

XIII Seminario Argentino Chileno
VI Seminario Cono Sur de Ciencias Sociales, Humanidades y Relaciones
Internacionales
Independencias y Dictaduras en el Cono Sur

Centro de estudios Trasandinos y Latinoamericanos
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Universidad Nacional de Cuyo
9, 10 y 11 de marzo

Simposio: Intelectuales, expertos y profesionales en las configuraciones entre el saber y la política en América Latina

Ponencia: Editoriales, ideas y nuevas derechas en América Latina.

Verónica Giordano (veronicaxgiordano@gmail.com)

Lorena Soler (lorenamarinasoler@gmail.com)

CONICET – UBA

Think-tanks y mercado editorial

El mapa político actual de América Latina está en proceso de reconfiguración con gobiernos que ampliamente podríamos agrupar como de derechas. Sus fuerzas sociales y políticas ponen en circulación ideas vehiculizadas por intelectuales, expertos y think-tanks que dotan de sentido a la construcción del orden y construyen una comunidad de ideas.

La relación entre ideas, think tanks y política (ya sean partidos políticos, clases dirigentes, Estado y políticas públicas) lleva algunos años en estudio y ha dado estimulantes resultados. Sin embargo, el papel de las empresas editoriales en dicha relación ha sido poco explorado. Nuestra intervención presenta un estudio exploratorio que identifica los conglomerados editoriales y su relación con los think tanks del campo de la política en Argentina, poniendo el foco en la editorial Sudamericana y en tres libros publicados bajo este sello: *El Diálogo, el encuentro que cambió nuestra visión sobre la década del 70*; *Que se metan todos. El desafío de cambiar la política argentina* y *Cambiamos. Mauricio Macri presidente. Día a día, la campaña por dentro*. Sus autores, Pablo Avelluto, Iván Petrella y Hernán Iglesias Illa (respectivamente) son funcionarios del actual gobierno del PRO, figuras destacadas de la

Fundación Pensar (que es el think tank de este partido) y creadores de Grupo Manifiesto, un espacio que alienta la congregación de intelectuales PRO.

Si bien la intervención se inscribe en un estudio mayor que indaga el problema en una perspectiva latinoamericana y comparada, en esta instancia creemos relevante ceñirnos al caso de Argentina por la particular relación entre su singular mercado editorial, la alta posición que ocupan los think tanks nacionales en los rankings mundiales y el reciente triunfo de un partido de derecha en el nivel nacional.

Según el índice 2015 Global Go to Think Tank, Argentina es el séptimo país con mayor número de think-tanks (138) y el único país latinoamericano entre los 10 primeros países a nivel global. En este marco, la Fundación PENSAR se destaca por ser la única del ranking con filiación partidaria¹. Además, la editorial Sudamericana -que tiene su casa matriz en Argentina y es segunda en ventas en el mercado nacional- es quien con mayor frecuencia publica a los voceros de la Fundación PENSAR, el think-tank partidario del PRO, el primer partido de derecha que llega a ocupar la Presidencia de la Nación en el país.

Asimismo, es relevante mirar el mercado editorial argentino, por sus particularidades estructurales. La Encuesta a Librerías de la Ciudad de Buenos Aires para el 2013 da cuenta claramente de la participación constante -en cantidad de ejemplares y recaudación- de un 60% y más de los libros argentinos sobre los extranjeros en el mercado editorial local, dado que a la salida de la convertibilidad (2002), los grupos editoriales se vieron obligados -para mantener sus márgenes de ganancia- a privilegiar el mercado interno (Botto, 2014: 225-226).

El aumento de la edición argentina de empresas transnacionales coincide con un crecimiento en la producción y el consumo de libros catalogados por las editoriales *mainstream* bajo géneros como “Ensayo argentino”, “Investigación periodística”, “Ensayo político”, entre otras categorías nativas, cuyas temáticas giran en torno a la opinión de los autores acerca de la situación política institucional-nacional en sucesivos momentos (Saferstein, 2012). Son además un tipo de best-seller que se diferencian de los grandes sucesos de ficción por estar explícitamente ligados a una coyuntura política particular local.

¹ Véase http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=think_tanks, consultado por última vez el 22 de febrero de 2016. Entre estas instituciones, el CARI ocupa el puesto 39 a nivel global y en el ámbito de América Latina el puesto 5, seguido en el puesto 6 por el CIPPEC (Centro para la Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento). En este mismo ranking (de 86 puestos), en el puesto 9 se ubica CLACSO, en el 18 FIEL, en el 23 CEDES, y en el 25 Fundación PENSAR -como se ha dicho, la única con filiación partidaria.

Todos los rankings disponibles de los títulos más vendidos en la Ciudad de Buenos Aires (donde se concentra el 80% de las ventas) colocan a los títulos de Editorial Planeta y de Editorial Sudamericana entre las más vendidas, ocupando la primera y segunda posición según los últimos 10 años².

Características del mercado editorial argentino y el devenir de Editorial Sudamericana

Varios estudios se han detenido en caracterizar la relación entre el campo intelectual y el negocio editorial en los años de los gobiernos peronistas (1945-1955). Como sostiene Silvia Sigal (2002: 505-506), y también comprobado por numerosos estudios de caso, durante el gobierno de Juan D. Perón hubo intelectuales marginados de las estructuras universitarias. Algunos de ellos partieron en exilio, mientras que otros recrearon su vida intelectual en el ámbito de las editoriales más reconocidas del momento, que estaban en manos de personajes opositores al gobierno de Perón. La autora señala que muchos de estos intelectuales se desempeñaron como directores de colección, traductores o correctores de pruebas en Losada, Abril, Emecé, Sudamericana, Hachette, Kraft y El Ateneo.

La dictadura militar instaurada en 1976 inauguró un nuevo ciclo político pero también económico. Desde entonces, el país asumió y profundizó un proceso de transnacionalización del capital que en el mercado editorial se tradujo en una presencia cada vez más marcada de los grupos multinacionales y sus lógicas de exigencia de rentabilidad. En la actualidad las editoriales más renombradas de cada país han pasado a manos de unos pocos conglomerados multinacionales.

Malena Botto (2014) explica que la recesión de 1998-2000 no afectó tanto como a otros sectores a la industria editorial. Según esta autora, la mayor parte de las adquisiciones por parte de capitales foráneos se realizó entre 1997 y 2000. El caso de la Editorial Sudamericana cumple con esta regla y su adquisición implicó “la pérdida casi total de competitividad de la industria argentina frente a los conglomerados” (Botto, 2014: 225). En 1998, por el proceso de concentración empresarial el grupo alemán Bertelsmann (corporación que ya controlaba las editoriales Plaza & Janés, Debate y Lumen) adquirió el 60% de la Editorial Sudamericana. Según una nota publicada en *La Nación*, a partir de ese momento “El management del nuevo grupo editorial ser[í]a compartido entre los actuales dueños y los nuevos socios:

² Ver los diversos informes de la Dirección General de Estadística y Censo de la Ciudad de Buenos Aires <https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/>

Sudamericana se har[í]a responsable de la parte editorial y comercial, mientras que el holding germano se encargar[í]a de la gerencia y la administración”.³

También en 1998, la corporación alemana Bertelsmann compró a la poderosa firma norteamericana Random House, convirtiéndose así en una de las casas editoriales de libros comerciales más grandes del mundo. En 2001, Random House se unió a la firma italiana Mondadori, una empresa editorial emblemática fundada en 1907 en Ostiglia por Arnaldo Mondadori y desde 1919 radicada en Milán.⁴ En 1991, cuando ya era la editorial más grande de Italia, fue adquirida por el magnate Silvio Berlusconi y su grupo Fininvest (un grupo con negocios diversificados en el ámbito financiero y de medios de comunicación). Así, Random House y Mondadori, dos firmas poderosas, pasaron a controlar prácticamente todo el mercado editorial de habla hispana. En 2012, Bertelsmann adquirió el 100% de las acciones de Random House Mondadori. Ese año también Random House (reiteremos: controlada por la corporación alemana) se fusionó con Penguin, del grupo británico Pearson.

El mapa global del mercado editorial quedó modificado ampliamente: la empresa resultante quedaba conformada por dos gigantes, Bertelsmann el 53% y Pearson el 47%.⁵

Trayectorias intelectuales del PRO y think tanks

Según el reciente trabajo de Gabriel Vommaro, Sergio Morresi y Alejandro Bellotti (2015: 245) sería difícil hablar del PRO sin tener en cuenta que se trata de un partido que germinó a partir de la Fundación Pensar. Los autores recuerdan que ya en los años 1940 teóricos como John Milton y Friedrich Haakey entendían que la gran tarea era conquistar las mentes mediante una acción pedagógica prolongada, que debía comenzar por las elites y luego las masas, y en la cual el papel de las fundaciones y think tanks era crucial. Basado en este modelo, tomando las palabras de los autores citados, el PRO es “un partido fabricado para ganar”.

Los tres funcionarios que estudiamos en esta ponencia se inscriben en el perfil general de los funcionarios del gobierno de Mauricio Macri.

³ “Sudamericana pasó a manos alemanas”, La Nación, 3 de febrero de 1998. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/86954-sudamericana-paso-a-manos-alemanas>, consultado por última vez el 22 de febrero de 2016.

⁴ De un modo indirecto, Mondadori fue un actor clave en el desarrollo del mercado editorial en Argentina. César Civita, inmigrante judío-italiano fundador de Editorial Abril, había trabajado en esa empresa y se vio obligado a dejarla para partir al exilio cuando en 1938 el gobierno de Italia dictó leyes que perseguían a los judíos. Civita obtuvo de Mondadori los derechos para reproducir el material de Walt Disney en América Latina, lo cual catapultó a su empresa Abril (y a la Abril de su hermano Víctor en Brasil) al éxito inmediato. Véase Giordano (2014a) y (2014b).

⁵ La apretada síntesis cronológica del devenir de Editorial Sudamericana está basada en de Diego (2012).

Seguramente la trama de relaciones y vínculos entre estos tres intelectuales/políticos/funcionarios tiene múltiples hilos, pero sin duda la Editorial Sudamericana ha sido una pieza aglutinante clave. Avelluto es un gran conocedor del mundo editorial. Incluso es catedrático en la Universidad Torcuato Di Tella (los otros dos intelectuales/funcionarios estudiados aquí también lo son), donde ha dictado el curso “El negocio de los libros: historia, presente y futuro”. Más aún, en los agradecimientos de *Que se metan todos*, Petrella agradece a la editorial Penguin Random House y sostiene: “Considero un privilegio formar parte de su lista de autores. No puedo dejar de mencionar a Pablo Avelluto quien me facilitó el primer contacto, ahí empezó todo” (Petrella, 2015: 190). En rigor, Avelluto nos interesa aquí como editor y no como autor, pues el libro *El Diálogo, el encuentro que cambió nuestra visión sobre la década del 70*, es un libro de Graciela Fernández Meijide y Héctor Ricardo Leis (Sudamericana, 2015). Avelluto, en tanto editor de Meijide, colaboró en su realización.⁶ *El Diálogo* fue primero una película documental, dirigida por Pablo Racioppi y Carolina Azzi, que se estrenó en abril de 2014 en la 16ª edición del Festival Internacional de Cine Independiente de Buenos Aires (Bafici). El documental luego dio lugar a la edición del libro en cuya portada Avelluto aparece como colaborador. Iván Petrella, es autor de *Que se metan todos. El desafío de cambiar la política argentina* (Sudamericana, 2015), siendo Avelluto y sus contactos en Random House (recordemos que fue Director Editorial de Random House Argentina hasta 2012) el facilitador de Petrella como autor de su primer libro en castellano.⁷

Hernán Iglesias Illa publicó *Cambiamos. Mauricio Macri presidente. Día a día, la campaña por dentro* (Sudamericana, 2016). De los tres intelectuales//funcionarios estudiados, Iglesias es el que porta más libros publicados en su currículum. En 2006 ganó la primera edición del premio Crónicas Seix Barral, un premio orientado a incentivar el periodismo de investigación.

Hernán Iglesias llegó al PRO de la mano de Marcos Peña, que era su amigo personal pero los habitantes del “mundo PRO”, como lo llaman Vommaro, Morresi y Bellotti, seguramente no eran desconocidos. No contamos con un testimonio del propio Iglesias pero podemos suponer que sería similar a este testimonio de Pablo Avelluto: “Por mi trabajo publicando

⁶ Meijide publicó en Sudamericana *No eran héroes, eran humanos* (2013).

⁷ Es autor de *The Future of Liberation Theology: an Argument and Manifesto* (2006) y *Beyond Liberation Theology: a Polemic* (2008), ambos publicados por SCM Press, Londres.

libros en los últimos años tuve oportunidad de conocer a personas que, como yo, al atravesar los cuarenta comenzaron a tomar partido. (...) Los fui conociendo informalmente: una comida en la casa de uno, un amigo de una amiga, un encuentro por algún libro, la lista es larga. Sin procurar nada a cambio pude conversar con Mauricio Macri, a quien conocí a través de Alejandro Rozitchner. Me encontré en Frankfurt, en una Feria del Libro, con Hernán Lombardi y Josefina Delgado. Tomé un café con Gabriela Michetti. Compartí una cena con Horacio Rodríguez Larreta. Almorcé con Marcos Peña. Una tarde tomé un jugo de naranja en Palermo con Laura Alonso. Otro día me encontré charlando con Enrique Avogadro. Una noche discutimos sobre libros con Fabián Rodríguez Simón y José Torello” (en Peña y Rozitchner, 2013: 177).

Los tres libros analizados tienen un formato en común. Se trata de libros que se inscriben en la categoría de relato testimonial. En el caso de *El Diálogo*, la dimensión testimonial es evidente: los personajes principales, Meijide y Leis, son los personajes principales del relato; su historia personal es la historia que se cuenta. En el caso de *Que se metan todos*, la dimensión testimonial es menos evidente, pero está presente. El ejemplo más claro se encuentra en el capítulo “El Estado apóstol”, donde Petrella exalta la tarea de los curas villeros en las villas para marcar la necesidad de que el Estado asuma ese modelo de práctica social y llegue a “quienes más lo necesitan”. Para exponer esta idea, el autor narra un viaje en taxi a la villa. Cambiamos también sigue esta pauta de estilo narrativo. La contratapa dice: “Desde un lugar protagónico y privilegiado en el corazón mismo del equipo ejecutor de esa campaña [inédita], como responsable de comunicación y escritor en las sombras, Hernán Iglesias Illa llevó un prolijo, pormenorizado y reflexivo diario: un diario de campaña. O, lo que es lo mismo, este libro apasionante, una suerte de thriller electoral que es a la vez un documento histórico”. Como todo relato testimonial, este cabalga entre el periodismo (crónica) y la literatura (thriller). Es un diario íntimo, no es un diario de campaña a secas, es un diario que cuenta “la campaña por dentro”.

Apuntes.

Las estrategias comunicativas de los think tanks la publicación de libros es sin duda un recurso valioso. Creemos que las editoriales son un objeto de estudio privilegiado para observar cómo funcionan y se fusionan decisiones locales y globales que articulan el campo de la cultura con el campo de la política. En rigor, la dimensión editorial es una mediación

fundamental para entender las fuerzas que intervienen en la producción y circulación de las ideas desde una perspectiva material y a la vez simbólica.

Dadas las transformaciones del mercado editorial y las nuevas formas de circulación de las ideas, la edición de un libro es mucho más que la publicación de un texto y un autor. Es una estrategia comercial para posicionar a un producto más allá de las librerías. A través del “ensayo político”, las editoriales incursionan en el mundo de la política. En un país donde los partidos débiles y las redes de fundaciones de tipo think tanks son fuertes, las editoriales conforman con estos actores una estructura que tiene una dinámica propia y que requiere ser analizada.

Como se ha preguntado Pablo Semán (2006:86): ¿Cuál es el valor político de la aparición y circulación de ideas? En el caso que hemos estudiado en esta ponencia, las voluntades que se congregan en la producción (y también, pero no siempre, en el consumo) de estos libros no parece ajenas a la intencionalidad política emergente: construir el relato, el mito de origen y la comunidad de ideas del “mundo PRO”.

Pero los libros y las editoriales no solo generan una comunidad de ideas sino que también cristalizan prácticas políticas. Construyen un sistema de ideas que define lo políticamente pensable en un momento histórico dado. En el caso estudiado, hay tres ideas-fuerza que resaltan: el cambio como equivalente a novedad. ¿Qué hay de nuevo en el PRO? ¿Qué hay de nuevo en las nuevas derechas?.

Bibliografía

Alvear, Julio César (2007): “THINK TANKS en la producción, promoción e implementación de ideas y políticas públicas neoliberales en Colombia”, en Daniel Mato y Fermín Alejandro Maldonado, *Cultura y Transformaciones sociales en tiempos de globalización. Perspectivas latinoamericanas*, CLACSO, Buenos Aires, pp. 233-251.

Botto, Malena (2014): “La concentración y la polarización de la industria editorial 1990 - 2000” en José Luis De Diego (dir.) (2014), *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*, FCE, Buenos Aires.

Bourdieu, Pierre (2011): “La ilusión biográfica”, en *Acta sociológica*, n. 56, septiembre-diciembre, pp. 121-128.

De Diego, José Luis (2012): “Concentración económica, nuevos editores, nuevos agentes”, en Actas del Primer coloquio argentino de estudios sobre el libro y la edición. <http://coloquiolibroyedicion.fahce.unlp.edu.ar/actas>

De Diego, José Luis (dir.) (2014), *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*, Buenos Aires, FCE.

De Sagastizábal, Leandro y Quevedo, Luis (2015): *Optimistas seriales. Conversaciones con editoriales*, EUDEBA, Buenos Aires.

Garcé, Adolfo (2009): “Panorama de la relación entre think tanks y partidos políticos en América Latina. Estudio marco”, en Mendizábal, E. y Sample, K. (comps.) *Dime a quién escuchas... Think Tanks y partidos políticos en América Latina*. IDEA Internacional – ODI.

Peña, Marcos y Rozitchner, Alejandro (comps.) (2013): *Estamos. Una invitación abierta*, Buenos Aires, Planeta.

Rama, Claudio (2003): *Economía de las industrias cultural en la globalización digital*, EUDEBA, Buenos Aires.

Ravettino Destefanis, Alejandra (2014): “La dimensión social del proceso de comercialización de libros: acerca de lo poco que se lee par a lo mucho que se ofrece, en IX Jornadas de Estudios Sociales de la Economía. "La dimensión social de los procesos y objetos económicos", 22 al 26 de septiembre. Centro de Estudios Sociales de la Economía del IDAES. Buenos Aires, Argentina.

Saferstein, Ezequiel A (2012): “Los editores de best-sellers: Producción y circulación de géneros editoriales sobre la coyuntura política argentina (2001-2010)”, VII Jornadas de Sociología de la UNLP, 5 al 7 de diciembre de 2012, disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar>

Semán, Pablo: (2006): *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, Gorla, Buenos Aires.

Sorá, Gustavo (2013): “El mundo como feria. In(ter)dependencias editoriales en la Feria de Frankfurt”, en *Comunicación y Medios*, Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile, n. 27, pp. 102-128.

Szpilbarg, Daniela (2012): “¿Es posible hablar de un “campo editorial global”? Un análisis acerca de los agentes, mediaciones y prácticas en el espacio editorial transnacionalizado”.

Actas del Primer coloquio argentino de estudios sobre el libro y la edición. Disponible en: <http://coloquiolibroyedicion.fahce.unlp.edu.ar/actas>

Vommaro, Gabriel, Morresi Sergio y Bellottin Alejandro (2015): *Mundo Pro. Anatomía de un partido fabricado para ganar*, Planeta, Buenos Aires.

Fuentes

La naturaleza política y económica de la alianza Cambiemos, Documento de trabajo N° 15, FLACSO/ CIFRA/CTA. Disponible en: <http://www.centrocifra.org.ar/publicacion.php?pid=92>

El Libro en Cifras. Boletín Estadístico del libro en Iberoamérica, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, Vol. 8, diciembre, 2015. Disponible en: <http://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2014/09/15/la-crisis-intelectual-de-la-derecha-en-sus-libros-i-la-fatal-ignorancia-de-axel-kaiser/>

Fernández Irusta, Diana (2015): “Editoriales de ideas. En el negocio de hacer circular el pensamiento”, *La Nación*, abril, <http://www.lanacion.com.ar/1783120-editoriales-de-ideas-en-el-negocio-de-hacer-circular-el-pensamiento>

Centro de Estudios para la Producción (2005): La industria del libro en Argentina. Disponible en: <http://www.industria.gob.ar/cep/>

Encuesta a Librerías de la Ciudad de Buenos Aires para el 2013 Disponible en: https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/wp-content/uploads/2015/04/ir_2015_814.pdf

El libro Blanco. Informe de la Cámara Argentina del Libro, junio de 2015.