

## 4to CAELE

### Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición

#### Simposio: El libro político. Edición y proyectos políticos

##### **“Periodistas best-sellers”: un análisis de la colección *Espejo de la Argentina* y el boom de los libros de investigación periodística**

Micaela Baldoni

Instituto de Investigaciones Gino Germani (UBA)

Centre Maurice Halbwachs (EHESS, ENS, CNRS)

[micaelabaldoni@gmail.com](mailto:micaelabaldoni@gmail.com)

#### **Introducción**

La vinculación del campo periodístico con el mundo editorial no es un fenómeno novedoso. Desde fines del siglo XIX, y en especial desde la década de 1930, período de auge y consolidación de ambas industrias culturales (De Diego, 2006; Saítta, 1998), las empresas de medios y los propios periodistas han intervenido de diferentes formas en el mundo de los libros, en especial, a través de la narrativa y el ensayo. Sin embargo, recién a partir de la década de 1980 los libros periodísticos de no ficción experimentaron un desarrollo sostenido hasta convertirse en un fenómeno editorial durante los años noventa (Ulanovsky, 1997). De este modo, al igual que en otros casos nacionales, las obras escritas por periodistas ocuparon un lugar cada vez más preponderante dentro del llamado libro “político”, del cual, como muestra Saferstein (2016 y 2021) en su análisis del fenómeno, también participan intelectuales, dirigentes políticos y demás comentaristas de la política.

Centrándonos en el caso de la colección “Espejo de la Argentina” de la Editorial Planeta, analizaremos cómo el *boom* de los libros de “investigación periodística” constituye uno de los exponentes de la reconfiguración del campo del periodismo político y de sus criterios de legitimidad durante la década del noventa. En primer lugar, atenderemos a la emergencia de esta colección y su vínculo con las estrategias de arribo de empresas internacionales al mercado editorial local. En segundo lugar, analizaremos cómo las afinidades entre este proyecto editorial y ciertos espacios periodísticos emergentes se asientan en un entramado cultural que une al mundo del periodismo, la literatura y el campo editorial. Por último, nos ocuparemos de cómo la conversión de los periodistas en autores

involucra una ruptura simbólica en términos de estatus, singularización de su nombre y autonomización respecto a los medios en los que participan. En efecto, en el marco de una creciente competencia profesional, la publicación de una obra “exitosa” opera como un instrumento de consagración profesional y social, que posibilita la acumulación de recursos simbólicos (reconocimiento de sus pares o construcción de un público “propio”) y económicos, especialmente en el caso de los *best-sellers*.

La hipótesis que guía esta indagación es que, entre fines de los ochenta y principios de los noventa, el declive de los espacios culturales vinculados al mundo de la izquierda y la “retirada” del espacio público de sus principales referentes intelectuales, dejó espacios vacantes para la constitución de “nuevas” autoridades culturales. En ese marco, el libro, hasta entonces reservado a los sectores periodísticos más cercanos al polo intelectual, se volvió una plataforma relativamente accesible para otros sectores del campo más cercanos al polo comercial, que no contaban necesariamente con credenciales literarias y políticas. En particular, a partir de la *bestsellerización* de sus obras, una serie de periodistas con acceso a medios masivos ejercieron funciones intelectuales en el espacio público.

La presente indagación forma parte de una investigación doctoral de mayor alcance que analiza los roles públicos asumidos por los referentes del periodismo político desde la recuperación democrática en 1983. El siguiente análisis se asienta en una estrategia metodológica que combina diferentes técnicas de investigación; a saber: la configuración de una matriz de datos de “libros periodísticos” definidos por la profesión del autor desde 1983 hasta 2001<sup>1</sup>; la realización de entrevistas semi-estructuradas a editores y autores; la revisión y codificación de archivo de prensa publicado durante el mismo período; y la reconstrucción de trayectorias profesionales de los periodistas-autores.

## **1. El boom de los libros de investigación periodística**

Durante los años noventa, los libros de investigación periodística alcanzaron un éxito inusitado, liderando los noveles *rankings* de venta de las publicaciones de no ficción. La consolidación del género a principios de la década se enmarcó en las políticas editoriales de las grandes casas que lideraban el mercado. A partir del fenómeno editorial que presentaron algunos de los títulos que se convirtieron en *best-sellers*, estas casas de edición se orientaron cada vez más hacia los llamados libros de “denuncia e investigación”.

En razón de ello, la publicación de un libro se volvió más accesible para periodistas que no portaban

---

<sup>1</sup> Realizada en colaboración con Wenceslao Gómez Rodríguez y Gabriel Monteleone en el marco del proyecto de investigación *Un estudio sociológico sobre el rol de periodistas, asesores de prensa e intelectuales en el espacio de la comunicación política en la Argentina*, dirigido por la autora en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires.

credenciales literarias y políticas. En efecto, si hasta ese momento las relaciones entre el campo periodístico y el campo editorial habían estado mediadas por el ámbito político-intelectual y literario, a partir de aquellos años esa mediación disminuyó su peso al tiempo que la industria mediática y la editorial confluyeron en su orientación hacia lógicas comerciales.

Esta constitución del libro periodístico como un género confluyó con las mutaciones tanto del mercado editorial como del campo político-intelectual y del ámbito periodístico. A partir de 1983, los libros políticos escritos por periodistas –tanto narrativos como de ensayo o de investigación– jugaron un rol relevante en la reconstitución de la cultura democrática. Estas publicaciones formaban parte de las apuestas político-intelectuales de pequeñas y medianas editoriales intelectuales<sup>2</sup> vinculadas a proyectos periodísticos de orientación de izquierda o progresista. Estas obras sostenían, por tanto, una vocación de intervención político-pedagógica<sup>3</sup> que acompañó el proceso de la llamada “primavera democrática” (Baldoni, Monteleone y Gómez Rodríguez, 2019). No obstante, tras su breve auge, esta forma de intervención pública entró en declive hacia fines de la década debido a distintos factores.

En primer lugar, el agravamiento de la crisis económica, con la irrupción de un proceso hiperinflacionario en 1989, afectó a la industria editorial en conjunto y golpeó particularmente a las pequeñas y medianas casas, las cuales en muchos casos se vieron compelidas a cerrar sus puertas. En ese escenario, las grandes casas internacionales –que contaban con remesas desde el exterior– aprovecharon la oportunidad para posicionarse en el ámbito nacional a través de la ocupación de nichos de mercado y de la captación de autores “en disponibilidad”. La política de convertibilidad de la moneda nacional, instalada en 1991, terminó de profundizar las ventajas comparativas de este tipo de casas y promovió la internacionalización del mercado editorial local a partir de mediados de la década (De Diego, 2006; Botto, 2006; Páez, 2018; Szpilbarg, 2015).

En segundo lugar, además de los condicionantes económicos, esta caída de las editoriales intelectuales se inscribió en el marco de una crisis de los idearios políticos de izquierda a nivel internacional y local, que socavó la continuidad de los espacios político-intelectuales que las sostenían. A ello se sumaba la erosión de la legitimidad de las dos principales fuerzas político-partidarias tradicionales, cuyos respectivos proyectos de renovación y democratización comenzaron a perder terreno frente a los sectores partidarios que sostenían un viraje pragmático hacia el modelo neoliberal orientado al mercado (Pucciarelli, 2011). En ese contexto, fue perdiendo fuerza la idea de la política

---

<sup>2</sup> Retomamos aquí la categorización de Bonacci (2019, pp. 217-218) de “editoriales intelectuales”. Éstas se diferencian de las empresas de gran edición y de las editoriales académicas, por sus estrechas relaciones con fracciones y formaciones intelectuales –que aseguran la recepción y circulación de sus títulos en distintos espacios culturales–, y por la voluntad de intervenir en el debate político-intelectual a través de sus principales colecciones.

<sup>3</sup> Esta vocación se evidenciaba en dos de sus orientaciones: revisión del pasado reciente y obstáculos del proyecto democrático. (Completar)

como herramienta de transformación de la sociedad, que había dominado la escena en la primera mitad de los años ochenta (Landi, 1991; Rinesi y Vommaro, 2007).

En el campo cultural, una serie de disputas en el ámbito intelectual y literario revelaban también una redefinición del rol del intelectual, en especial, respecto a sus lógicas de distanciamiento frente a la política, que volvieron caducas las formas de intervención basadas en idearios ideológicos o partidarios (Bonacci, 2019; Botto, 2006; De Diego, 2006). Junto al fracaso de los proyectos renovadores de las distintas expresiones partidarias, varias de sus principales figuras intelectuales, quienes los habían sustentado, se replegaron hacia sus reductos particulares, ya sea en el ámbito de la academia, las artes o la literatura. Consultados por una revista cultural, dos referentes intelectuales expresaban este repliegue del siguiente modo:

El carácter pragmático de estos tiempos que corren, no necesitan de conceptos (...) El discurso dominante tiende a la privatización de la vida de la gente y los intelectuales participan de ese repliegue (...) El desafío de los intelectuales es construir un modelo que implique un avance. El problema es que hoy uno sabe lo que no quiere, pero no sabe bien qué es lo que puede construir. (Juan Carlos Portantiero en *La Maga*, 1/4/1992, p. 31)

En la política se aplica la funcionalidad de las manos sucias, y el intelectual debe ser el vigía de la ética (...) El intelectual que se acerca al poder disminuye su capacidad creadora. Yo prefiero que un artista escriba otra obra para piano antes que dirija un teatro oficial que funcione mejor. Esa tarea la puede hacer muy bien otra persona (...) En el poder se destruye la libertad que el intelectual necesita para criticar, es preferible que se mantenga alejado. (José Pablo Feinmann, en *La Maga*, 1/4/1992, p. 31)

Acompañado de una renovación generacional, este proceso de despolitización se profundizó a lo largo de la década del noventa, volviendo cada vez más marginales las expresiones culturales con una clara filiación política o ideológica.

En tercer lugar, la reconfiguración de la estructura del sistema mediático produjo un aumento de la competencia en el ámbito periodístico. La privatización del espectro audiovisual (canales de televisión y radio) alentó las lógicas comerciales y la búsqueda de una audiencia masiva. A diferencia del mercado editorial, el sistema mediático no se internacionalizó, pero sí se concentró drásticamente en unos pocos jugadores a través de la conformación de grandes grupos de multimedios nacionales. Con incidencia en el ámbito audiovisual y de la prensa, éstos se convirtieron también en actores dominantes en la producción y distribución de contenidos periodísticos y en la construcción de la agenda mediática (Aruguete, 2009; Baldoni y Vommaro, 2012; Becerra y Mastrini, 2009; Marino, 2017; Waisbord, 2000; Vommaro, 2008a y 2008b).

Si bien la prensa gráfica diaria mantuvo un lugar destacado en el mercado<sup>4</sup> –tanto en términos de

---

<sup>4</sup> El nivel de desarrollo de la prensa nacional y de otras industrias culturales como la del libro a nivel local se vinculan con los altos índices de alfabetización con los que cuenta Argentina, que la diferencian de otros países de América del Sur. Un caso emblemático de esta diferencia se encuentra en el caso de Brasil, donde la televisión tuvo tempranamente un nivel de penetración mucho mayor, representado por la cadena Globo, debido en parte a los menores niveles de alfabetización

ejemplares vendidos como de facturación<sup>5</sup>—, la expansión y el nivel de cobertura alcanzado por la televisión, que la sobrepasaba ampliamente, le presentó nuevos desafíos. Entre ellos, su capacidad de marcar la agenda política se veía entonces disputada por la capacidad de difusión y de impacto visual de los noticieros, que sumaban cada vez más audiencia, y de la aparición de señales de cable informativas que transmitían noticias durante las 24 horas. Esta relación de competencia con el ámbito televisivo propició el desarrollo de diferentes estrategias en el ámbito de la prensa que, mediante políticas gerenciales y editoriales, buscaron compensar el poder que habían perdido.

En el marco de estos procesos, la personalización de la palabra periodística en la prensa se profundizó con la generalización de las firmas y con el mayor protagonismo que ganaron los columnistas. Desde la visión de las gerencias, esto permitía responder a las demandas de mayor visibilización de los periodistas y fidelizar al público que empezaba a identificarse con ellas. Los diarios que hasta entonces habían mantenido una voz colectiva e institucional, tanto en el conjunto del diario como en su sección editorial, extendieron la potestad de emitir juicio en nombre propio a los columnistas (Baldoni, 2018).

En este pasaje de un periodismo anónimo a uno de firmas también el libro cumplió un rol relevante. En efecto, frente a la creciente competencia profesional los columnistas o firmas de la prensa encontraron en el libro una plataforma de visibilización para dar un salto cualitativo en sus carreras, que les permitía aumentar su visibilidad tanto por las repercusiones de la publicación en distintos medios como por la llegada a un público más amplio. De este modo, la conversión en autor devino una estrategia de distinción personal y de crecimiento profesional, que en el caso de los *best-sellers* dio lugar a la configuración de una nueva élite de periodistas-autores, refrendados por su notoriedad.

### **1.1. El arribo de Planeta al mercado local**

El libro periodístico no ocupó un lugar central dentro de las políticas editoriales de las grandes casas durante la década del ochenta. No obstante, algunos de los títulos publicados en aquellos años pueden considerarse los antecedentes del género en este sector comercial del campo editorial. En especial, este desarrollo estuvo relacionado con el desembarco en la industria local del grupo editorial español Planeta.

Entre 1983 y 1989, Planeta estableció una asociación con la editorial nacional Sudamericana, que le permitió a la casa foránea su ingreso al mercado local (Páez, 2018). En el marco de este sello, denominado “Sudamericana-Planeta”, se inscribieron las primeras apuestas de estas casas por los

---

(Mastrini y Becerra, 2006; Landi, 1992).

<sup>5</sup> Aunque la venta de ejemplares descendió durante los noventa, la prensa se ubicaba, en el año 2000, en segundo lugar (24%) en términos de facturación por publicidad, detrás de la televisión (44%) y la venta anual de ejemplares era de 550.000.000.

libros periodísticos de no ficción<sup>6</sup>. La publicación de este tipo de obras se vinculó a la emulación de ciertas colecciones que habían funcionado en España, orientadas a los libros de coyuntura política, y a las relaciones cercanas que los editores y asesores<sup>7</sup> mantenían con periodistas de los sectores dominantes de la prensa. Así sin tener aún una orientación clara en términos de política editorial, algunos títulos periodísticos exitosos se convirtieron en un hallazgo para los editores, que sentó las huellas para que estos se orientaran hacia este género en un contexto más propicio.

El principal exponente de estos hallazgos fue *Malvinas: la trama secreta*, publicado en 1983, escrito por tres columnistas políticos del diario *Clarín*, Oscar Raúl Cardozo, Ricardo Kirschbaum y Eduardo van der Kooy. Desde una lectura retrospectiva, este libro es considerado por el campo editorial y el periodístico como el antecedente arquetípico del género de “investigación y denuncia”. En efecto, esta obra, publicada a principios de los ochenta, condensa varios de los elementos que caracterizaron a este género, cuyo apogeo tuvo lugar en la década siguiente.

Entre esos elementos se encuentran, en primer lugar, una temática de coyuntura vinculada a la agenda política y mediática –en este caso, el conflicto bélico que prologó el colapso del régimen militar–, orientada a la búsqueda de impacto y de una demanda relativamente amplia por parte del público. En segundo lugar, se inscribe bajo la lógica de la revelación de las decisiones, alianzas y negociaciones realizadas por los poderes que ejercen el gobierno tras bambalinas, por fuera de la escena pública. En tercer lugar, esta “trama secreta” se revela a través de un relato narrativo que puede leerse como una “novela”, el cual contribuye a su divulgación. En esta puesta en forma del estilo de escritura, resultaba fundamental la intervención de un intenso trabajo de edición por parte de la editorial. En cuarto lugar, el valor de este perfil de autor constituido por periodistas con una carrera en ascenso residía principalmente en su acceso a fuentes inéditas. Capital social que se derivaba de su rol jerárquico en las redacciones, como jefes de la sección política o como columnistas, cercanos a los círculos de las élites políticas y económicas y, en este caso en particular, a las militares.

En la época de Alfonsín, creo que un gran libro fue *Malvinas, la trama secreta* de Van der Kooy, Cardoso y Kirschbaum. En ese momento fue un éxito abrumador. Creo que llegó a 75.000 ejemplares. Fue un éxito así, que nadie lo esperaba (...) Ahí lo que valió fue el texto. No se consideró tanto al autor sino el texto, que era buenísimo. Por la investigación en sí. Y por el uso de la crónica narrativa para describir hechos de la realidad dura y pura. El gran éxito fue el tema y lo narrado, y cómo estuvo narrado. Se leía como un *thriller*. En donde no hace falta establecer un pacto de verosimilitud con el lector, porque como es todo verdad, lo que impacta es cómo está narrada. (Ricardo Sabanes, ex editor de Planeta, entrevista propia, 30/4/2019)

El libro, que resultó un inesperado éxito en términos de venta, constituyó también un caso revelador

---

<sup>6</sup> Bajo este sello, entre 1983 y 1989, se publicaron 27 libros escritos por periodistas, entre los cuales 20 son de no ficción y 18 tratan temáticas políticas.

<sup>7</sup> Estas relaciones se volvieron más frecuentes a partir de la incorporación de periodistas como asesores editoriales de las grandes casas.

de las incipientes estrategias de publicidad. En el caso de *Malvinas...*, la estrategia se centró en su aparición en un momento clave de la coyuntura socio-política, un mes antes de las elecciones presidenciales de octubre de 1983, las cuales marcaban la efectiva restauración institucional de la democracia y el cierre del período dictatorial. A ello se sumó un ciclo de presentaciones del libro con los autores en las principales ciudades del país y una campaña publicitaria en medios gráficos.

Alfonsín asumió el 10 de diciembre y el libro salió el 30 de noviembre. Fue así. Fue medio premeditado y un poco porque el libro ya estaba listo (...) Para mí fue el antecedente de lo que después fueron los libros de investigación periodística. Fue la primera prueba de un lanzamiento en un contexto determinado y con el uso de herramientas de *marketing* y de comunicación que hasta ese momento no se usaban (...) Igual, eso fue incipiente, no fue premeditado, salió así. El contexto, bueno, se llega por la caída del régimen militar después de Malvinas. Y Malvinas un año después era una herida abierta. La gente quería saber de qué se trataba. Entonces fue un buen ejercicio de un lanzamiento de un libro de investigación con un tema que estaba latente. Pero después, durante el gobierno de Alfonsín, los libros de investigación no tuvieron la repercusión esperada. (Ricardo Sabanes, entrevista propia, 30/4/2019)

No obstante estas innovaciones vinculadas a apuestas comerciales de difusión, hoy leídas retrospectivamente como antecedentes de las mentadas fórmulas de *marketing* instauradas después, el éxito del libro sorprendió a los editores, cuya idea e iniciativa provino de los propios periodistas. De este modo, Van der Kooy recuerda como el libro se vinculaba con los intereses profesionales de él y de sus colegas y cómo su producción se dio en un contexto político propicio para el acceso a fuentes:

Malvinas era un tema que por razones raras siempre nos había interesado a los tres. A Óscar, porque él siempre estaba muy vinculado a los temas de política internacional y a Ricardo y a mí, porque los dos habíamos viajado, los dos habíamos estado en las Islas (...) Después, porque fueron 74 días [duración del conflicto bélico] en los cuales los tres habíamos trabajado casi sin franco y trabajamos muy en equipo. Y la verdad que un día nos planteamos, ni bien terminó la Guerra, de decir “¿che, no te parece que esto es un libro?”, como había sido una cosa tan manipulada, tan hermética, tan mentirosa, tan delirante, desde el punto de vista político. Dijimos: sería bueno contar. Y teníamos ventajas, no menores para ese momento. Primero, teníamos buenos contactos para acceder a documentos, teníamos acceso a algunos de los militares. Y después ocurrió una cosa que siempre pasa en la derrota: nadie quiere ser el padre de la derrota e insospechadamente muchos militares que uno creía que nunca iban a hablar decidieron hablar. Entonces eso nos abrió una posibilidad de construcción de la Guerra desde el punto de vista más que militar, desde el punto de vista político diplomático. (Van der Kooy, entrevista propia, 11/1/2017)

A su vez, las lógicas entonces vigentes de contratación y negociación de derechos de autoría para este tipo de libros, en las cuales los anticipos –por ejemplo– no eran una práctica corriente y los autores debían financiarse el trabajo de investigación y el tiempo de escritura, revelan cómo para los periodistas –incluso para aquellos pertenecientes a los espacios más profesionalizados– la publicación de libros era concebida en términos de una inversión cuyo rédito no era económico sino sobre todo de reputación cultural. Así lo recuerda Van der Kooy, quien compara aquellas lógicas de contratación y negociación con las que les sucedieron en las reediciones lanzadas periódicamente cada diez años hasta el 2012, con motivo del aniversario de la Guerra.

Nosotros éramos muy cándidos en esto de ingresar al mundo editorial, al mundo de los libros (...)

Nosotros seguimos trabajando. Pero la verdad tuvimos muy poco rigor para negociar. Creo que en algunas de las ediciones posteriores hicimos alguna negociación mejor; a nosotros ni anticipo nos dieron, ni anticipo. O sea, los costos los pagábamos nosotros. Después, las ediciones sucesivas, sí, “dame un anticipo, lo agregamos”, y mejoró un poquito. Pero entonces éramos muy vírgenes en eso nosotros. (...) Y así lo hicimos (...)

Debe ser una de las mayores satisfacciones que tenemos, un libro que se ha transformado, aún hoy, en consulta de universidades del exterior (...) El libro yo creo que fortalece más –una palabra que entrecorriente– el “prestigio” que la visibilidad. Porque tampoco hicimos un libro amarillista, hicimos un libro con cierto rigor en la investigación periodística enfocado en lo político y en lo diplomático. Para gente que en su vida diaria trabaja de eso. (Van der Kooy, entrevista propia, 11/1/2017)

Con este título, además, el sello inició la colección “Espejo de la Argentina”. Sin embargo, cabe destacar que, en aquellos años, bajo este rótulo sólo se publicaron dos títulos y que la colección fue relanzada recién en 1990, cuando se convirtió en una de las apuestas centrales de los editores de Planeta. El nombre fue tomado de la colección “Espejo de España” de la casa matriz de la editorial. En el contexto de la transición española, como señala De Diego (2008), aquella colección había promovido libros de investigación histórica, lo cual le había permitido a la editorial *aggiornarse* a los tiempos democráticos y contrarrestar su imagen históricamente asociada al apoyo del régimen franquista<sup>8</sup>.

Sin embargo, a excepción de algunas obras, el resto de los libros periodísticos no alcanzaron el éxito esperado. Recién hacia fines de la década, se reavivó el interés de los editores por este tipo de producciones. Orientadas hacia la coyuntura socio-política, éstas buscaban dar respuesta al fracaso del proyecto político del primer gobierno de la transición, que entonces comenzaba a mostrar claros signos de pérdida de legitimidad política.

## **2. Planeta, un espejo del campo periodístico argentino**

A partir del relanzamiento en 1990 de la colección “Espejo de la Argentina” (en adelante, “Espejo”), para los periodistas se transformó radicalmente el panorama editorial y la posibilidad de intervenir en él. La colección, junto con otras apuestas, se inscribió en la reconfiguración de Planeta, cuyos directivos, ahora desligados del sello Sudamericana, buscaban posicionarla en el mercado local. Su editor principal era Ricardo Sabanes, quien contaba con una extensa trayectoria en la editorial,

---

<sup>8</sup> En sintonía con esta línea y con la que desarrollaban las pequeñas editoriales independientes, en la Argentina durante la primera mitad de la década del ochenta los libros periodísticos del sello Sudamericana-Planeta se orientaron también hacia la revisión del pasado reciente, aunque con un posicionamiento distinto al de las casas intelectuales. En efecto, con distintos matices, los títulos presentaban una lectura crítica del accionar durante los sesenta y setenta de las organizaciones políticas de tendencia revolucionaria, en especial aquellas vinculadas a la izquierda peronista; visión crítica que se inscribía, en el marco de las opciones entonces planteadas en el debate público, en la “teoría de los dos demonios”. Para los editores existía entonces un considerable público receptivo a esta visión.

Uno de los exponentes de este tipo de libros fue *Montoneros. La soberbia armada*. Publicado en 1984 en la misma colección, y escrito por Pablo Giussani, principal columnista político del diario *La Razón* y exmilitante de Montoneros, alcanzó una importante repercusión. A diferencia de *Malvinas...*, en este caso el registro no era el de la investigación, sino el del testimonio que, como mostramos, también predominaba en algunas de las editoriales más cercanas al polo intelectual.

pasando del sector de ventas en la Argentina a ocupar el cargo de editor principal en la filial de Chile, en la cual desarrolló una exitosa colección de nueva narrativa. En 1990, tras su retorno a Buenos Aires, su objetivo era identificar los nichos de mercado que se abrían en el marco de la crisis que atravesaba la industria. A partir del análisis del mercado, con una política agresiva que incluía la adquisición de editoriales y la cooptación de autores de otras casas de edición, se propuso el desarrollo de tres colecciones. Entre ellas se encontraba “Espejo”, orientada específicamente al libro político<sup>9</sup>. En este caso, la apuesta era tomar el lugar que entonces ocupaban otros grupos editoriales a través de la producción de *best-sellers* de coyuntura. Para conformar el equipo de dirección de la colección Sabanes se valió de sus vínculos con periodistas, escritores y académicos.

En sus inicios, “Espejo” fue pensada como una colección que retrataría la política argentina desde distintos géneros. No obstante, el éxito que alcanzaron sus títulos periodísticos, los llevó a orientarse cada vez más hacia este tipo de obras. En efecto, durante el período analizado (1990-2001), la colección publicó 79 títulos de no ficción, enfocados en una temática política. Del conjunto de títulos, el 75 % fueron escritos por periodistas (59) y el resto se reparten entre autores de las ciencias sociales y las humanidades (14) y del ámbito militar (4) y del derecho (2). La presencia de autores de las ciencias sociales y de las humanidades se enmarcaba, a su vez, en una estrategia de reposicionamiento de la editorial, que buscaba atraer al público culto del espectro progresista que veía a Planeta como un sello de derecha, y con ello, intentar dotar a “Espejo” de una mejor reputación en esos ámbitos culturales<sup>10</sup>. Así, los libros periodísticos, entre los que se cuentan los de mayor repercusión del período, formaban parte de una colección que apostaba por el éxito comercial pero también por la búsqueda de reconocimiento cultural en el ámbito editorial y académico-intelectual.

Asimismo, varias de las transformaciones suscitadas en el campo periodístico operaron como condiciones de posibilidad de la emergencia y el desarrollo de esta colección y, con ella, del apogeo de este tipo de libros en la escena pública. Entre ellas, se encuentra la relevancia que adquirió el diario *Página/12* en el ámbito de la prensa como referente de la renovación del periodismo y exponente de su polo intelectual.

De hecho, el diario congregaba a gran parte del espectro político-cultural, que había participado de los

---

<sup>9</sup> Los libros políticos de no ficción, reunidos bajo la colección Espejo, fueron uno de los tres pilares del programa de la editorial. Esta política se complementó con el lanzamiento de una colección de nueva narrativa argentina, “Biblioteca del Sur”, y otra de ensayo histórico escrito por mujeres, “Mujeres argentinas”. Con estas políticas, el sello Planeta logró desplazar a las tres grandes editoriales de entonces, Sudamericana, Emecé y Vergara, y hacia fines de la década lideraba el segmento (Botto, 2006, p. 212).

<sup>10</sup> Ello se dio a partir de la incorporación como co-director de la colección de Alejandro Horowicz, quien en su juventud se había formado como periodista en los emprendimientos dirigidos por Jacobo Timerman y que durante aquellos años se orientó hacia el ámbito académico como docente e investigador en la Carrera de Sociología de la UBA. Horowicz era quien acercaba a los autores provenientes de esos espacios (algunos renuentes a publicar por una editorial comercial y cuya casa matriz había estado asociada al franquismo), pero sobre todo operaba como un lector de las tendencias sociales y proponía estrategias de publicación y temas que podían interesar al público.

emprendimiento editoriales que impulsaron los libros periodísticos durante los ochenta. Uno de los síntomas de su influencia en el ámbito editorial se manifiesta en la preeminencia de *Página/12* como medio de formación o de procedencia de los autores de la colección: la mitad de los títulos periodísticos de “Espejo” corresponden a profesionales de este medio (29 de 58), seguidos por los de los diarios *Sur* (10) y *Clarín* (9) y, en menor medida, *La Nación* (2<sup>11</sup>).

Para convocar a este conjunto de autores “en disponibilidad”, el editor de Planeta diseñó estrategias de cooptación de los más reconocidos, en especial a través de la política de anticipos<sup>12</sup>, y le ofreció a aquellos que habían dado sus primeros pasos en el ámbito editorial posibilidades de desarrollo profesional. En algunos casos, ello se complementó con una política de reedición de las obras exitosas durante los ochenta.

Cabe destacar que la vinculación entre la colección *Espejo y Página/12* no tuvo un carácter orgánico o formal, ni se asentaba –como había sucedido en la década anterior– en la convergencia de un proyecto político-cultural común entre ámbito editorial y periodístico. En este caso, se trató más bien de afinidades electivas entre uno y otro proyecto, las cuales contribuyeron a extender los posicionamientos con los que había innovado el diario mediante la circulación de los actores que oficiaron como una suerte de puente entre ambos espacios.

En ello, el escritor, periodista y editor Juan Forn jugó un rol central. Forn fue director de la colección entre 1990 y 1995, y luego fundador y director del suplemento cultural “Radar Libros” en *Página/12*. Nacido en 1959, Forn pertenecía a una generación de jóvenes escritores que se formaron entre los años setenta y ochenta en un ámbito literario que todavía sostenía estrechos vínculos con los sectores intelectuales del periodismo. Las plumas comprometidas de los años sesenta y setenta – como Rogelio García Lupo, Juan Gelman, Tomás Eloy Martínez, Osvaldo Soriano, Rodolfo Walsh– constituían sus principales referencias. Sus lecturas se nutrían de las revistas del “nuevo periodismo” local y anglosajón, entre ellas se encontraban las revistas de la transición argentina, como *Humor*, *El Porteño* y *El Periodista de Buenos Aires*. En el contexto de la apertura democrática, formaron parte de la reactivación de espacios culturales progresistas conformados en torno a la llamada “cultura del rock” (Vila, 1985). Con circuitos culturales comunes, este entramado generacional se sostenía en lazos amistosos, con gustos artísticos compartidos (Benzecry, 1999). A fines de los ochenta, esta joven

---

<sup>11</sup> Para identificar el medio de procedencia o de formación, se consideró el principal lugar de trabajo de los autores durante los tres años anteriores a la salida de la colección (1987-1990). Cabe destacar que varios de los autores que participaron de *Sur* pasaron, luego de su cierre en 1990, a trabajar en el diario *Clarín*, en el momento en que éste atravesaba un proceso de modernización. La categoría “otros” incluye dos reediciones de libros de Walsh y aglutina a corresponsales de medios extranjeros, periodistas de televisión y de revistas políticas.

<sup>12</sup> En el marco de la crisis económica de principios de los noventa, los anticipos –adelantos de los derechos de autoría– le permitían a los autores contar con la financiación necesaria para la investigación y el tiempo dedicado a la escritura. A lo largo de la década, tras la estabilización de la economía, el monto del anticipo se convirtió en el eje de las negociaciones con los autores, en especial con los más reconocidos, y en la manera en que la editorial se aseguraba su fidelidad.

generación encontró en *Página/12*, con su retórica de la irreverencia, un ámbito de pertenencia y de identidad estético-cultural. Forn se sumó entonces al diario como colaborador.

Toda esa camada, toda esa generación, hemos sido fanáticos de revistas (...) Conocíamos todos los mitos, los sabíamos, los estudiábamos. Ese era nuestro *métier*: (...) saber que en *El porteño*, mientras escribían el número 1, tenían un metro de agua en la redacción. Éramos fanáticos de esa clase de cosas e idolatrábamos a todos los tipos que eran del periodismo y que eran buenas plumas. (...) En nuestra camada había gente de distintos palos... nos conocíamos de vernos en lugares que frecuentábamos todos. El paracultural, otro lugares en donde ibas de espectador, como Cemento. Éramos todos más o menos de la misma generación, trabajábamos con un imaginario similar, mucho *rock and roll*; mucho afán de tratar con un poco de humor tanto el peronismo como el anti peronismo, tanto la desgracia de ser argentinos (risas) como la gloria de ser argentinos. Entonces teníamos afinidad, todos queríamos ser rápidos. Era la época de la ironía: un poco frívola, muy creativa (...) Todo estaba muy teñido por la cultura *rock*, por una manera de entender la vida. Una especie de post-hippismo.

*¿Y qué significó para ustedes la aparición de Página en el marco de este clima?*

A pesar de que los primeros números de *Página*, cuando los ves, son re psico-bolches (risas), no sé bien en qué momento, pero yo te diría que si el diario salió en el 87, en el 88 *yo ya sentía que era mi diario*. De hecho, cuando me invitaron a escribir por la muerte de Briante, para mí fue increíble. Yo era un desconocido, tenía publicada una novelita (...) y de pronto estaba en *Página*. Ibas al día siguiente, comprabas el diario y veías tu firma. Me acuerdo cuando hicieron la famosa tapa en blanco cuando salió el indulto, todo el diario estaba dedicado al tema y habían abierto el espinel para invitar a gente de afuera. ¡Y para mí fue un honor que me hubieran llamado! (...) Yo me puse la camiseta de *Página* casi al instante. Sospecho que a algunos pibes más jóvenes que yo les debe haber pasado en su momento con "Biblioteca al sur" o después con Radar: "esto habla de mí" o "esto tiene que ver conmigo".

*¿Era Página o eran algunas de las firmas de Página?*

¡Era la actitud! Era la tapa, el pirulo de tapa, era el dibujo de contratapa (...) La idea de contratapa como vidriera para escribir. Vos pensá que hubo contratapas históricas. A mí siempre me gustó más estar afuera ¡En realidad yo no puedo hablar de estar afuera del sistema porque yo trabajé en una empresa familiar histórica y después con una multinacional! Pero el laburo que yo hice es equivalente al de editoriales independientes (...) o revistas independientes. Sobre todo en Radar. Radar tiene un espíritu de libertad y de afinidad con *El periodista*, con *Humor*, con *El porteño*, con *El expreso imaginario*... (...) En *Página*... era su manera de titular y la astucia: convertir la limitación y la escasez en un estímulo para la creatividad. (...) Yo no llegué a leer el diario *La Opinión* (...) *Clarín* y *La Nación* tenían esta cosa de decir "el occiso", y "en la víspera había acontecido" y de pronto *Página* llamaba a las cosas por su nombre: al pan, pan y al vino, vino. Y con eso cambió el periodismo argentino. (Juan Forn, marzo de 2020, entrevista propia)

A diferencia de la generación que los precedía, aunque habían tenido contacto con el mundo político y la cultura de la resistencia<sup>13</sup> de los setenta, no habían participado de actividades de militancia. Su postura generacional estaba más cercana a una suerte de "ascetismo político". La ruptura con sus referentes se posaba en una preocupación por la búsqueda de la "pureza" estética y en una visión "posmoderna" que, sostenida en una supuesta erosión de las jerarquías culturales, proponía el entrecruzamiento de lo "alto" con lo "bajo", de lo "erudito" con lo "lego".

Respecto a los libros políticos, yo pertenezco a una generación bastante apolítica. Los llamados "hijos del Proceso", los que teníamos veintitantos cuando retornó la democracia. Sinceramente, en esa época, la política me importaba poco. Cuando trabajaba con libros políticos, cada vez que teníamos una

---

<sup>13</sup> En especial por vínculos familiares. Algunos estuvieron en el exilio de sus padres.

reunión con los autores, yo les decía: “mirá, yo te funciono de lector común porque a mí la política me aburre (...) salvo que me la contés bien”. Entonces, la clave estaba en contar bien: “usame a mí de conejillo de indias, porque si yo funciono, el libro va a funcionar”. Obviamente, era una chicana, pero que representa a aquella época, en la cual había mucha petulancia, mucha ironía. Era difícil de manejar. Yo era muy joven, tenía 30 años. Había pasado de ser un “che pibe” a ser el *golden boy* de las editoriales de la noche a la mañana. En el andarivel periodístico tratábamos con gente que era más grande que nosotros (...) ¡Había un clima especial en el que estaba todo muy unido! Era una época... eran los comienzos o el apogeo de la posmodernidad en donde lo alto se cruzaba con lo bajo, lo moderno se cruzaba con lo antiguo. Había muchos cruces, mucho diálogo entre supuestos opuestos. Eso para mí era la característica más atractiva de esa época. Después, la característica negativa era la frivolidad. ¡Y me incluyó a mí mismo en el paquete! (...)

No éramos setentistas, no habíamos estado ahí. Yo de casualidad estuve en el exilio porque me subí a un avión y me fui de mochilero a Europa y terminé viviendo en casas de exiliados. Entonces, por un lado, teníamos contacto con el setentismo de una u otra manera. Y por otro lado, no. Por ejemplo, ¡Doria y Caparrós inventaron en *El porteño* la expresión “psico-bolche”! y la expresión “psico-bolche” era una manera de los posmodernos de burlarse de los setentistas. El espíritu de los setentistas era colectivo, el nuestro era individualista. En los setentistas prevalecía la política. (Juan Forn, marzo de 2020)

La postura más “ascética” de esta generación frente a los dilemas políticos, les permitió también ocupar espacios que por su cercanía a los circuitos mercantiles aparecían vedados para los actores intelectuales de generaciones anteriores. Entre ellos, los de las casas editoriales internacionales y los grandes medios de comunicación. En ese contexto, Forn se sumó a Planeta como editor de *Espejo* y de “Biblioteca del Sur”, una colección en la que participaron y, en algunos casos, se consagraron él y gran parte de sus pares contemporáneos. Como señala Botto (2006, p. 233-234), por su relación más permeable al mercado y a la consideración de los medios masivos de comunicación como canales legítimos de consagración literaria, esta formación recibió la etiqueta de “planetarios”

*¿Con qué ideas planearon las nuevas colecciones, como “Biblioteca del Sur”? ¿“Espejo de la Argentina” se pensó, como había sido el caso de “Espejo de España”, como una forma de sacarle el mote franquista a la editorial?*

La inclinación franquista en Planeta no estaba para nada identificada con el nombre de la editorial en la Argentina, porque acá había sido casi inexistente. Y como mi filiación política era...o sea, yo venía de *Página|12*. Y, en ese momento, era la época de gloria de *Página*. El ochenta por ciento de los periodistas que empezaron a hacer libros para “Espejo” eran o habían sido de *Página* o o eran afines. Por ejemplo, gente que trabajaba en *Clarín* o en *Perfil* o en alguna otra editorial, pero que eran simpatizantes progres. Algo que hoy en día es impensable ¿no? Pero en aquella época la gente de las redacciones periodísticas se llevaba muy bien. Había mucha camaradería, no importa de qué diario fueras (Juan Forn, entrevista propia, marzo de 2020).

Forn jugó así de nexo entre el mundo de *Página|12* y el de Planeta. Su impronta se advierte en “Espejo”, en particular en la búsqueda de la originalidad de las obras en ella publicadas que delinearon los principales trazos de estas colección. Por un lado, el proyecto de Forn era el de conformar un producto que se diferenciase, por su innovación y estilo, de aquello que se publicaba en la prensa. No se trataba de compilaciones de artículos, sino de obras inéditas, cuyo perfil podría variar –libros de

coyuntura o libros de fonfo<sup>14</sup>– pero cuyo rasgo común era el de presentar informaciones novedosas trabajadas desde un tono narrativo, lo cual involucraba la construcción de una trama y la puesta en escena de una intriga. En efecto, este tipo de obras se valió de herramientas literarias, propias de la tradición del nuevo periodismo y de la narrativa. En una entrevista acerca del éxito alcanzado por los libros periodísticos, Forn manifestó estas ideas del siguiente modo:

Los libros de no ficción en la Argentina muchas veces no tenían en cuenta el gran atractivo que se puede alcanzar con la puesta en escena, con la intriga. Entonces se planteó ese acercamiento más literario, apoyado en datos y en la mirada crítica, pero utilizando cierta textura narrativa (...)

Lo atractivo de este tipo de libros, además de la importancia de la información de primera mano, es la mirada sumamente fría, casi quirúrgica del periodista, que va separando los datos para que el lector opine. No queremos que la apelación a un tono narrativo se confunda con una bajada de línea socarrona. (Juan Forn, reportaje en *La Maga*, 11/03/1992)

Por otro lado, el libro periodístico dejaba de ser concebido como un libro político y pasaba a ser un libro *sobre* la política<sup>15</sup>. En línea con las transformaciones globales de la cobertura política, tendiente a privilegiar encuadres o análisis estratégicos (Cappella y Jamieson, 1996; Neveu, 1993; Saïtta, 2008; Schudson, 1999), estos libros propiciaron un “periodismo de desciframiento” que, como caracteriza Kaciaf (2013), reduce la política a un juego, en el cual sus partícipes desarrollan estrategias para conquistar el poder. Desde esta visión, se concibe el campo político como un espacio que se cierra sobre sí mismo y cuyo principal objetivo es su propia reproducción, en un giro pragmático hacia la búsqueda de posiciones de poder en detrimento de los grandes idearios. De este modo, el valor agregado del trabajo periodístico comienza a residir cada vez más en la capacidad de “descifrar” las estrategias subyacentes de las acciones y los discursos de los políticos, que escapan a la visión del público y que dan cuenta de lo que “verdaderamente” está en juego.

En efecto, el estilo narrativo y de irreverencia al poder impulsado por *Página/12*, y que había impactado en la prensa en su conjunto, conformó la base de la retórica y de la posición crítica y distanciada que los periodistas asumieron frente a la política. Es posible sostener que con la colección “Espejo” el libro periodístico terminó de distanciarse del ámbito literario –ámbitos que comenzaron a percibirse como esferas diferenciadas de intervención cultural–, al tiempo en que se distanció del campo político.

De este modo, entre aquellos periodistas que optan por construir un perfil de investigación, el *leitmotiv* pasa a ser publicitar, en el sentido de hacer público, ese mundo opaco compuesto de “tramas secretas”. Esta postura se traduce, en la escritura de los libros, en la figura del narrador testigo con un

---

<sup>14</sup> Con estas nomenclaturas los editores diferencian las obras “de coyuntura”, que tratan un hecho de actualidad desde una mirada panorámica, de los libros “de fondo”, que se ocupan de problemáticas más generales y a los que el autor dedica varios años para su realización. Sobre estas diferenciaciones desde la visión editorial, ver Saferstein (2016).

<sup>15</sup> Retomamos esta expresión del análisis de Leroux, Le Bart y Ringoot (2014) sobre los libros de periodistas políticos en Francia. Sobre este caso, pueden verse también Bastin y Ringoot (2014) y Neveu (1992),

desplazamiento hacia la omnisciencia. Desde esta posición, los periodistas relatan, a partir de las informaciones que les brindan sus fuentes *en off*, las escenas tras bastidores y reproducen los diálogos, utilizando el estilo directo, que mantuvieron allí los actores como si hubieran sido testigos presenciales.

Junto con ello, se produce un desplazamiento de las preocupaciones periodísticas que se centran menos en las problemáticas políticas y se orientan cada vez más hacia una mirada personalizada – centrada en “personajes”– o bien en una lectura que se sitúa por encima de la escena política. De hecho, como señala Pereyra (2013), junto a la proliferación de escándalos de corrupción política en la prensa, los libros de investigación periodística y de denuncia contribuyeron a instaurar a la corrupción como un problema público y movilizaron nuevos criterios de evaluación de la actividad política centrados en la moralidad de los actos de los gobernantes<sup>16</sup>.

## **2.2. Periodistas “best seller” o la configuración de una nueva élite**

La emergente conformación de una élite de la opinión en la prensa también coadyuvó a configurar la autoridad de los periodistas devenidos autores. Así, la editorial supo valerse de la reputación de estas firmas, al tiempo en que, con sus políticas de promoción, contribuyó a su afianzamiento y a su relativa expansión. A través de estrategias de *marketing*, que comenzaron a concebir a los autores como marcas (Saferstein, 2016<sup>17</sup> y 2021), el lanzamiento de los libros incluyó acciones estandarizadas de visibilización mediática de la obra, pero sobre todo de los periodistas-autores. Estas acciones eran coordinadas por los noveles departamentos de prensa que comenzaban a constituirse dentro de las grandes editoriales<sup>18</sup> y que marcaban un proceso de profesionalización de las relaciones entre las editoriales y los medios. Entre estas acciones de prensa se encontraban la entrega de ejemplares a las redacciones antes de la salida del libro; la publicación de adelantos de las obras en revistas; y, particularmente, tras el lanzamiento, entrevistas de los autores en distintos diarios y revistas y participación en programas televisivos. Luego, en función del número de ventas alcanzado, estas acciones se complementaban con publicidad paga en espacios públicos y en medios gráficos y

---

<sup>16</sup> Varios de estos títulos se escribieron tras el destape de un escándalo publicado primero en la prensa, y permitieron una sistematización y un anclaje de la temática, al brindar una interpretación abarcativa del desarrollo del proceso. A diferencia de la unicidad del formato libro, como señala Pereyra (2013) el proceso que lleva de la denuncia a la producción de un escándalo se desarrolla en la prensa bajo la forma de la serie, la cual puede presentarse en un período extenso de tiempo. Por lo tanto, para comprender un suceso de este tipo de manera global, los lectores deben realizar una inversión significativa de tiempo que supone el seguimiento constante de los artículos publicados en la prensa. El libro no sólo jerarquiza y sistematiza las informaciones, sino que ofrece claves interpretativas.

<sup>17</sup> Al respecto, Saferstein (2016, p. 176) señala que desde la perspectiva de los editores “los escritores que tienen una presencia constante, visible y potenciada por el sistema multimediático son construidos como autores marca”.

<sup>18</sup> En estos departamentos, los puestos directivos o bien de asesores estaban ocupados por personas vinculadas al ámbito del periodismo, o bien que ejercían la profesión, y que contaban por ello con un amplio abanico de contactos.

audiovisuales.

Esta novedosa articulación entre editoriales y medios de comunicación también reconfiguró el ámbito de la prensa, en especial de los suplementos y las revistas, que comenzaron a dedicarle un espacio estable a este tipo de obras. La recientemente creada revista cultural *La Maga*, fundada en 1990 por Carlos Ares, uno de los directivos de TEA, contaba con una sección dedicada a los libros, que siguió de cerca el derrotero del género y contribuyó a su promoción. En 1991, *Página/12* inauguró un suplemento cultural llamado “Primer Plano”, en honor al semanario *Primera Plana*. Dirigido por Tomás Eloy Martínez, uno de los principales periodistas-literatos de entonces y reconocido autor de “Espejo”, el suplemento le dio un gran impulso a los libros periodísticos y promovió su jerarquización a través del armado de listados de los más vendidos. A su vez, las revistas políticas y las llamadas revistas de sociedad inauguraron secciones en las que presentaban anticipos de las obras o bien entrevistas extensas a los autores. En este caso, lo que Bourdieu (2008 [1996]) denomina “círculo de la información” funcionaba como una gran maquinaria publicitaria, en la que los periodistas promocionaban a sus propios colegas. En especial, aquellos autores que alcanzaban altos números de ventas y cuyos títulos lideraban los *rankings* comenzaron a gozar de una exposición mediática amplificada y, hasta entonces, inusitada para este tipo de figuras.

La editorial contribuyó a refrendar este criterio de jerarquización en torno al éxito de ventas con la ampliación del premio Planeta. Hasta entonces, al igual que en su versión española, se trataba de un premio honorífico otorgado anualmente a una obra literaria inédita, seleccionada por un jurado de notables, compuesto por críticos y escritores. A este evento, que era transmitido por televisión, se sumaron una serie de premios a los libros más vendidos, que emulaban a los discos de plata, oro y platino de la industria discográfica. La cifra establecida para el premio de oro era la de 100.000 ejemplares, que se constituyó en el número simbólico del *best-seller* para este tipo de libros<sup>19</sup>.

En el campo periodístico, este número devino también uno de los símbolos de éxito y de notoriedad, que comenzó a operar como un criterio de estatus profesional. El hecho de publicar un libro en una gran editorial implicaba un ascenso en términos de carrera y de reputación frente a los pares y a los propietarios de medios. Además de ello, la conversión en un autor de *best-seller* suponía un salto cualitativo en términos de la masividad alcanzaba, es decir, en la conformación de un público “propio” de lectores que se identificaban con el autor a título personal y no ya necesariamente a través del medio en que se desempeñaba.

Yo siempre vendí muchos libros, pero no así. O sea, yo igual era un tipo que siempre vendía 40.000,

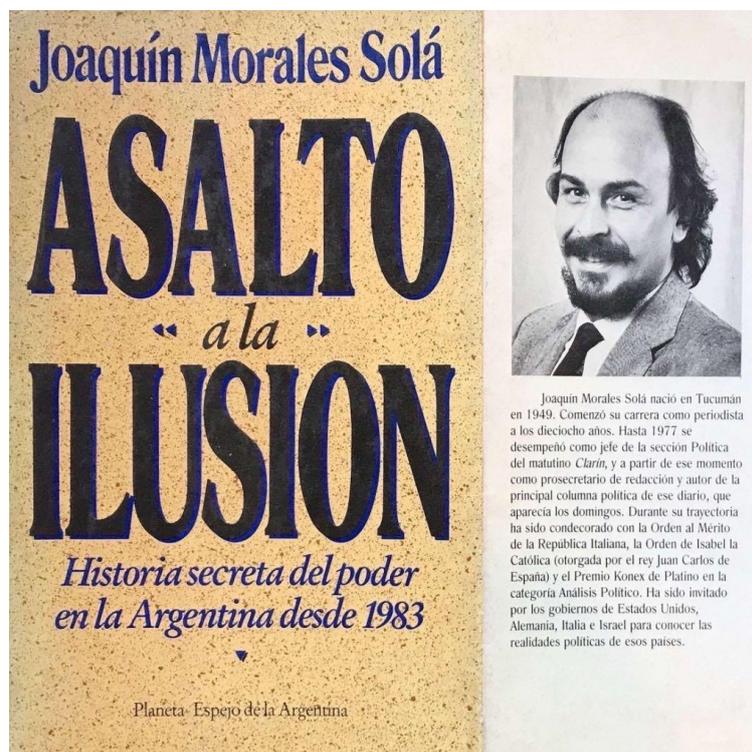
---

<sup>19</sup> Hacia principios de los años noventa, según relatan los editores, se consideraba *best-seller* a aquellos libros que llegaban a vender 50.000 ejemplares. No obstante, a medida en que aparecieron casos que superaron esta cifra, los 100.000 se instalaron como un piso simbólico de masividad, aunque sólo alcanzaron este número unos pocos títulos de no ficción.

50.000, 60.000 libros, que ya es raro. Pero hay una cosa que pasa después de los 100.000 libros, que perdés completamente la lógica de mercado. O sea, un libro después de los 100.000 es popular. Te lee la empleada, la secretaria del local de lotería de acá a la vuelta, te lee... Que si no, no te lee nunca en la vida. Te habla la gente en la calle del libro, eso es muy raro, por contraposición a lo que te pasa en otros medios. (Jorge Lanata, entrevista propia, 5/3/2015)

A su vez, el protagonismo de los autores se hizo evidente en la innovación estilística que introdujo la colección “Espejo” con el agregado de solapas<sup>20</sup> en el diseño de los libros, que hasta entonces no era de uso corriente en el mercado local porque complejizaba y hacía más costoso el proceso de encuadernación. En ellas se presentaba una foto del autor, seguida de una breve reseña de su trayectoria profesional. Desde entonces el libro también consignaba no sólo el nombre sino una imagen de los autores, cada vez más estilizada y con la firma de una fotógrafa profesional, que también se constituyó en una marca reputacional (Ver imagen 1 y 2).

Imagen 1



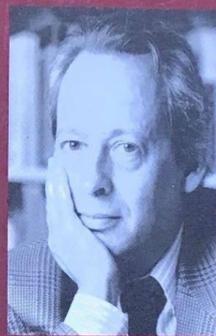
Joaquín Morales Solá nació en Tucumán en 1949. Comenzó su carrera como periodista a los dieciocho años. Hasta 1977 se desempeñó como jefe de la sección Política del matutino *Clarín*, y a partir de ese momento como prosecretario de redacción y autor de la principal columna política de ese diario, que aparecía los domingos. Durante su trayectoria ha sido condecorado con la Orden al Mérito de la República Italiana, la Orden de Isabel la Católica (otorgada por el rey Juan Carlos de España) y el Premio Konex de Platino en la categoría Análisis Político. Ha sido invitado por los gobiernos de Estados Unidos, Alemania, Italia e Israel para conocer las realidades políticas de esos países.

Imagen 2

<sup>20</sup> Esta innovación, que complejizaba el proceso de encuadernación y aumentaba sus costos, operó en principio como una marca de distinción de la editorial.

# Horacio Verbitsky HACER la CORTE

La construcción de un poder absoluto  
sin justicia ni control



Horacio Verbitsky nació en Buenos Aires en 1942. En su larga e intensa carrera periodística trabajó en los diarios Noticias Gráficas (1960), El Mundo (1964), La Opinión (1971), Clarín (1972), Noticias (1973) y Página/12 (desde 1987), y en las revistas Rebelión (1964), Confirmado (1965), Semanario CGT (1968), Cuadernos del Tercer Mundo (1973), Paz y Justicia (1982), Humor (1983), El Periodista (1984) y Entre Todos (1985). En los últimos años sus notas dominicales en Página/12 se han convertido en el material informativo más candente de la semana política.

Ha publicado los siguientes libros: Prensa y poder en el Perú (1974); La última batalla de la Tercera Guerra Mundial (1984); Ezeiza (1985); La posguerra sucia (1985); Rodolfo Walsh y la prensa clandestina (1986); Civiles y militares (1987); Medio siglo de proclamas militares (1987); La educación presidencial (1989) y Robo para la corona (1991).

Ilustración de cubierta: National Convention of Jurists, de Charles Beagge, 1979.

El libro con el que se lanzó la colección, *Asalto a la ilusión: Historia secreta del poder en Argentina desde 1983*, de Joaquín Morales Solá, marcó el inicio de esta fórmula de consagración de firmas de la prensa a través de *best-sellers* y su éxito orientó a la editorial a la búsqueda de este tipo de obras. Morales Solá se había convertido en el principal columnista de *Clarín* durante los años ochenta. En 1990, en el marco de la conversión del diario en multimedia, tras su renuncia proyectó reorientar su carrera con la escritura de un libro. Entre las editoriales a las que llegó su propuesta, el libro terminó siendo publicado por Planeta. El editor Sabanes recuerda los criterios con los cuales, desde la editorial, valorizaban la figura del periodista.

Joaquín Morales Solá había sido el periodista de opinión de *Clarín* durante mucho tiempo, durante la época de Alfonsín. Y por estas cuestiones de reorganizaciones corporativas de *Clarín* se fue y quedó en el desierto, digamos. Y entonces nos llegó el dato de que quería publicar.... Nosotros estábamos buscando como iniciar la serie de libros de investigación periodística. (...) Y bueno, llegamos a un acuerdo económico, con un adelanto. Entonces, de golpe Planeta, que veníamos de la nada, de la disolución de Sudamericana-Planeta, de un proyecto que nadie conocía... y salimos con *Asalto a la ilusión*, que fue el primer libro periodístico de gran impacto. Que fue nuestro bautismo de fuego como Planeta. Y con *Asalto* empezamos a utilizar estas campañas de mercadeo novedosas para el mundo del libro. Y el plan de comunicación se diseñó como un plan de *marketing*, con un plan de lanzamiento. Y, entre que salió y el verano, vendió 50.000 ejemplares.

¿Y que tuvo de particular? Usted me decía respecto del libro *Malvinas* que su éxito se debió al tema, a la narrativa...

Bueno, ahí ya era el nombre, ya fuimos a la figura de Joaquín Morales Solá. Y a una crónica del período alfonsinista, auge y caída de Alfonsín. Las esperanzas puestas en Alfonsín y lo que sucedió para su caída. (Ricardo Sabanes, entrevista propia, 30/4/2019, cursivas agregadas)

De este modo, como muestra la cita, la firma se había convertido en una forma de condensación de capitales simbólicos, por los cuales los editores valoraban la potencialidad de éxito de un autor periodístico. La élite de la opinión que se había conformado en la prensa en los ochenta, encontraba ahora en el ámbito editorial la posibilidad de refrendar su nombre desde el género periodístico. A ello se sumaba un segundo elemento, que permite comprender el éxito de esta obra: la interpelación a un “nuevo” público, medido por los estudios de *marketing* y la encuestas, constituido por un sector identificado con la clase media, informado e interesado por la política pero que, frente al fracaso del gobierno radical y los primeros resultados del gobierno peronista, comenzaba a mostrar síntomas de malestar.

Orientado hacia la coyuntura política, el libro buscaba interpelar a ese público que había visto “asaltada su ilusión” por las principales fuerzas partidarias y que, como señala Torre (2003), durante la década contribuyó a conformar un electorado “independiente” desvinculado de pertenencias políticas estables. Esto se condensa en la contratapa del libro:

El ascenso al poder de Raúl Alfonsín en 1983 materializó las ilusiones del grueso de la sociedad argentina. La gente esperaba confiada que el mandatario llevara a la práctica sus atractivas promesas electorales. Después del fracaso del Plan Austral y del colapso radical en las elecciones de 1989, el advenimiento de Carlos Menem volvió a generar en la gente similares expectativas de cambio, progreso y bienestar. A sólo dieciocho meses de aquel momento, *la sociedad vuelve a sentirse defraudada en sus ilusiones*, no sólo por la clase política sino por todos los sectores de poder, que parecen vivir de espaldas a un país agobiado por la crisis y el fracaso. (Morales Solá, 1990, *cursivas* agregadas)

La campaña de promoción del libro en medios gráficos contribuyó a que el periodista fuera ganando visibilidad mediática. En estas notas, desde la lógica de la competencia por la masividad y el éxito comercial, se remarcaba por ejemplo que en los primeros meses *Asalto a la ilusión* había encabezado los *rankings* de libros de no ficción (*Noticias*, 13/1/1991), y que en 1993 el periodista fue condecorado como uno de los autores *best-seller* de la década en la entrega del premio Planeta (*Noticias*, 11/7/1993).

El libro *Robo para la corona: los frutos prohibidos de la corrupción*, de Horacio Verbitsky, publicado en 1991 en la colección “Espejo de la Argentina”, se convirtió en el primer *gran best-seller*. Según las cifras citadas en distintas notas periodísticas, en sus primeros dos meses el libro vendió 110.000 ejemplares, cifra que finalmente alcanzó los 250.000. A partir de su éxito, se transformó en una referencia del *boom* de los libros de investigación, y contribuyó a la generación de un contexto propicio para su desarrollo. Así, varios trabajos periodísticos alcanzaron un mayor alcance y se revalidaron antiguas producciones. Entre ellos, el libro de Morales Solá cobró un nuevo impulso y visibilidad, y *Malvinas, la trama secreta* se reeditó, con una versión ampliada.

Eran los años menemistas, el tema del éxito y de la repercusión mediática y económica estaban muy unidos (...) No teníamos mucho control de lo que estaba pasando, la cosa nos sobrepasó. Por ejemplo,

cuando salió el libro de Verbitsky se imprimían y reimprimían tantos ejemplares, que había librereros que iban en sus propios autos o camionetas a retirar los pedidos porque si perdían medio día de ventas eran quizás 100 ejemplares que no vendían. Había una especie de fiebre. (Juan Forn, marzo de 2020, entrevista propia,)

En la trayectoria profesional de Verbitsky, *Robo para la corona* marcó un punto de inflexión en términos de notoriedad. Hasta su publicación, se trataba de un autor reconocido en ámbito cultural y político por un público relativamente restringido –intelectual y culto. Este reconocimiento se vinculada especialmente con sus libros periodísticos, publicados por pequeñas editoriales intelectuales de izquierda durante la década del ochenta, y por su participación en la prensa, como columnista político de *Página|12*. Con *Robo para la corona*, Verbitsky alcanzó al gran público y su obra delineó la agenda mediática. Además de las cifras de ventas, otra serie de indicadores también dan cuenta del alcance masivo de su figura. Entre ellos, se destaca la multiplicación de entrevistas en revistas políticas y de sociedad, cuyo número y extensión en el tiempo trascendió ampliamente a aquellas pautadas por la editorial en pos de publicitar el lanzamiento del libro. A esto se suman las repercusiones públicas que tuvo la obra, la cual además de referencias en distintos medios gráficos, fue el foco de debates en programas políticos televisivos y de declaraciones de algunos de los principales funcionarios políticos mencionados en el libro, incluyendo al Presidente de la Nación.

Imagen 3



Su llegada a la editorial, tanto como la ideación y producción del libro, estuvo mediada por la intervención de Juan Forn. Desde entonces, Verbitsky mantuvo una relación con Planeta durante toda

la década del noventa, convirtiéndose en uno de los principales autores de la colección “Espejo”. Así lo recordaba Juan Forn:

*¿Y el contacto con la gente de Página se daba sobre todo a través tuyo?*

Sí, enseguida lo fui a ver a Verbitsky y de esas charlas salió “Robo para la Corona”. Sabanes ya había empezado las conversaciones con Joaquín Morales Solá, que fue el primer libro que publicamos, llamado “Asalto a la ilusión”, y que vendió 80.000 ejemplares. Fue el primer bombazo. En poco tiempo, explotó en ventas tanto “Biblioteca del Sur” como “Espejo de la Argentina” y ahí ya se hizo todo más fácil porque casi todos querían publicar con nosotros. (Juan Forn, marzo de 2020, entrevista propia)

Con todo, a partir de estas publicaciones, Verbitsky terminó de erigirse dentro del campo periodístico y en la arena pública como *el* referente del periodismo de investigación. Así, mientras *Página/12* representaba su plataforma colectiva de trabajo, los libros se constituyeron en una apuesta personalizaba en la que su firma comenzaba a ganar cada vez más autonomía. La notoriedad que le dieron sus libros reforzaba su vasta red de relaciones al multiplicar sus ya cuantiosas fuentes, que encontraban en la pluma del periodista una posibilidad de alcance cada vez más amplio y con impacto.

*¿La notoriedad que le dio su trabajo, en los últimos años, se lo facilita o se lo complica?*

En un sentido ayuda, porque me acercan mucha información. Pero en otro me complica, porque hay que atender más gente, recibir a otros periodistas. (Verbitsky en *La Maga*, 11/3/1992)

Frente a la creciente individualización de su nombre, Verbitsky construyó un perfil público apegado a los espacios que conservaban mayor legitimidad cultural: el mundo de la prensa gráfica y el de los libros. En este sentido, en las entrevistas, el periodista remarcaba su pertenencia al proyecto del diario *Página/12*:

Yo formo parte de un proyecto: *Página/12*. Sin un director, un editor, un jefe de redacción que me respaldan y me estimulan, tal vez las cosas no serían como son. Creo que *Página/12* abrió una picada, y que otros medios siguen por esta ruta. (Verbitsky, reportaje en *Gente*, 26/3/1992)

En esta apuesta de constitución de una autoridad cultural, se inscribe también su rechazo a las ofertas de conducción de un programa político televisivo, que se abrieron tras el éxito de sus libros. Saltar a una arena televisiva cada vez más dominada por lógicas comerciales, cuyo éxito dependía de las mediciones de *rating*, suponía para el periodista poner en riesgo la reputación profesional que había acumulado desde los espacios considerados “serios”, en los cuales se había formado y cuyo oficio – con sus competencias respectivas– dominaba.

*¿Por qué, si le da tanto valor a su tarea como periodista, no aceptó la oferta de conducir un programa en Canal 9?*

(...) dije que no porque yo creo que no puedo hacer todo simultáneamente: escribir en el diario, los libros y hacer el programa. Prefiero concentrarme en lo que mejor conozco y que es lo que más me gusta. Por una cuestión de seriedad profesional.

*Pero usted podía llegar desde la televisión a una cantidad enorme de gente que no puede comprar el diario y, menos, un libro.*

Sí, pensé en eso también (...) era el aspecto más favorable para hacer el programa. Pero yo creo que un

libro es una carga de profundidad, de efecto tal vez más lento pero más seguro. La televisión tiene un efecto más extendido y más efervescente, pero al mismo tiempo de alcance más corto y más superficial. (Verbitsky, reportaje en *La Maga*, 11/3/1992, p. 3)

Si, como afirma Bourdieu (2002) [1966], el valor de una obra se constituye ante todo por el entrecruzamiento de múltiples juicios, el reconocimiento del autor dentro de espacios culturales e intelectuales se observa aquí también en las reseñas que recibió el libro. En una de estas críticas, el libro es definido como un “Yo acuso argentino” (*La Nación*, 29/12/1991), en referencia al *J’acuse* de Emile Solá del *affaire* Dreyfus, que se constituyó en el hito de consagración de las formas modernas de intervención de la figura del intelectual en la escena pública (Altamirano, 2006; Coser, 1973). A su vez, mientras que la mayor parte de los libros periodísticos solían ser reseñados por otros periodistas, en este caso también se sumaron a la crítica intelectuales que se vieron “compelidos” a tomar posición respecto a la obra.

Otro signo de esta reputación se encuentra en los premios de carácter honorífico. En 1994 Verbitsky fue galardonado con el diploma al mérito del Premio Konex a las Letras por la categoría “ensayo político”. Así se convirtió en uno de los pocos periodistas premiados en la edición de este premio orientada al ámbito artístico y literario<sup>21</sup>.

Con todo, el periodista que había contribuido a la revalorización de la figura de Rodolfo Walsh desde los años ochenta comenzaba a ser definido como el “Walsh de los noventa” o bien el “fiscal de la República”. Las referencias, realizadas en particular por sus pares en notas periodísticas y entrevistas, se asentaba en un “Walsh” cada vez más desideologizado, de quien se rescataba en particular el ejercicio de la investigación periodística y la postura de enfrentamiento con el poder de turno y la denuncia de sus excesos.

En resumen, si consideramos las distintas lógicas que presenta durante estos años el periodismo de investigación, propuestas por Pereyra (2013, pp. 135-137), es posible afirmar que Verbitsky oscila entre una apuesta profesional y una apuesta política<sup>22</sup>. Con capitales previos, el periodista ingresa así a las lógicas del juego propuestas por las grandes editoriales, con un mayor margen de maniobra que le permite mantener un estilo propio. Así logra combinar en su figura dos modelos que aparecen entonces como contrapuestos: asume los valores de la objetividad y la independencia, propios del modelo de periodismo crítico y distanciado, al tiempo que pugna por encuadrar sus intervenciones en

---

<sup>21</sup> En esa misma edición de los premios Konex, entre los periodistas-literatos Osvaldo Soriano fue galardonado en la categoría “novela” y Juan Gelman en la de “poesía”. A ello, se sumó María Seoane en la categoría de no ficción “biografías y memorias”.

<sup>22</sup> Pereyra (2013, pp. 135-137) define tres modelos típico-ideales de lógicas del periodismo de investigación: a) apuesta profesional, la cual, basada en una concepción del periodismo como profesión liberal, promueve los valores de la independencia y la objetividad y se orienta hacia el reconocimiento del público y los colegas; b) apuesta estético-comercial, que apunta a despertar el interés del gran público y lograr éxito de ventas, y en función de ello centra su atención en el estilo narrativo y no rehúsa de recurrir a las lógicas del entretenimiento; y c) apuesta política, que concibe al periodismo como una forma de intervención pública que requiere responsabilidad y compromiso, la cual a su vez puede postular una ideología y asume el posicionamiento del periodista desde una dimensión pedagógica.

el marco de una responsabilidad política, que en este caso se traduce en una denuncia del modelo político y social sostenido por el gobierno de turno.

### **2.3. Cierre de ciclo: la saturación del género de investigación**

A medida que los libros de periodismo de investigación y denuncia ganaron impulso, otras grandes editoriales los incluyeron en sus catálogos. Si bien no necesariamente desarrollaron colecciones especializadas, los libros periodísticos ocuparon un lugar relevante dentro de sus políticas editoriales.

Uno de los elementos que distinguió a este tipo de obras durante los años noventa fue su capacidad de marcar agenda. En particular, aquellos títulos de mayor éxito, como el caso de *Robo para la corona*, presentaron “revelaciones” que bajo el formato de la primicia fueron reproducidas y generaron repercusiones en distintos medios. De este modo, es posible sostener que el libro se convirtió en una suerte de último bastión de la prensa escrita frente a la competencia de los medios audiovisuales en la configuración de la agenda mediática.

No obstante, varios factores contribuyeron a una relativa caída o bien reconversión del género hacia fines de la década. Como señala Pereyra (2013, p. 133), a lo largo de los años noventa, la investigación periodística se expandió desde los diarios hacia la radio y la televisión, hasta convertirse en un trabajo de producción continua de denuncias. Con esta reapropiación y banalización de la investigación por parte de los medios audiovisuales, los libros perdieron su capacidad de impacto y el género comenzó a mostrar signos de saturación. Así lo recuerda el editor Sabanes:

Empezó a jugar lo efímero de la televisión y de los medios radiales, en donde los periodistas de investigación adquirieron la rapidez y la inmediatez de estos medios. Por lo tanto, las investigaciones no eran tan profundas y cualquiera hacía periodismo de investigación. Y eso también como que fue, nosotros decíamos, “canibalizando” el periodismo de investigación más duro. Fueron los signos de los tiempos... Cuando los medios masivos necesitaron tener el periodismo de investigación, lo tuvieron de manera más efímera –en media hora, en vez de en diez horas leyendo un libro. Más inmediato y más rotativo: todas las semanas había una denuncia diferente. Entonces, el libro como tal, el libro de investigación y denuncia dejó de tener sentido y, sobre todo, dejó de tener éxito comercial. (Ricardo Sabanes, 30/4/2019, entrevista propia)

A su vez, frente al aumento de la competencia y el impacto económico internacional del llamado “efecto tequila” de la crisis mexicana de 1995, los grandes grupos editoriales profundizaron las lógicas mercantiles en pos del aumento de la rentabilidad (Botto, 2006; De Diego, 2006; Páez, 2018; Szpilbarg, 2015). En el caso de Planeta, por ejemplo, editores provenientes de la casa matriz aplicaron recortes financieros, reconfiguraron los equipos de trabajo y estimularon el incremento de la publicación y producción de *best-sellers*<sup>23</sup>. La colección “Espejo” se vio afectada por estos procesos que, entre otras consecuencias, produjeron la merma en la calidad de los libros, priorizando aquellas obras “de

---

<sup>23</sup> Sobre la profundización de las lógicas de bestsellerización en el libro político ver Saferstein (2016 y 2021).

coyuntura” frente a las “de fondo”, y la disolución de parte del equipo editor y, con ello, la salida de Juan Forn de la editorial.

*¿Y cuando comienza a frenarse este ciclo de crecimiento y por qué decidís irte de Planeta?*

A mí me daba un poco de vergüenza la liviandad con la que se hablaba de guita. De un día para el otro, las cifras empezaron a ser, para mí, demasiado grandes. Me acuerdo que el Premio Planeta era un premio de 40.000 dólares. Pero, después, vino el Efecto Tequila a mediados de los noventa y los de Planeta de España empezaron a ver que había un poco de descontrol financiero. También las otras editoriales, arrastrados por la movida de Planeta, empezaron a vender bastante y se dieron cuenta que si cambiaban de modelo, el negocio se volvía más rentable. Entonces empezó a haber más competencia. Había que tener el lápiz más afilado, y nosotros seguíamos arriba de la ola pensando que iba todo para adelante. En vez de minimizar o de racionalizar los costos, se siguió apostando a la productividad. Y, entonces, cuando vino la crisis, los de Planeta España nos mandaron un veedor que vino a ponernos un cepo: te vigilaban lo que hacías, te pedían explicaciones de todo. Para entonces la relación era ya muy tensa. A los cuatro meses desmembraron al equipo que yo había formado. Y cuando echaron a dos o tres yo dije: “si se van ellos, yo me voy”, y me dijeron “bueno”. Agarré mis cosas y me fui.

El género igual ya venía en caída. Los primeros libros eran muy buenos y después, por un lado, la presión de tener que publicar uno o dos libros al mes fue haciendo mella en la calidad. Y, por otro lado, el mercado se saturaba. Además, los títulos tenían menos atractivo inicial en sí, porque los temas se agotan. Y el género se orientó demasiado hacia el escándalo, libros más de coyuntura en vez de libros más de fondo. (Juan Forn, 3/2020, entrevista propia)

Por último, la creciente legitimidad de la voz de los periodistas en el espacio público se dio a la par del aumento de la desconfianza hacia los actores políticos, que comenzaban a ser percibidos como una casta o clase separada de la sociedad (Torre, 2003; Vommaro, 2008<sup>a</sup>). El poder ganado por los periodistas en términos de autoridad pública, los orientó hacia el desarrollo de funciones intelectuales que se condensaron en la proliferación del periodismo de opinión. Tras el éxito de los libros de investigación, una serie de publicaciones autorreflexivas sobre dicho poder<sup>24</sup>, que en general movilizaban visiones corporativas sobre la profesión y en particular sobre el rol de los periodistas notorios, dan cuenta de la consolidación y de la toma de consciencia de esta posición intelectual.

Entre mediados y fines de la década, el modelo de acumulación de orientación neoliberal y la política monetaria de la convertibilidad comenzaron a mostrar signos de agotamiento que derivaron en una profunda crisis económica y social. Junto con ello, el desprestigio de la dirigencia política y su incapacidad para oponerse a los intereses corporativos empresarios y financieros, abrieron un escenario de incertidumbre política (Castellani y Pucciarelli, 2014). En ese marco, los periodistas que se habían ganado un lugar como autores en el mercado editorial paulatinamente orientaron sus producciones hacia otros géneros del libro político. Así, por ejemplo, además de los libros biográficos centrados en personajes de la política, también recurrieron a las tradiciones del ensayo y del

---

<sup>24</sup> Entre ellos, cabe destacar: Verbitsky, H. (1997). *Un mundo sin periodistas: Las tortuosas relaciones de Menem con la prensa, la ley y la verdad*, publicado por Planeta; Majul, L. (1999). *Periodistas. Qué piensan y qué hacen los que deciden en los medios*, publicado por Sudamericana, y los libros de la Asociación de Periodistas Independientes, “Ataques a la prensa”, publicados anualmente entre 1997 y 2003 dentro de la colección “Espejo de la Argentina”.

revisiónismo histórico (Semán, 2006) como un modo de ofrecer claves interpretativas a la crisis cada vez más acuciante que atravesaba el país.

## Bibliografía

- Aruguete, N. (2009). *Los medios y la privatización del ENTel. El tratamiento noticioso del servicio telefónico argentino antes y después de su transferencia (agosto de 1990 - enero de 1991)*. (Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales), Universidad Nacional de Quilmes.
- Altamirano, C. (2006). *Intelectuales: notas de investigación*. Buenos Aires: Editorial Norma.
- Baldoni, M. (2018). La personalización de la opinión: la constitución del 'mundo de las firmas' en la prensa argentina, *Congreso Internacional Desarrollos contemporáneos sobre medios y sociedad*, MESO, Universidad de San Andrés y Northwestern University.
- Baldoni, M; Monteleone, G. y Gómez Rodríguez, W. (2019). 'Basta de ficción'. Auge y consolidación de los libros periodísticos en la Argentina (1983-2001), Simposio: El libro político. Edición y proyectos políticos. *III Coloquio Argentino de Estudios del Libro y la Edición*, Buenos Aires.
- Bastin, G., & Ringoot, R. (2014). Les livres de journalistes: un tournant auctorial en journalisme? In F. Le Cam & D. Ruellan (Eds.), *Changements et permanences du journalisme*. París: L'Harmattan, pp. 139-156.
- Becerra, M., Hernández, P., & Postolski, G. (2003). La concentración de las industrias culturales. En M. Becerra, P. Hernández, & G. Postolski (Eds.), *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina* (pp. 55-84). Buenos Aires: Ciccus y Secretaría de Cultura de la Nación.
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires: Prometeo
- Benzecry, C. (1999). Con una ayudita de mis amigos. Apuntes hacia una comprensión de la sociabilidad en las presentaciones de libros. *Apuntes CECYP*, (4), 57-83.
- Bonacci, J. M. (2019). *Publicar o perecer: un análisis de la producción de la sociología argentina a partir de sus condiciones de publicación (1983-1995)*, (Tesis de Maestría), Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Botto, M. (2006). 1990-2000. La concentración y la polarización de la industria editorial, en J. L. de Diego, (Ed.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 209-248.
- Bourdieu, P. (2002) [1966]. Campo intelectual y proyecto creador, en *Campo de poder, campo intelectual: Itinerario de un concepto*. Madrid: Montessor, pp. 9-50.
- Bourdieu, P. (2008 [1996]). *Sur la télévision: suivi de L'emprise du journalisme*. Paris: Raisons d'agir.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1996). News frames, political cynicism, and media cynicism. *The Annals of the American Academy of Political Social Science*, 546(1), 71-84.
- Coser, L. A. (1973) [1968]. *Hombres de ideas: el punto de vista de un sociólogo*. DF México: Fondo de Cultura Económica.
- De Diego, J. L. (2006). 1976-1989. Dictadura y democracia: la crisis de la industria editorial, en J. L. De Diego (Ed.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 163-207.
- De Diego, J. L. (2008). *Algunas hipótesis sobre la edición de literatura en la España democrática*. I Congreso Internacional de Literatura y Cultura Españolas Contemporáneas, La Plata.
- Kaciak, N. (2013). *Les Pages "Politique": Histoire du journalisme politique dans la presse française (1945-2006)*.

Rennes: Presses universitaires de Rennes.

Landi, O. (1984). Cultura y política en la transición democrática. *Nueva Sociedad*(73), 65-78.

Landi, O. (1991): Videopolítica y Cultura, en *Diá-logos* N° 29, FELAFACS, Lima, pp. 1-14.

Landi, O. (1992). *Devórame otra vez: qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*. Buenos Aires: Planeta.

Leroux, P., Le Bart, C., & Ringoot, R. (2014). Les livres de journalistes politiques. Sociologie d'un passage à l'acte. *Mots: les langages du politique*, 1(104), 5-17.

Marino, S. (2017). *Políticas de comunicación del sector audiovisual: modelos divergentes, resultados equivalentes : la televisión por cable y el cine en la Argentina 1989-2007*. Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de Quilmes.

Mastrini y Becerra (2006)

Neveu, E. (1992). Le sceptre, les masques et la plume. *Mots. Les langages du politique*, 32(1), 7-27.

Neveu, É. (1993). Pages «politique». *Mots. Les langages du politique*, 37(1), 6-28.

Páez, D. (2018). *La concentración del mercado editorial en Argentina entre 1991 y 2001*. (Tesis de Maestría), Universidad de Quilmes.

Pereyra, S. (2013). *Política y transparencia: la corrupción como problema público*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Pucciarelli, A. (2011): Menemismo. La construcción política del peronismo neoliberal, en Pucciarelli, A. (coord.), *Los años de Menem. La construcción del orden neoliberal*, Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 23-70.

Pucciarelli, A. R. (1999). ¿Crisis o decadencia? Hipótesis sobre el significado histórico de algunas transformaciones recientes de la sociedad argentina. *Estudios sociológicos*, 121-152.

Pucciarelli, A., & Castellani, A. (2014). Introducción. Los años de la Alianza: transformación de la crisis de acumulación en crisis orgánica. In A. Pucciarelli & A. Castellani (Eds.), *Los años de la Alianza: la crisis del orden neoliberal* (pp. 13-34). Buenos Aires: Siglo XXI.

Rinesi, E. y Vommaro, G. (2007). Notas sobre la democracia, la representación y algunos problemas conexos, en E. Rinesi, G. Nardacchione y G. Vommaro (Eds.), *Los lentes de Victor Hugo. Transformaciones políticas y desafíos teóricos en la Argentina reciente*. Buenos Aires: UNGS/Prometeo.

Saferstein, E. (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), Universidad de Buenos Aires.

Saferstein, E., (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 XXI.

Saferstein, E., & Szpilbarg, D. (2014). La industria editorial argentina, 1990-2010: entre la concentración económica y la bibliodiversidad. *Alternativas. Revista de estudios culturales latinoamericanos*, 3.

Saïtta, S. (1998). Regueros de tinta: El diario "Crítica" en la década de 1920. Buenos Aires: Sudamericana.

Saïtta, E. (2008). Les journalistes politiques et leurs sources. D'une rhétorique de l'expertise critique à une rhétorique du «cynisme». *Mots. Les langages du politique*(87), 113-128.

Schudson, M. (1999). Social origins of press cynicism in portraying politics. *American Behavioral Scientist*, 42(6), 998-1008.

Szpilbarg, D. (2015). Las tramas de la edición mundializada. Transformaciones y horizontes del campo editorial en Argentina 1998-2013, (Tesis de doctorado), Universidad de Buenos Aires.

Semán, P. (2006). Historia, best-sellers y política. *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, Buenos Aires: Gorla, pp. 77-110.

Torre, J. C. (2003). Los huérfanos de la política de partidos: Sobre los alcances y la naturaleza de la crisis de representación partidaria. *Desarrollo económico*, 647-665.

Ulanovsky, C. (1997). *Parent las rotativas: Una historia de grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Buenos Aires: Espasa.

Vila, P. (1985). Rock nacional: crónicas de la resistencia juvenil, en Elizabeth Jelin (Ed) *Los movimientos sociales 1*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, 1985, pp. 83-156.

Vommaro, G. (2008b). *Mejor que decir es mostrar*. Buenos Aires: UNGS/Prometeo.

Vommaro, G. & Baldoni, M., (2012). Bernardo y Mariano: las transformaciones del periodismo político en Argentina, de los años ochenta a los años noventa. *Mediálogos, Revista de Comunicación Social*, 2, pp.59-82.

Vommaro, G., (2008a). *“Lo que quiere la gente”: los sondeos de opinión y el espacio de la comunicación política en Argentina (1983-1999)* Buenos Aires: Prometeo-UNGS.

Waisbord, S. (2000). Industria global, culturas y políticas locales: la internacionalización de la televisión latinoamericana. *América Latina, Hoy*(25), 77-85.

### **Libros periodísticos citados**

Cardoso, O. R; Kirschbaum, R.; & Van der Kooy, E. (1983). *Malvinas: la trama secreta*. Buenos Aires: Sudamericana-Planeta,.

Majul, L. (1999). *Periodistas. Qué piensan y qué hacen los que deciden en los medios*. Buenos Aires: Sudamericana

Morales Solá, J. (1990). *Asalto a la ilusión: Historia secreta del poder en la Argentina desde 1983*, Buenos Aires: Planeta.

Verbitsky, H. (1991). *Robo para la corona: los frutos prohibidos de la corrupción*, Buenos Aires: Planeta.

Verbitsky, H. (1997). *Un mundo sin periodistas: Las tortuosas relaciones de Menem con la prensa, la ley y la verdad*, Buenos Aires: Planeta.

### **Hemerografía**

El Cronista Comercial (2/2/1992). “La realidad espesa. El esplendor de la corrupción en los últimos años”, reseña de *Robo para la Corona*, por Eduardo Gruner, p. 7.

Gente (19/12/1991). “El polémico señor Verbitsky”. Entrevista a H. Verbitsky, por José Antonio Díaz. (Falta Gente, 26/3/1992)

Gente (2/7/1992). “Periodistas best-seller: Horacio Verbitsky y Luis Majul”, pp. 66-68, entrevista por Gabriel Esteban González.

La Maga (11/3/1992). “Horacio Verbitsky: ‘Menem es el jefe de la corrupción’”, p. 3.

La Maga (1/4/1992). “Los intelectuales argentinos y la práctica política” por Alberto López, p. 31.

La Maga (11/3/1992). “Los libros de investigación escritos por periodistas lideran el mercado editorial de producción nacional”. Entrevista a Juan Forn, por Sergio Ranieri y Miguel Russo.

La Nación (29/12/1991). “Prolija pesquisa periodística”, Reseña de *Robo par la Corona*, por Martín Alberto Noel.

Noticias (11/7/1993). “Novedades que leímos”.

Noticias (13/1/1991). “A distancia del poder”. Entrevista a J. Morales Solá por Javier Avena.

Rosario|12 (11/12/1991). “‘Robo para la corona’, historia de la corrupción”, p. 6.

Somos (23/12/1991). “A cara de perro”. Entrevista a H. Verbitsky, p. 70.

Somos (8/11/1993). “Verbitsky ataca de nuevo”. Entrevista a H. Verbitsky, p. 20.

### **Entrevistas citadas**

Forn, Juan, periodista, escritor y editor, marzo de 2020.

Lanata, Jorge, periodista político, 5/3/2015.

Sabanes, Ricardo, editor, 30/4/2019.

Van der Kooy, Ricardo, periodista político, entrevista propia, 11/1/2017.