

La intervención de las ciencias sociales en el debate público. El caso de la colección Singular de Siglo XXI editores

Ezequiel Saferstein (CeDInCI/UNSAM, CONICET)

esaferstein@gmail.com

Introducción: contexto de la investigación

Esta ponencia tiene como objetivo presentar algunas dimensiones de un proyecto de trabajo en curso. La investigación tiene como trasfondo la producción y circulación amplia de libros sobre temas de coyuntura política en Argentina durante las últimas décadas, momento en el cual el mercado editorial registró un crecimiento de libros escritos por principalmente por periodistas. Desde los años noventa que este tipo de libros ocupa los primeros puestos de venta y alcanza impacto mediático.

El motor de esta producción está protagonizado por los grandes grupos editoriales (Random House/Sudamericana, Planeta y Ediciones B), que publicaron cientos de títulos distribuidos en distintos géneros, entre los que se destacaron, en términos de ventas y visibilidad, las investigaciones periodísticas sobre los casos de corrupción política, los ensayos sobre el devenir nacional en momentos de incertidumbre política y los libros que propusieron miradas revisionistas y críticas sobre la lucha armada y sobre los procesos de memoria, verdad y justicia de los últimos años.¹ Muchos de estos libros colaboraron en la instalación, o reflejaron en la agenda distintos enfoques sobre la política coyuntural, las disputas ideológicas del período, la cuestión de la “búsqueda” de una identidad nacional, así como también actualizaron la discusión sobre la violencia política en los setenta (Hernández y Saferstein 2018; Saferstein 2016). Sus autores, en su mayoría periodistas, lograron una presencia central gracias al reconocimiento que obtuvieron por publicar y vender estos libros, en complemento con su visibilidad en la escena mediática. Se asentaron como firmas relevantes en el debate público, amparadas por el espacio editorial que publica y vende sus libros y por la lógica mediática que los replica, posicionándolos como productores

¹ Durante los años en que el kirchnerismo gobernó el país, entre los autores más representativos de estas temáticas se encuentran 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, Eduardo Levy Yeyati (autores de *Vamos por todo: Las diez decisiones más polémicas del modelo*, Sudamericana, 2013) y Vicente Palermo (*Sal en las heridas*, 2007) así como personajes ligados a la política como Juan Bautista Yofre (autor de *Fuimos todos*, Sudamericana, 2007).

privilegiados de opiniones (Rubinich 2011; Sapiro 2017). Si bien el “libro político”, en sus diferentes acepciones, ha sido un objeto cultural y comercial presente históricamente en el mercado editorial argentino,² la modalidad productiva que adquirió durante las últimas décadas, así como su vinculación con un sistema de comunicación que incluye también a la prensa, los medios y las redes sociales, permite hablar de un producto comercial, política y culturalmente exitoso que puede ser abordado de manera específica y relacional. Las grandes editoriales, sus editores y sus autores conformaron un modo de producción, circulación y difusión exitoso, que fue en parte replicado por el espacio editorial en general. De esta manera, editoriales medianas y pequeñas de mayor y menor prestigio comenzaron a replicar y publicar este tipo de libros, como estrategia de reproducción, crecimiento y posicionamiento, bajo lógicas que en parte se acercan a la de los grandes grupos.

Un caso que permite dar cuenta de cómo las editoriales medianas³, participan como jugadores de peso en el mercado editorial local, específicamente en la producción de libros de coyuntura política, es el de Siglo Veintiuno Editores⁴ y su colección “Singular”, una de las más recientes de la editorial. Desde 2012 publica libros sobre temas diversos (políticos, pero también de interés general, cultural) escritos por autores reconocidos dentro del ámbito académico, periodístico y político, orientados hacia un público amplio, si se quiere masivo, en principio no necesariamente “seguidor” o “afiliado” a Siglo Veintiuno. Libros como *Cuentas pendientes. Los cómplices económicos de la dictadura*, del periodista Horacio Verbitsky y el abogado Juan Pablo Bohoslavsky; *Kirchner: el tipo que supo*, del periodista Mario Wainfeld (2014); *¿Por qué? La rápida agonía de la Argentina Kirchnerista y la brutal eficacia de una nueva derecha*, del periodista y politólogo José Natanson (2018) y *La larga marcha de Cambiemos. La construcción silenciosa de un proyecto de poder*, del sociólogo Gabriel Vommaro (2017), fueron publicados por una editorial históricamente posicionada dentro del polo más cultural de la edición, una empresa asociada al mundo de las “editoriales de ciencias sociales y humanas” de calidad

² El éxito de los libros de Arturo Jauretche, Jorge Abelardo Ramos y otros referentes ligados a la izquierda nacional y a editoriales específicas como la de Arturo Peña Lillo en los años sesenta (Blanco 2015; Ribadero 2017; de Sagastizábal y Giuliani 2014), así como los libros de investigación periodística durante los noventa (Pereyra 2013), constituyen antecedentes insoslayables de esta relación entre el libro político, el mercado y la vida política de una sociedad.

³ Se define a las editoriales medianas como empresas que no forman parte de grandes corporaciones transnacionales pero mantienen una estructura organizacional profesionalizada, un plan editorial activo, competitivo y regular.

⁴ Si bien Siglo XXI tiene filiales en México y España, cada sucursal funciona con autonomía y sin un marco jurídico articulador, por lo que no se la considera un “grupo editorial” (Sorá 2017).

(Sorá 2017). Asimismo, en términos de contratación, preproducción, producción, circulación y difusión, estos libros son preparados mediante estrategias que los acercan al segmento de best sellers políticos publicados por editoriales como Planeta y Sudamericana. Las tiradas de decenas de miles de ejemplares, la inversión en publicidad, prensa y marketing, la detección de autores “mediáticos”, el trabajo con las redes sociales por parte de una editorial que en el imaginario de las ciencias sociales subordina sus prácticas económicas a la búsqueda de capital simbólico permiten complejizar el panorama actual de la edición en Argentina.

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, 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 PYMES 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.⁵ Siglo Veintiuno, así como otras similares como Capital Intelectual, Continente, pero también otras editoriales más pequeñas como Marea, si bien de manera general se orientaron principalmente hacia los espacios de producción simbólica marginalizados por los grandes actores, incursionó en libros de coyuntura política bajo estrategias que la sitúan en un segmento más amplio. Esta producción se presenta novedosa para estas editoriales ya que, si bien buscan mantener el prestigio acumulado, al mismo tiempo deben ampliar su mercado, apelar a un público más vasto y competir en un nicho dominado por las grandes editoriales.

Valiéndonos de una serie de entrevistas a agentes de la editorial, así como de una base de datos que indaga en los títulos y autores de la colección Singular, comenzaremos a abordar los siguientes interrogantes: ¿De qué maneras afronta una editorial como Siglo Veintiuno las condiciones actuales del mercado editorial concentrado? ¿Qué sucede cuando una

⁵ Decimos que se combinan en tensión, ya que la acción de una editorial no es reductible a una lógica “puramente” simbólica ni a una “puramente” económica, como se demostró con el caso de la edición de best sellers por parte de Random House Sudamericana entre 2003 y 2015, teniendo en cuenta las prácticas de sus editores y su plan editorial que intervino de manera tanto comercial, como en búsqueda de cierto prestigio y bajo orientaciones políticas definidas (Saferstein 2017).

editorial de prestigio, con un público definido y estable, se propone publicar un best seller político y ampliar su mercado de lectores? ¿Hay una oposición entre las modalidades de producción de best sellers de los grandes grupos y la de las editoriales medianas? ¿Qué tensiones aparecen, teniendo en cuenta la historia de la editorial, la estructura de la empresa, su catálogo y los agentes que trabajan allí? ¿Cómo desestabiliza al interior de la editorial y a sus lectores la publicación de libros, a priori “alejados” de la lógica de Siglo Veintiuno? ¿Qué los acerca y qué los aleja de la dinámica de producción de los grandes grupos? ¿Cómo eligen a sus autores y los temas a editar? ¿Quiénes son los autores de estos libros? ¿Cómo trabajan los editores con la difusión? ¿Cuáles son las modalidades de intervención intelectual en la que están inmersos los autores de esta colección y qué rol juega el objeto libro en esa intervención? ¿Qué rol juegan las editoriales y los editores en el debate público de la actualidad?

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 de libros 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 actores sociales (Sorá 2008).

Siglo Veintiuno en su historia: Izquierda, ciencias Sociales y “best sellers de calidad”

En su reciente estudio acerca de Siglo XXI y Orfila Reynal, Gustavo Sorá resalta la productividad de pensar a la editorial como una empresa entrecruzada por la relación entre la cultura, la economía y la política, como tres factores que tuvieron pesos distintos a lo largo de su derrotero, según las condiciones del campo editorial, cultural y político en cada momento. De la empresa fundada por Arnaldo Orfila Reynal en México en 1966 luego de su despido del FCE, hasta el lanzamiento en 2012 de la colección Singular en Siglo Veintiuno Editores Argentina por su director Carlos Díaz, han pasado casi 50 años. Si bien la estructura de la empresa, sus modos de funcionamiento, su organigrama y su plantel, su catálogo, su vínculo con las comunidades académicas, intelectuales y políticas del

momento variaron de manera significativa a lo largo de su historia, junto con las condiciones del mercado editorial y los contextos económicos, políticos y culturales en un nivel más amplio, las características actuales de la editorial, sus modos de producción circulación y difusión de libros no pueden pensarse de manera escindida de su recorrido histórico.

Su posición como una editorial fundamental 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 se explica sin tener en cuenta su vinculación exitosa con el mercado. Esta vinculación le aportó dinamismo y competitividad en términos económicos, articulada con su posición privilegiada en el plano cultural, por su catálogo rico en capital simbólico, por el prestigio de su editor y su capital de relaciones sociales, así como por el peso político que tuvo la editorial en la cultura de izquierdas de la región iberoamericana. El auge de la izquierda entre los años 60 y 70 conformó un espacio de recepción propicio para el éxito de este tipo de libros.

A partir del análisis de los sucesivos catálogos de la editorial realizados por 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 a la editorial crecer en términos de estructura y peso en el mercado. La heterogeneidad de públicos a los que apuntó Siglo XXI se hace evidente desde sus primeros catálogos (1967, 1971), en donde aparecen tanto las colecciones clásicas como “Teoría y Crítica” y “Sociología y Política” como otras que apuntaron a un público lector no restringido a las lecturas académicas de “nicho”: la colección “El hombre y sus obras”, con ensayos políticos y polémicos de autores como Eduardo Galeano y su máximo best seller hasta el día de hoy, *Las venas abiertas de América Latina*, Francisco Julião con *El diario del Che en Bolivia* y Ezequiel Martínez Estrada con *Martí: el héroe y su acción revolucionaria*; la colección “Mínima” –que continúa en la actualidad–, 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 las colecciones “Breviarios” y “Colección popular”, que Orfila Reynal había

dirigido en FCE. 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, Halperín Donghi y Aníbal Ponce (Sorá 2017). La actual colección Singular, que publica libros sobre temáticas generales con un fuerte peso de la coyuntura, encuentra antecedentes y continuidades en los catálogos de la misma editorial desde su surgimiento.

Si bien la filial que logró mayor dinamismo comercial fue la argentina, en sintonía con modelos editoriales exitosos en la difusión al gran público de libros vinculados a la política y a la academia como CEAL y Eudeba, Siglo XXI 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 más extenso, 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 cultural –sobre todo las mejor posicionadas en el plano cultural– resulta insoslayable para una editorial como Siglo XXI 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 puede traducirse en réditos económicos, esta conversión es un proceso que solo se puede dar a largo plazo, ya como editorial consagrada, como lo demuestra la historia de la editorial Siglo XXI. En los últimos años, así como el momento de auge de las izquierdas que había generado un mercado auspicioso se cortó abruptamente a costa de represión, dictaduras y de un nuevo clima cultural, el espacio de producción editorial también se reconfiguró.

En tanto en esta época pasaron a cobrar importancia nuevos lenguajes ligados expresamente a la economía de mercado, que incidieron fuertemente sobre las industrias culturales y el

sistema mediático en general (Miguel y Rubinich 2011; Saferstein 2018; Traverso 2014).⁶ Las transformaciones en la cultura, la economía y la política a nivel global y local tuvieron su correlato en el mercado editorial, que delineó 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 en el desafío del siglo XXI: la conquista de nuevos lectores y la “mochila” del prestigio

La reapertura de la editorial Siglo XXI en el año 2000, luego de su cierre durante la dictadura militar, se asienta en un contexto social, económico, cultural, académico y político diferente al de su primera etapa, así como en un estado del campo editorial particular. Estos factores permiten explicar un derrotero editorial que no implicó una mera replicación del catálogo histórico que la consagró. En efecto, Siglo Veintiuno participa en un mercado que exige una renovación, modernización y profesionalización constantes adecuadas a los parámetros de la edición en la actualidad (Dujovne y Ostroviesky 2016). Si bien mantiene la fortaleza de su marca, que le permite seguir ocupando las posiciones prestigiosas del espacio editorial –por su estrecha vinculación con el mundo cultural, académico, intelectual y político progresista–, la editorial crece económicamente y se consolida como jugador de peso mediante una dinámica empresarial y comercial eficiente y un catálogo expansivo que busca nuevos lectores. ¿Cómo se concilian la marca de prestigio con el *know how* empresarial acorde a la época actual?

Una de las dimensiones para pensar la actualidad de Siglo Veintiuno es la transformación del mercado editorial que comenzó en los años noventa en Argentina. Las grandes editoriales conformaron una “ingeniería editorial” articulada, una logística y una capacidad de producción que les permite publicar en poco tiempo libros que circulan durante pocos meses por las librerías. 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

⁶ 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 crecimiento de la investigación y docencia en universidades que descentralizan el lugar que la UBA ocupaba casi en soledad, añade dimensiones relevantes para pensar la intervención del libro, de los autores académicos y de los editores en el debate público.

pensada en términos materiales (capacidad de producción y logística) sino también en cuanto a la capacidad de detectar temas y autores y apuntar a que se instalen, a que se hable de ellos, a que se vendan sus libros (Saferstein 2016).

En nuestros días, la búsqueda del lector –concebido como consumidor de productos– se constituye como el 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 este proceso es clave el rol del director editorial, tanto en la selección de autores y armado del catálogo como en la “invención” 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 al espacio editorial y adquiere modalidades particulares según el tipo y tamaño de editorial (Saferstein 2016). 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, que apunta a operar sobre la esfera pública bajo una lógica específica.

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 manutención de recursos simbólicos, todas las editoriales que busquen mantenerse en el mercado (o expandirse), hacen propias a su manera las reglas estructurales del juego editorial orientado hacia lo comercial (Thompson 2012). La editorial presenta una estructura de veinte personas, con un organigrama compartimentado en diversas áreas y funciones típicas: el área propiamente 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,⁷ que comprenda tanto la pretensión innovadora y creativa de la edición (búsqueda de proyectos, construcción de

7 “...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, tampoco podés estar con una planilla de cálculo para que te haga eso. (Director Editorial, Siglo XXI, comunicación personal, 2014)

autores, identificación de lectores potenciales), así como también una planificación que permita equilibrar entre las apuestas riesgosas y la conservación de los logros.⁸

El área editorial presenta la modalidad en la cual el Director, los editores y las 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 conjunta, tanto con las colecciones en general, como con los proyectos editoriales en particular. Esta instancia de decisión colectiva se da tanto en las reuniones de comité editorial, como en el día a día del trabajo cotidiano, en charlas informales no necesariamente estipuladas.

[Siglo Veintiuno]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 de ahí, del periodismo (...) Y también estoy aprendiendo sobre la industria editorial, estoy metiéndome un poco en costos y presupuestos... Es que es un lugar donde hay una mirada bastante panorámica de lo que sucede, del proceso. Quizá por las dimensiones de la editorial, probablemente. En que más o menos todos tenemos idea de todo y también por un estilo, que acá las cosas se conversan mucho. (Editora, Siglo XXI, comunicación personal, 5 de julio, 2018)

Así, a su respectiva escala, la editorial desarrolló un modelo de trabajo que tiende a la modernización y hace uso productivo de las herramientas novedosas para captar lectores, generar libros, colecciones y autores para nichos de mercado, tanto los 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 *Ciencia que ladra*).

Con estrategias prácticas que se asemejan a las de los grandes grupos pero a menor escala y con menos recursos económicos (Saferstein 2016), la editorial construye una ingeniería material y simbólica que apunta a la eficiencia. 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 temas, construir libros y autores de “calidad”, y comunicarlos de

⁸ “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, que tal vez antes no”. (Director Editorial, Siglo XXI, 2012)

manera eficiente. Para ello, innova contratando personal editorial proveniente de los medios masivos y del mundo de la comunicación digital, competente en la utilización de herramientas de marketing digital, que busca identificar segmentos mediante la búsqueda personalizada de lectores, temas y autores, como ilustra el testimonio precedente. Esto se articula con el trabajo artesanal, creativo e 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.

Tenemos un aparato de distribución muy costoso, muy eficiente, prensa, marketing, publicidad, nosotros invertimos mucha guta en publicidad en radios, en gráfica, hacemos de todo, que para el tipo de editorial que somos y para lo que vendemos es un lujo asiático (Director Editorial, Siglo XXI, comunicación personal, 2014).

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 como una trama más profunda. Estar leyendo y pensando “Este podría escribir un libro”, “este autor podría ser nuestro...”. Estar buscando, eso yo lo hacía, lo que pasa es que era una velocidad incomparable con lo que yo hago ahora. (Editora, Siglo XXI, comunicación personal, 5 de julio, 2018)

De esta manera, en los años en que Siglo Veintiuno lleva en el mercado editorial argentino, 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 se hizo evidente en una serie de “hitos” comerciales que marcaron el desarrollo de la editorial y definieron su consolidación.

El primero de ellos es la mencionada colección de divulgación científica *Ciencia que ladra*, dirigida por el investigador del CONICET y doctor en Biología Diego Golombek. Es la colección más numerosa de la editorial (más de 80 títulos), y la más exitosa: la serie de volúmenes de *Matemática, ¿estás ahí?* del matemático Adrián Paenza vendió más de un millón de ejemplares.⁹ El segundo hito que fortaleció a la editorial fue la nueva adquisición de derechos de publicación de la obra de Eduardo Galeano, que tiene una colección propia

⁹ “La publicación de Paenza fue un antes y un después en muchos aspectos de la editorial. No solo por guta, y de hecho esta casa gran parte la hemos comprado con esto. Pero la experiencia que te permite ganar un libro así, es como hacer una maestría en edición. Porque son fenómenos híper comerciales y que tenés que saber cómo manejar eso, cómo hacer reimpressiones, cómo promocionarlo (...) Para mi cabeza era una revolución.” (Director Editorial, Siglo XXI, comunicación personal, 2012)

(Biblioteca Eduardo Galeano), con 23 títulos entre los cuales se encuentra el “inoxidable” clásico *Las venas abiertas de América Latina*, que año tras año se posiciona como uno de los más vendidos de la editorial.¹⁰

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. (Director Editorial, Siglo XXI, comunicación personal, 2012)

¿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. Al mismo tiempo, en términos simbólicos y en relación con la lógica de legitimación dentro del campo intelectual, la editorial se renueva 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 tiene al sector editorial como un factor relevante.

En su discurso, así como en los trabajos de Sorá (2017) y Szpilbarg (2015), se puede observar cómo la trayectoria del Director Editorial condensa elementos que articulan la tradición de la editorial, el linaje familiar ligado al oficio (por su padre editor de la primera Siglo XXI, entre otras editoriales), así como la necesaria capacidad de tener un rol activo e innovador según las prescripciones actuales del espacio.¹¹ En su relato sobre la refundación

¹⁰ Según datos de la editorial, entre enero y julio de 2018, el libro de Galeano resulta el más vendido, con 12 mil ejemplares.

¹¹ “Mi primera experiencia como editor fue acá en Siglo XXI, 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 XXI, 2012)

de Siglo XXI, Carlos Díaz no desdeña la historia de la editorial, su fondo y las representaciones asociadas al sello, cuestión que “acota los sentidos de las acciones del presente”. Es decir que, 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 de libros 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). De esta manera, se constituye como un “editor modernizador” (Szpilbarg 2015), con fuerte presencia de significaciones asociadas a la renovación, la conversión, y la actualización constante a parámetros del presente, sin despegarse completamente de la “mochila” que implica llevar adelante una editorial de prestigio acumulado históricamente.

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 (Director Editorial, Siglo Veintiuno, comunicación personal, 2012).

Esta articulación, que expresa tensiones entre lógica del mercado y la posición de una editorial asociada históricamente a posiciones de prestigio, que aspira al crecimiento económico y a la búsqueda de nuevos lectores, opera en las prácticas y representaciones de los editores y en el desarrollo de la colección Singular.

La colección Singular: *La política como negocio editorial*

La colección Singular publicó, entre 2012 y julio de 2018, 26 libros de distintas temáticas, escritos por autores reconocidos en distintos ámbitos (periodístico, académico, cultural y político). Es una de las colecciones más “jóvenes” de la editorial y hasta el momento de escritura de este trabajo se encuentra en crecimiento, con al menos cuatro títulos más en preparación y pronta publicación. Pretendemos analizar 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, tendremos en cuenta, en esta ocasión, cómo los editores trabajan en relación con la selección de temáticas y de los autores. Singular se presenta, según el catálogo general de 2015, como “una colección que reúne libros de temática variada y un común denominador: un enfoque desprovisto de tecnicismos, que busca atraer al lector no especializado pero con curiosidad por cuestiones filosóficas, históricas, antropológicas o políticas”. Esta diversidad de temas está plasmada en 26 libros publicados hasta el momento.

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

AUTOR	TÍTULO ACORTADO	AÑO	TEMA GENERAL/GÉNERO
Grimson, Alejandro	Mitomanías argentinas	2012	Divulgación de Ciencias Sociales
Rafecas, Daniel	Historia de la solución final	2012	Historia
Verbitsky, Horacio y Bohoslavsky, Juan Pablo	Cuentas pendientes. los cómplices económicos de la dictadura	2013	Política
Romero, Luis Alberto	La larga crisis argentina. Del siglo xx al siglo xxi	2013	Política
Goldman, Daniel y Dobry, Hernán	Ser judío en los años setenta	2014	Política
Manguel, Alberto	Una historia de la lectura	2014	Ensayo literario
Loreti, Damian y Lozano, Luis	El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas	2014	Política
Benedetti, Héctor	Nueva historia del tango	2015	Historia
Kiciloff, Axel	Diálogos sin corbata	2015	Economía
Piketty, Thomas	La crisis del capital en el siglo XXI	2015	Economía
Bohoslavsky, Juan Pablo	¿Usted también, doctor? complicidad de jueces, fiscales y abogados durante la dictadura	2015	Política
Tenti Fanfani, Emilio y Grimson, Alejandro	Mitomanías de la educación argentina	2015	Divulgación de Ciencias Sociales
Filmus, Daniel (compilador) ¹²	Pensar el kirchnerismo. Lo que se hizo, lo que falta y lo que viene	2016	Política

¹² Con artículos de Eduardo Dvorkin, Mempo Giardinelli, Horacio González, Marisa Herrera, Eduardo Jozami, Mercedes Marcó del Pont, Marta Novick, Ricardo Rouvier, Jorge Taiana, Juan Carlos Tedesco y Nicolás Trotta

Manguel, Alberto	Con Borges	2016	Ensayo literario
Faur, Eleonor y Grimson, Alejandro	Mitomanías de los sexos	2016	Divulgación de Ciencias Sociales
Wainfeld, Mario	Kirchner, El tipo que supo	2016	Política
Lipina, Sebastián	Pobre cerebro, los efectos de la pobreza sobre el desarrollo cognitivo y emocional	2016	Neurociencia
Manguel, Alberto	Una historia natural de la curiosidad	2016	Ensayo literario
Kulfas, Matías	Los tres kirchnerismos, una historia de la economía argentina 2003-2015	2016	Economía
Manguel, Alberto	La biblioteca de noche	2017	Ensayo literario
Vommaro, Gabriel	La larga marcha de cambiamos, la construcción silenciosa de un proyecto de poder	2017	Política
Piketty, Thomas	¡Ciudadanos, a las urnas! Crónicas del mundo actual	2017	Política
Saín, Marcelo	Por qué preferimos no ver la inseguridad (aunque digamos lo contrario)	2017	Política
Tokatlian, Juan Gabriel	Qué hacer con las drogas	2017	Divulgación científica
Verbitsky, Horacio y Sztulwark, Diego	Vida de perro. Balance político de un país intenso, del 55 a Macri	2018	Política
Natanson, José	¿Por qué? La rápida agonía de la argentina kirchnerista y la brutal eficacia de una nueva derecha	2018	Política

La temática mayoritaria de la colección es la política y la coyuntura política (12). Mucho más atrás le siguen el ensayo literario, con los cuatro títulos de Manguel; la divulgación en ciencias sociales, con la serie de *Mitomanías*, de Alejandro Grimson, quien, además de *Mitomanías argentinas*, coescribió dos libros orientados a temáticas específicas, uno junto a una especialista en género y otro con un especialista en educación. También con tres títulos se encuentran los de Economía, dos de los cuales son de economistas y políticos vinculados al equipo económico de la gestión kirchnerista. Tanto la serie *Mitomanías*, como los de los economistas Kulfas y Kiciloff dialogan con la política coyuntural y la política en general, por lo que su clasificación bajo géneros “no políticos” no es excluyente: podrían ser incluidos también dentro de la primera categoría, al no ceñirse a una discusión

estrictamente de las ciencias sociales, para el primer caso, o economicista, para el segundo caso.

La publicación de libros sobre política se inserta en línea con una tendencia más general del mercado, la cual si bien se inicia hacia fines de los 80 y durante los noventa (Pereyra 2013), con los libros de investigación periodística, se retoma con fuerza desde los primeros años de la década del 2000. Es decir que, en principio, la producción de libros sobre la coyuntura política nacional que Siglo Veintiuno inaugura con esta colección, se amolda a una producción que ya estaba asentada en el mercado de libros que discutían temas vinculados al gobierno de ese momento (Blanc 2013; Saferstein 2016).

En esta línea, la colección Singular lanzó varios títulos. Sobre el kirchnerismo, uno de los primeros 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 intelectual y políticamente con Romero, como Marcos Aguinis y su *¡Pobre patria mía!* de (Sudamericana, 2009).

Luego de ese libro, la colección asumiría un perfil más alineado con la gestión de gobierno de Kirchner y Fernández de Kirchner. Por un lado, se encuentran tres títulos de ex funcionarios: *Diálogos sin corbata. para pensar la economía, la política (y algunas cosas más) en el siglo XXI* (2015), del ex Ministro de economía Axel Kiciloff, con seis ediciones y un producto televisivo que lo antecedió; *Pensar el kirchnerismo. Lo que se hizo, lo que falta y lo que viene* (2016), balance político y cultural de la gestión, compilado por el ex ministro de Educación y senador Daniel Filmus, con artículos de distintos pensadores, académicos y funcionarios de la gestión y *Los tres kirchnerismos. Una historia de la economía argentina 2003-2015*, del economista Matías Kulfas, con una visión más matizada respecto de la gestión económica de la que también formó parte. Por su parte, el libro *Kirchner. El tipo que supo* (2016), una semblanza del presidente (2003-2007) escrita por el periodista Mario Wainfeld fue el más exitoso de la temática y de la colección, con seis reimpressiones y 45.000 ejemplares vendidos.¹³

¹³ Datos proporcionados por la editorial, válidos hasta el 1 de agosto de 2018.

La gestión gubernamental que comenzó en 2015, con Mauricio Macri en el poder, también es objeto de tratamiento crítico por parte de la colección, con el ensayo *¿Por qué? La rápida agonía de la argentina kirchnerista y la brutal eficacia de una nueva derecha*, de José Natanson (2017) y la investigación sociológica *La larga marcha de cambiamos. La construcción silenciosa de un proyecto de poder*, de Gabriel Vommaro (2017), que analiza la politización de los *managers* que se alinearon con el gobierno que comenzó en 2015.¹⁴ Estos libros se publicaron luego de dos años de comenzada la gestión de Macri, a diferencia de las grandes editoriales, que “reaccionaron” al fenómeno macrista desde sus inicios, tanto con libros de producción rápida¹⁵ como con reediciones de libros sobre la figura del político y empresario devenido presidente.

Por su parte, Singular también se introdujo en el tratamiento sobre los años setenta, período que fue objeto de numerosas y muy exitosas publicaciones desde una perspectiva “revisionista” y crítica de la perspectiva de los organismos de derechos humanos y de la gestión kirchnerista (Saferstein 2017), tuvo su correlato y posicionamiento particular con dos títulos de la colección: con tres ediciones, *Cuentas pendientes. Los cómplices económicos de la dictadura*, primer libro de Verbitsky en la editorial, junto a Juan Pablo Bohoslavsky (2013), quien dos años después publicó *¿Usted también, doctor? complicidad de jueces, fiscales y abogados durante la dictadura*. Estos libros se insertan en la disputa y discusión sobre los años setenta plasmada en el mercado editorial, con libros que se focalizan sobre la participación de agentes civiles (empresarios y abogados, respectivamente) durante la última dictadura militar. A contrapelo del “revisionismo” y la renovación de la teoría de los dos demonios presentada por los libros más exitosos sobre la temática en el período (como la serie de libros de Juan Bautista Yofre y de Ceferino Reato publicados por Sudamericana), los títulos de Verbitsky y Bohoslavsky se apoyan en la línea histórica de los organismos de derechos humanos y la política de estado llevada adelante entre 2003 y 2015 en esa materia, sumando las aristas civiles en la explicación y tratamiento del período.

¹⁴ Hasta el 1 de agosto de 2018, el libro de Gabriel Vommaro había vendido 5.000 ejemplares y el de Natanson, 10.000.

¹⁵ Entre fines de 2015 y principios de 2016 se publicaron novedades como *Cambiamos*, de Hernán Iglesias Illa (Sudamericana); *Macri confidencial*, de Ignacio Zuleta, *La hora del compañero Macri* y *Educating Mr. Macri* (Planeta), de Alejandro Borensztein, entre otros. Además, se reeditó *El pibe*, de Gabriela Cerruti (Planeta, 2010, reeditado en 2015).

La colección también presenta hasta el momento libros que recorren la política nacional desde una mirada transversal, así como desde temas específicos. En cuanto a lo primero, además del libro de Romero se encuentra *Vida de perro. Balance político de un país intenso, del 55 a Macri*, que construye una biografía política de Horacio Verbitsky y sus posicionamientos sobre los distintos gobiernos a partir de un diálogo con Diego Sztulwark. El libro se reimprimió tres veces en dos meses y vendió 10.000 ejemplares hasta agosto de 2018.

En cuanto a los temas políticos puntuales, se encuentran títulos sobre la comunicación (*El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*, de Damian Loreti y Luis Lozano, de 2014), la inseguridad (*Por qué preferimos no ver la inseguridad, aunque digamos lo contrario*, de Marcelo Saín, publicado en 2017) y las drogas (*Qué hacer con las drogas, una mirada progresista sobre un tema habitualmente abordado desde el oportunismo político y los intereses creados*, de Juan Gabriel Tokatlian, de 2017). La serie de tres libros de *Mitomanías*, de Alejandro Grimson, si bien se clasifica como de “divulgación de ciencias sociales”, aborda temas de política de manera transversal, en combinación con la especialización en las temáticas de educación y de género, desde una perspectiva académica pero no academicista. En este sentido, la colección recorre un panorama variado y amplio de temas que tienen tratamiento en la agenda y 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.

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 ni Derecho y Política mucho menos. 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. (Editora, Siglo XXI, comunicación personal, 5 de julio, 2018)

Los libros de política de Singular se publicaron de manera constante y regular, con dos títulos por año aproximadamente. Con un volumen y escala mucho menor al de los grandes grupos, los cuales publican en un mes la cantidad de títulos que Siglo XXI publica en un año (50 aproximadamente), 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 para ver 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 muy fuerte, 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. Los libros de Educación que aprende, ahí no entran 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. (Editora, Siglo XXI, comunicación personal, 5 de julio, 2018)

En este sentido, la publicación de libros de política es presentada por los editores tanto 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 desdeñaban 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 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 de libros sobre los cuales vamos a seguir trabajando y apostando a ellos. Son libros que hablan de la coyuntura pero no son libros urgentes. No son libros resueltos en un par de meses, son libros que tienen detrás mucho trabajo, a lo que sumamos también nuestro trabajo profesional, editorial. Nos pone muy contentos saber que a estos libros les va bien en dos sentidos. Porque 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 (Editora, Siglo XXI, comunicación personal, 5 de julio, 2018).

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 necesitas eso otro. (Editora, Siglo XXI, comunicación personal, 5 de julio, 2018)

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 los que mayor volumen de ventas le aportan a la empresa. Una editorial que históricamente ostentó una venta sostenida de múltiples títulos a lo largo del tiempo, hoy, en línea con la necesidad que parte de las condiciones del mercado, apunta a lograr ventas masivas de algunos títulos sobre los que se apuesta comercialmente.

Consideraciones finales

Este trabajo comenzó a indagar en la producción de libros de coyuntura política por parte de editoriales que comenzaron a incursionar en un género exitoso y un modo de hacer libros que en parte se acerca al de los grandes grupos que hegemonizan esa producción. En el caso de Siglo XXI, la apuesta comercial pretende combinar, desde la perspectiva de los editores, la búsqueda de visibilidad y la masividad sin desdeñar el prestigio y reconocimiento acumulado. Los libros de Singular son presentados por sus editores de manera oposicional a la de los grandes grupos. El “prestigio” 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. Así, la editorial se suma a una tendencia que ya estaba instalada por las grandes editoriales, pero lo hace posicionándose mediante aspectos que pretenden diferenciarse a lo ya establecido por la lógica editorial de 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, posicionarse en lo que definen como una “competencia por la visibilidad”. En futuros trabajos abordaremos la construcción del libro en sus diferentes etapas, su comunicación, las representaciones del editor, su relación con el autor y, como horizonte, los efectos del libro en el debate público y político.

Bibliografía

- Blanc, Natalia. 2013. «Los libros de un país dividido». *ADN*, abril 10.
- Blanco, María Julia. 2015. «Públicos y éxito editorial de la izquierda nacional (1955 – 1976)». en *Jornadas sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*. Buenos Aires: Biblioteca Nacional.
- Bourdieu, Pierre. 2010. «La producción de la creencia. Contribución a una economía de los bienes simbólicos». Pp. 153-230 en *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Bourdieu, Pierre. 2011. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. 5ta ed. Barcelona: Anagrama.
- Dujovne, Alejandro. 2017. «La aventura intelectual de publicar un libro - Revista Anfibia». *Anfibia*, junio 8.
- Dujovne, Alejandro y Heber Ostroviesky. 2016. «Otro saldo ya pronto serás. Contradicciones y obstáculos en el campo editorial argentino». Pp. 25-36 en *Sociales en debate*. Buenos Aires: UBA Sociales.
- Hernández, Candela y Ezequiel Saferstein. 2018. «El espacio editorial argentino y la construcción de los ferrocarriles metropolitanos como problema público». *Question* 1(57):017.
- Menger, Pierre-Michel. 2016. «The Work Process in Creative Undertakings». *ASA Sociology of Culture Newsletter* 28(2):6-12.
- Miguel, Paula y Lucas Rubinich, eds. 2011. *01 10: creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. 1. ed. Ciudad de Buenos Aires: Aurelia Rivera Libros.
- Muniz Jr., José de Souza. 2016. «Girafas e bonsais: editores “independientes” na Argentina e no Brasil (1991-2015)». Tesis de Doctorado, Universidade de Sao Paulo, Sao Paulo.
- Pereyra, Sebastián. 2013. *Política y transparencia: la corrupción como problema público*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Ribadero, Martín. 2017. *Tiempo de profetas: ideas, debates y labor cultural de la izquierda nacional de Jorge Abelardo Ramos (1945-1962)*. 1a ed. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- Rubinich, Lucas. 2011. «Productores privilegiados de visiones del mundo. Nociones de libertad en disputa». Pp. 9-43 en *0110 Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- 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.
- Saferstein, Ezequiel. 2016. «La década publicada. Los best sellers políticos y sus editores: producción de libros, difusión de temas e intervención pública en el mercado editorial argentino (2003-2015)». Tesis de Doctorado, Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Saferstein, Ezequiel. 2017. «La edición como intervención cultural, comercial y política: best-sellers políticos del director de Random House-Sudamericana en el kirchnerismo». *Millcayac - Revista Digital de Ciencias Sociales* 4(7):141-64.
- Saferstein, Ezequiel. 2018. «Entrenarse para vender libros. Condiciones para el desarrollo del sentido práctico de los editores de los grandes grupos en Argentina». *Revista Colombiana de Ciencias Sociales* 9(1).
- de Sagastizábal, Leandro y Alejandra Giuliani. 2014. *Un editor argentino - Arturo Peña Lillo*. Buenos Aires: Eudeba.

- Sapiro, Gisèle. 2017. «La inquietante deriva de los intelectuales mediáticos». Pp. 199-202 en *Los intelectuales: profesionalización, politización, internacionalización*. Villa María: Eduvim.
- Sorá, Gustavo. 2008. «Edición y política. Guerra fría en la cultura latinoamericana de los años '60». *Revista del Museo de Antropología* 1(1):97-114.
- Sorá, Gustavo. 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. 2015. «Las tramas de la edición mundializada. Transformaciones y horizontes del campo editorial en Argentina 1998-2013». Doctorado, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- 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.