sea discursivamente) el aspecto económico de manera más o menos explícita.

Para la editorial son libros particularmente relevantes [...], como herramientas para poder pensar la realidad política y social de manera más profunda, más matizada, sin escándalos y denuncias. Estos libros están siendo exitosos en este sentido, son libros de autores importantes, son libros de calidad, son una serie sobre los cuales vamos a seguir trabajando y

<sup>24</sup> Editora, Siglo Veintiuno (comunicación personal, 5 de julio de 2018).

<sup>25</sup> Editora, Siglo Veintiuno (comunicación personal, 5 de julio de 2018).

apostando. Hablan de la coyuntura pero no son libros urgentes. No son libros resueltos en un par de meses, tienen mucho trabajo, a lo que sumamos también nuestro trabajo profesional, editorial. Nos pone muy contentos saber que les va bien en dos sentidos: Venden, hay un público que los recibe, que los busca, que los comenta, que los recomienda. Y les va bien también porque se van instalando en esos debates de política donde a la editorial le interesa intervenir especialmente.<sup>26</sup>

Acá adentro es un debate. Puede que para algunos libros haya algunas resistencias todavía. Yo tiendo a pensar que no se pierde, para mí es ganancia cuando mantenés la calidad en el trabajo, el cuidado con el que elegís a los autores y la intención con la que los elegís. Queremos intervenir inteligentemente en el debate público, darles argumentos a las personas para que piensen mejor, más matizadamente. Si nos vamos a dedicar a ensanchar la grieta, perdemos, o a hablarles solo a los que piensan como supuestamente piensan la línea editorial de Siglo Veintiuno, que también habría que analizar. En la medida que podamos equilibrar eso, con gente inteligente, formada, planteos interesantes, argumentos sólidos, ponele la tapa que quieras, me parece que es ganancia. Si la tapa nos trae gente que no nos leería, a leer cosas buenas, creo que es ganancia. Una buena venta en esos libros nos permite hacer toda la cantidad de otros autores que nos encanta hacer, que tienen que estar, que está buenísimo que circulen pero los compran sus amigos y si vendemos mil en un año es una fiesta. Para seguir haciendo eso, la verdad es que también necesitás eso otro.<sup>27</sup>

Esta articulación entre la lógica de la venta –que actualmente tiene a la publicación de libros de temáticas políticas como un segmento casi insoslayable, con éxitos editoriales inaugurados por las grandes editoriales–, con la pretensión explícita de intervenir en el debate político propiamente dicho, delinea elementos que permiten caracterizar a una editorial “de fondo” adecuada a las condiciones del campo actual. Según los editores, en los tiempos actuales del mercado editorial, los títulos de política son de los que mayor volumen de ventas aportan. Al mismo tiempo, esto concilia con la búsqueda de intervención editorial y política en una coyuntura propicia, de acuerdo a los posicionamientos de los editores, los autores y la editorial.<sup>28</sup> Una casa editorial que históricamente ostentó una venta sostenida de múltiples títulos a lo largo del tiempo, apunta hoy – en línea con su consolidación y la necesidad que parte de las condiciones del mercado junto a una vocación de intervención– a lograr ventas masivas y generar discusión en el debate público, mediante autores, herramientas, estrategias y prácticas que no desentonan con el trabajo de una editorial de grupo.

Ante la decisión editorial de abrir el catálogo para llegar a públicos más amplios, nos interesa mucho cuidar el aspecto de las conversaciones con los autores [...] Escuchamos mucho lo que tienen para decirnos y cómo nos ven nuestros propios autores. Hay veces que autores o

<sup>26</sup> Editora, Siglo Veintiuno (comunicación personal, 5 de julio de 2018).

<sup>27</sup> Editora, Siglo Veintiuno (comunicación personal, 5 de julio de 2018).

<sup>28</sup> La editorial organiza eventos en espacios físicos y virtuales donde los autores de libros de política discuten sobre la coyuntura. En 2018 Wainfeld, Natanson y Vommaro participaron de la mesa “¿Qué diablos es el macrismo?”, presentada por María O’Donnell y organizada por la editorial en la Feria Internacional del Libro. En 2021, luego de las elecciones legislativas, se hizo la charla virtual “¿Qué paso ayer?” con Genoud, Stefanoni, María Esperanza Casullo, Victoria Murillo y Andrés Fianza.



directores de colección se inquietan, se preocupan, que por ahí ven con distancia genuinamente crítica y tal vez piensan “¿por qué publican esto?”, como que quizá podríamos tomar un riesgo que podría desvirtuar el lugar de la editorial.<sup>29</sup>

Como ilustran los testimonios precedentes, esto puede generar tensiones al interior de la comunidad que conforma la editorial; no necesariamente para quienes trabajan en la empresa en tanto editores, correctores o agentes de prensa, sino entre quienes son autores de la casa, directores de colecciones y allegados. Así, el devenir de la colección y del plan editorial requiere de negociaciones y balances constantes entre los agentes que participan de una empresa y un catálogo que alberga posicionamientos divergentes.

## CONSIDERACIONES FINALES

Este trabajo abordó la producción de libros de coyuntura política por parte de una editorial que incursionó en un segmento y un modo de hacer libros que en parte se acerca, con especificidades propias, al de los grandes grupos que dominan esta producción. En el caso de Singular, la apuesta comercial que caracteriza esta producción pretende combinar, desde la perspectiva de los editores, la vocación de intervención pública y la búsqueda de visibilidad sin desdeñar el reconocimiento acumulado ni la autonomía que la llevaron a autodenominarse como “editorial independiente de pensamiento crítico y ensayos de intervención”. Sus libros son presentados por sus editores de manera oposicional a la de los grandes grupos, pero también de manera relacional al interior de la casa, respecto de sus modos de acción y de su línea histórica, por más que esta no esté desprovista de apuestas de mercado y de intervención política. Así, emergen tensiones entre la lógica editorial actual y el sistema interno de significación en el cual el peso de la tradición histórica construyó el imaginario de la editorial.

El “prestigio” es el valor que opera para los editores como respaldo: la historia, valoración académica, cultural, política e intelectual de la “marca” aparecen resaltados por sus agentes, en oposición a la “maquinaria comercial” de los grandes grupos. Con esta impronta, visible en las formas de seleccionar e impulsar autores, de construir portadas, de comunicar los lanzamientos, la editorial se suma a una tendencia ya instalada por las grandes editoriales, pero busca hacerlo marcando una posición política e intelectual que la diferencie respecto de lo ya establecido por los grupos. En la “inercia” que caracteriza a un mercado con múltiples títulos, autores y novedades cada mes, las editoriales deben buscar herramientas y estrategias para distinguirse y posicionarse en lo que definen como una “competencia por la visibilidad”. Una característica transversal a este segmento en todo el arco editorial es que los libros y autores vendan –y se construyan de un modo proclive a ello– y “den que hablar” o intervengan en el debate público. La historia, el capital simbólico acumulado, la explicitación de una vocación

---

<sup>29</sup> Editora, Siglo Veintiuno (comunicación personal, 21 de abril de 2022).

de intervención pública articulada con una mirada comercial de la edición aparecen en Siglo Veintiuno (y en otras editoriales que no pertenecen a la estela de los grandes grupos) como marcas de posicionamiento en el campo. Es decir, como estrategias de acción y participación que pueden leerse como modos de habitar el espacio editorial en su conjunto, como modos de construir su devenir interno en relación con la comunidad de autores y agentes que conforma y como modos de posicionarse en el debate público, intelectual y político en un nivel más amplio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, Porter. 2018. "Industry Notes: NPD Group Sees 32-Percent Rise in US Political Books, Year to Date". *Publishing Perspectives*, 21 de junio de 2018. <https://publishingperspectives.com/2018/06/industry-notes-npd-group-32-percent-rise-in-political-book-sales/> (16.11.2021).
- Baldoni, Micaela. 2021. "Periodistas best-sellers': un análisis de la colección Espejo de la Argentina y el boom de los libros de investigación periodística". [https://www.fc.edu.uner.edu.ar/wp-content/uploads/2021/12/Micaela-Baldoni-Periodistas-best-sellers\\_-un-analisis-de-la-coleccion-Espejo-de-la-Argentina-y-el-boom-de-los-libros-de-investigacion-periodistica.pdf](https://www.fc.edu.uner.edu.ar/wp-content/uploads/2021/12/Micaela-Baldoni-Periodistas-best-sellers_-un-analisis-de-la-coleccion-Espejo-de-la-Argentina-y-el-boom-de-los-libros-de-investigacion-periodistica.pdf) (16.11.2021).
- Blanc, Natalia. 2013. "Los libros de un país dividido". *ADN*, 10 de abril de 2013. <http://www.lanacion.com.ar/1625613-los-libros-de-un-pais-dividido> (23.11.2021).
- Bonacci, Juan. 2020. "Publicar o perecer: un análisis de la producción de la sociología argentina a partir de sus condiciones de publicación (1983-1995)". Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Botto, Malena. 2006. "La concentración y la polarización de la industria editorial". En *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, editado por José Luis de Diego, 209-249. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, Pierre. 1998. *La distinción*. Barcelona: Taurus.
- 2009. "Una revolución conservadora en la edición". En *Intelectuales, política y poder*, por Pierre Bourdieu, 223-270. Buenos Aires: Eudeba.
- 2011. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Costa, María Eugenia y Marina Garone Gravier. 2020. "Reflexiones sobre la noción de catálogo y colección editorial. Dispositivos y estrategias para la producción de sentidos en el mundo del libro". *Palabra Clave (La Plata)* 9, n° 2. <https://doi.org/10.24215/18539912e082>.
- Darnton, Robert. 1993. "La France, ton café fout le camp !: De l'histoire du livre à l'histoire de la communication". *Actes de la recherche en sciences sociales* 100 (1): 16-26. <https://doi.org/10.3406/arss.1993.3068>.
- Diego, José Luis de. 2008. "Algunas hipótesis sobre la edición de literatura en la España democrática". En *I Congreso Internacional de Literatura y Cultura Españolas Contemporáneas, 1 al 3 de octubre de 2008*. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Centro de Estudios de Teoría y Crítica Literaria. <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/library?a=d&c=eventos&d=Jev307>.
- 2015. "Concentración económica, nuevos editores, nuevos agentes. Fichas para una investigación". En *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*, por José Luis de Diego, 259-292. Buenos Aires: Ampersand.

- Escobar Laplana, David. 2012. *Una colección para la Transición: Espejo de España, de Editorial Planeta (1973-1978)*. Somonte-Cenero: Trea.
- Eyal, Gil y Larissa Buchholz. 2010. "From the Sociology of Intellectuals to the Sociology of Interventions". *Annual Review of Sociology* 36, n° 1: 117-137. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.012809.102625>.
- Heredia, Mariana. 2015. *Cuando los economistas alcanzaron el poder: (o cómo se gestó la confianza en los expertos)*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Argentina.
- López Winne, Hernán y Víctor Malumián. 2016. *Independientes, ¿de qué? hablan los editores de América Latina*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Menger, Pierre-Michel. 2016. "The Work Process in Creative Undertakings". *ASA Sociology of Culture Newsletter* 28, n° 2: 6-12.
- Miguel, Paula y Lucas Rubinich, eds. 2011. *01 10: creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires: Aurelia Rivera Libros.
- Moreno, Hilario, Santiago García y Valeria Sardi, eds. 2014. *Lectores, libros, lecturas: cambios en las prácticas y hábitos de lectura: incluye los resultados de la Encuesta nacional de hábitos y prácticas de lectura 2011*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura-Presidencia de la Nación.
- Morresi, Sergio, Ezequiel Saferstein y Martín Vicente. 2021. "Los "libros de la grieta": edición, política y cultura de derechas en la Argentina". Ponencia inédita presentada en el *Coloquio Internacional "Prácticas políticas y edición en América Latina"*, México, 3.11.2021.
- Muniz Jr., José de Souza. 2016. "Girafas e bonsais: editores 'independentes' na Argentina e no Brasil (1991-2015)". Tesis de Doctorado: Universidade de São Paulo.
- Nóbrega, Leonardo. 2018. "O mercado editorial e a Nova Direita brasileira". *Teoria e Cultura* 13, n° 2: 73-84.
- Páez, Daniela. 2021. "La concentración editorial en Argentina (1991-2001). Cambios de estructuras y paradigmas en el ecosistema del libro". *Estudios de Teoría Literaria. Revista Digital. Artes, Letras y Humanidades* 10, n° 23. <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/etl/article/view/4465> (10.11.2021).
- Papalini, Vanina. 2010. "Sensibilidades contemporáneas: una exploración de la cultura desde los géneros narrativos". *Signo y Pensamiento* 29, n° 57: 84-99.
- Pereyra, Sebastián. 2013. *Política y transparencia: la corrupción n como problema público*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Pérez Alonso, Paula. 2002. "El otro editor". En *El mundo de la edición de libros*, editado por Leandro de Sagastizábal y Fernando Estéves Fros, 69-77. Buenos Aires: Paidós.
- Saferstein, Ezequiel. 2015. "Las consecuencias de la profesionalización del espacio editorial argentino en las pequeñas y medianas empresas: dos estudios de caso". *Estudios de Teoría Literaria* 7: 67-84.
- 2021. *¿Cómo se fabrica un best seller político? La trastienda de los éxitos editoriales y su capacidad de intervenir en la agenda pública*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Saferstein, Ezequiel y Daniela Szpilbar. 2014. "La industria editorial argentina, 1990-2010: Entre la concentración económica y la bibliodiversidad". *Alternativas* 3: 1-21.
- Sapiro, Gisèle. 2016. "L'inquiétante dérive des intellectuels médiatiques". *Le Monde.fr*, 16 de enero de 2016. [http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/01/16/la-revolte-des-clerics-contre-les-demunis\\_4848388\\_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/01/16/la-revolte-des-clerics-contre-les-demunis_4848388_3232.html) (5.10.2021).
- Sorá, Gustavo. 2008. "Edición y política. Guerra fría en la cultura latinoamericana de los años 60". *Revista del Museo de Antropología* 1, n° 1: 97-114.
- 2012. "El mundo como feria. In(ter)dependencias editoriales en la Feria de Frankfurt". *Comunicación & Medios* 27: 101-27.

- 2017. *Editar desde la izquierda en América Latina. La agitada historia del Fondo de Cultura Económica y de Siglo XXI*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Szpilbarg, Daniela. 2019. *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Temperley: Tren en Movimiento.
- Tarcus, Horacio. 2020. *Las revistas culturales latinoamericanas. Giro material, tramas intelectuales y redes revisteriles*. Temperley: Tren en Movimiento.
- Thompson, John B. 2012. *Merchants of Culture. The Publishing Business in the Twenty First Century*. New York: Plume.
- Traverso, Enzo. 2014. *¿Qué fue de los intelectuales?: conversación con Régis Meyran*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

Fecha de recepción: 29.12.2021

Fecha de aceptación: 28.02.2022