

Sobre la relación autor-editor



José Luis de Diego

CONICET – Universidad Nacional de La Plata. Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales. La Plata. Argentina.

Recibido: mayo de 2021

Aceptado: julio de 2021

Resumen

En el marco de los estudios de historia de la edición literaria, y a partir de una reciente reflexión del historiador Roger Chartier, se procura sistematizar “la edición como un diálogo permanente, a veces difícil, a veces amistoso, entre el editor y los autores”. En esa dirección, se analiza la relación editor-autor en tres períodos: el primero, durante la segunda mitad del siglo XIX, en la transición de un régimen de patronazgo hacia un mercado capitalista; el segundo, durante el *boom* de la narrativa latinoamericana, el último gran momento de internacionalización de nuestra literatura, en el que hace su aparición la figura del agente literario; el tercero, ya en el siglo XXI, durante el vertiginoso proceso de concentración de empresas, que se ha dado en llamar de edición sin editores.

PALABRAS CLAVE: literatura, autor, editor, patronazgo, mercado.

On the author-publisher relationship

Abstract

In the context of studies on the history of literary publishing, and based on a recent reflection by historian Roger Chartier, I'm attempting to systematize publishing as “a permanent dialogue, sometimes difficult, sometimes friendly, between the publisher and the authors”. In this direction, the publisher-author relationship is analyzed in three periods: first, during the second half of the 19th century, in the transition from a patronage regime to a capitalist market; second, during the boom of Latin American narrative, the last great moment of internationalization of our literature, when the figure of the literary agent made his appearance; third, already in the 21st century, during the fast-paced concentration of the publishing market, in what has been called publishing without publishers.

KEYWORDS: literatura, autor, Publisher, patronage, market.

Sobre a relação autor-editor

Resumo

No âmbito dos estudos de história da edição literária, e a partir de uma recente reflexão do historiador Roger Chartier, procura-se sistematizar “a edição como um diálogo permanente, às vezes difícil, às vezes amistoso, entre o editor e os autores”. Nessa direção, analisa-se a relação editor-autor em três períodos: o primeiro, durante a segunda metade do século XIX, na transição de um regime de mecenato a um mercado capitalista; o segundo, durante o boom da narrativa latino-americana, último grande momento de internacionalização de nossa literatura, no qual aparece a figura do agente literário; o terceiro, já no século XXI, durante o vertiginoso processo de concentração de empresas, no que tem sido chamado de edição sem editores.

PALAVRAS-CHAVE: literatura, autor, editor, mecenato, mercado.

Hace un par de años, Alejandro Dujovne le realizó una excelente entrevista a Roger Chartier (2020); allí, el historiador francés caracterizó la labor del editor moderno en tres líneas básicas:

1. construcción de un catálogo y proyección de colecciones que definan una identidad editorial;
2. trabajo sobre la materialidad de los libros publicados: formatos, diseños, tapas, papel, encuadernación; *producir* libros, hacer reconocible esa identidad editorial también en la materialidad de los libros;
3. edición como un diálogo permanente, a veces difícil, a veces amistoso, entre el editor y los autores.

Así, la primera función es más intelectual y cultural; la segunda es más técnica y artística. Me animaría a afirmar que la gran mayoría de los trabajos en nuestra disciplina apuntan a las dos primeras funciones. ¿Eso quiere decir que hemos registrado pocos trabajos sobre la tercera línea?, ¿se trataría de un área de vacancia? En verdad, no se trata de una vacancia, porque se ha escrito mucho sobre la relación editor-autor; el problema es más bien de índole metodológica: cómo salir de la encerrona del anecdotario infinito. Conocemos cientos de casos, cientos de pequeñas historias, numerosos libros en que los editores justifican sus elecciones, ostentan con orgullo su catálogo, se muestran en fotos con el escritor galardonado, con la joven promesa que llegó a vender miles de ejemplares, en intimidad con el gran novelista, cenando a solas. ¿Se puede salir de esa encerrona? Sí, en la medida en que coloquemos a cada anécdota en un sistema, en una red que le dé sentido, y que cada pequeña o gran historia funcione como una sinécdoque; como una figura que nos permita ver, al menos parcialmente, el funcionamiento del todo.

Pero no es este el único obstáculo que debemos sortear: otro es la presencia, explícita o implícita, de representaciones y estereotipos sobre editores y autores. Toda una mitología enfatiza los extremos: de un lado, los editores como explotadores que se enriquecen con el talento de escritores empobrecidos; del otro, editores hartos de invertir y perder dinero en fracasados que nunca lograron el reconocimiento del público. Una de sus formulaciones más conocidas pertenece a Gabriel García Márquez y ha sido citada de diversas maneras. En un artículo publicado en Bogotá en 1966, titulado “Desventuras de un escritor de libros”, el escritor colombiano refiere lo

siguiente: “Por algo me decía un amigo escritor: “Todos los editores, distribuidores y libreros son ricos y todos los escritores somos pobres””.¹ La jerarquía del laureado escritor y la repetición de la cita una y otra vez han funcionado para muchos como un verdadero axioma y su manifestación extrema se advierte en la historia que cuenta en broma Siegfried Unseld, el gran editor alemán, al comienzo de su libro: “Napoleón fue un gran hombre solo por el hecho de mandar fusilar a un editor” (2004: 13). Por otro lado, los escritores no suelen ser de trato fácil, como lo admite Osvaldo Soriano: “Hay que reconocer que el sacrificio mayor de los editores consiste en tratar a diario con los escritores, que son los seres más desagradables, insolentes y arrogantes de la tierra” (1996: 198).²

Sin embargo, algunos trabajos han ido soslayando los estereotipos y han sabido hallar en la relación autor-editor las claves para entender las leyes de funcionamiento del campo literario, las que rigen los mecanismos de consagración y canonización. Me refiero a los libros del profesor estadounidense Robert L. Patten, *Charles Dickens and his Publishers* (1978), de la investigadora francesa Nicole Felkay, *Balzac et ses éditeurs (1822-1837). Essai sur la librairie romantique* (1987) y del editor alemán, ya mencionado, Siegfried Unseld, *Der Autor und sein Verleger* (1978) —que incluye cuatro monografías sobre Hermann Hesse, Bertolt Brecht, Rainer Maria Rilke y Robert Walser—. En 2000 se publicó el copioso epistolario de Julio Cortázar en 3 tomos, al cuidado de Aurora Bernárdez, y pensé que sería una buena oportunidad para trazar un itinerario de las relaciones de Cortázar con el mundo editorial a partir de datos y consideraciones extraídos de sus cartas y, por supuesto, de otras fuentes de variada procedencia. En línea con los libros mencionados, titulé mi trabajo “Cortázar y sus editores” (2015: 165-188). No me interesó tanto por qué Cortázar, en sintonía con el mito, recelaba de los editores, sino explorar el tipo de relación que un escritor de éxito quiso (o pudo) establecer con el mercado editorial en los años del llamado *boom*, el último gran momento de internacionalización de nuestra literatura.

Dichas estas palabras iniciales, vayamos a algunas precisiones metodológicas. En este punto, seré breve; tan difundidas están las categorías que impuso la sociología de la cultura que no pienso insistir en ellas, ni precisar sus alcances semánticos en la teoría de Pierre Bourdieu. Pero sí me interesa volver a considerarlas mediante un rodeo literario. No sé si la galería de editores presente en *Ilusiones perdidas* —la novela de Balzac publicada entre 1836 y 1843— es la primera, pero nadie dudaría, creo, en otorgarle ese privilegio. Sabemos que en el siglo XIX las novelas de aprendizaje se organizaban alrededor de un joven de provincias en formación que cifraba sus sueños de realización, sus *grandes esperanzas*, en el éxito en la capital. El viaje iniciático hacia la gran ciudad condensa el ansia de fama y dinero, y el resultado suele repetirse a la manera de una pedagogía: el fracaso, la quiebra moral, las *ilusiones perdidas*. El joven Lucien de Rubempuré sueña con el reconocimiento social como escritor y poeta y recorre con su manuscrito librerías y editoriales, oficinas oscuras, galerías intimidantes, salones fatuos. Se podría afirmar que, en esta novela que acumula reflexiones de una llamativa actualidad, el fracaso y la capitulación están estrechamente relacionados con los editores. Es bien conocida la caracterización de los editores que ha hecho Bourdieu: “por el hecho de que el libro, objeto de doble faz, económica y simbólica, es a la vez mercancía y significación, el editor es también un *personaje doble*, que debe saber conciliar el arte y el dinero, el amor a la literatura y la búsqueda de beneficio”

1 Tengo muy presente una imagen que sintetiza admirablemente el estereotipo: una foto reproducida en el libro de Sergio Vila-Sanjuán (2003: s/p) en la que se ve a Juan Marsé cuando fue a recibir el premio Planeta de 1978 por *La muchacha de las bragas de oro*, junto a José Manuel Lara Bosch. El escritor, pequeño, con campera y jeans, y el editor, gigante, corpulento, vestido con un lujoso traje y moño.

2 En el mismo sentido, el editor Mario Muchnik tituló irónicamente su autobiografía editorial *Lo peor no son los autores* (1999).

(2000: 242).³ Algo parecido intuía Balzac; de la galería de retratos que mencionamos (Doguereau, Dauriat, Fendant y Cavalier, Samanon), vale la pena detenerse en el de *père* Doguereau: “...se parecía por la levita, los calzones y los zapatos a un profesor de literatura, y por el chaleco, el reloj y las medias, a un comerciante” (1970: 284). La prosopografía, como se ve, parece calcarse sobre los asertos del sociólogo. También ha sido largamente reseñada la advertencia de Bourdieu sobre el precario equilibrio entre el capital económico y el capital simbólico, una relación que parece invertirse según estemos dentro o fuera del campo literario. Mucho antes, Balzac subrayó con asombrosa lucidez esa advertencia; afirma Finot, personaje de la novela: “En París la fortuna es de dos especies: la material, el dinero, que todo el mundo puede amontonar, y la moral, las relaciones, la posición, la posibilidad de acceso a un mundo inabordable para otras personas, cualquiera que sea su posición monetaria...” (1970: 585). Pero sin duda el editor que ocupa un lugar central en la novela es Dauriat, el “temible sultán de la librería”, para quien el dinero es el único interés que moviliza su actividad y por tanto, nunca está dispuesto a publicar a jóvenes inéditos sino a figuras ya consagradas: “No estoy aquí para ser el peldaño de las glorias venideras, sino para ganar dinero, y a mi vez, darlo a los hombres ya célebres” (1970: 367). La visión anticipatoria que Dauriat tiene del mercado y de sus posibilidades lo lleva a pagar cientos de artículos y reseñas elogiosas de los libros que publica, lo que hoy llamaríamos, con el lenguaje eufemístico de la mercadotecnia, colonizar los espacios de referencia. Según se ha afirmado, Balzac quiso representar en el inescrupuloso editor a Pierre-François Ladvoat, un influyente comerciante de libros en el París de la primera mitad del siglo XIX, quien fuera el encargado de publicar algunas obras del propio Balzac. Jean-Yves Mollier (1988) ha destacado la labor de Ladvoat y Nicole Felkay (1987) ha reseñado la tormentosa relación que lo unía al gran novelista. Al igual que el “real” Ladvoat, el ficcional Dauriat pretende ser el heredero del gran Charles-Joseph Panckoucke, quien reeditara la *Encyclopédie* de Diderot y la completara con la célebre *Encyclopédie methodique* de 1782. En suma, no sabemos si los retratos del novelista se adelantaron más de un siglo a las previsiones del sociólogo, o bien si fueron una de las fuentes privilegiadas en las que asentó sus teorías —y las dos cosas creo que son ciertas—. En cualquier caso, lo que sí sabemos es que el estudio de la relación autor-editor desde los presupuestos de la teoría bourdieana nos ayuda a evitar una historia de la edición como un mero estudio de las trayectorias de editores y, podríamos decir, *sociologiza* el debate, nos obliga a pensar en términos de relación, de redes, de mercado. Y, por otra parte, reduce la tentación al homenaje, al énfasis épico de algunas trayectorias, a la deriva hagiográfica de ciertas biografías.⁴

Sin embargo, como es sabido, la teoría bourdieana también ha sufrido críticas a sus limitaciones o a sus excesos. Reseñaremos brevemente dos objeciones argentinas. La primera se destaca por su temprana lucidez: está en el libro de Carlos Altamirano y Beatriz Sarlo, y digo temprana porque el libro es de 1983, cuando la obra de Bourdieu no había circulado mucho por nuestro medio. Le critican una suerte de armonía preestablecida en donde el riguroso esquema que se impone a la complejidad del mundo social anula los desvíos y las situaciones no previstas:

En este mundo de simetrías y regularidades, es difícil de pensar la incongruencia, la contradicción y, por supuesto, el cambio. Pero no se trata aquí de oponer a esta filosofía social, otra que afirme que todo cambia. Se trata, más simplemente, de señalar que muy difícilmente el análisis empírico compruebe que, por ejemplo, el

3 El novelista Alfred Döblin ha transformado la figura del “personaje doble” en otra: la de los tres ojos: “El editor mira con un ojo al escritor y con otro al público. El tercer ojo, sin embargo, el ojo de la sabiduría, está fijo en la bolsa del dinero” (en Unseld, 2004: 16).

4 En “Editores en la literatura” (2019: 33-50) he procurado rastrear otras representaciones literarias de figuras de editores.

campo intelectual posea la coherencia y la regularidad que Bourdieu le atribuye (Altamirano y Sarlo, 1983: 81).

La crítica es pertinente. ¿Qué es lo que en el lenguaje del mercado del libro llaman un “*best seller* de calidad”? Julian Barnes, Michel Houellebecq, John Irving, J. M. Coetzee, Javier Marías y tantos otros: escritores que venden mucho y que la crítica y los premios destacan como excepcionales; en lenguaje de Bourdieu, que acumulan *a la vez* capital económico y capital simbólico. ¿Dónde los colocamos entonces?, ¿en el ciclo de producción comercial o en el restringido? El ejemplo, que es muy evidente y nada rebuscado, pone de manifiesto las limitaciones de la teoría de Bourdieu que señalan Altamirano y Sarlo: esa excesiva polarización entre modelos que impone la teoría, y que a menudo no deja ver los matices y claroscuros de una realidad más dinámica y menos esquemática. Quiero decir que solo podemos separar las instancias de análisis como parte de un artificio metodológico, pero los casos de mayor interés no suelen plantearse en el polo comercial o masivo *puro* ni en el polo cultural o restringido *puro*, sino en el espacio de los múltiples préstamos e intercambios en los que se logra capital económico también editando muy buenas obras, y en los que el capital simbólico suele venderse en sumas nada despreciables.

La segunda crítica proviene también de Beatriz Sarlo pero es de una década posterior. En un capítulo de su libro *Escenas de la vida posmoderna* (1994), la autora sostiene una hipótesis que para entonces resultaba novedosa: la sociología de la cultura, acaso como efecto no deseado, ha resultado funcional a la dilución de los debates sobre el valor del arte. Como si discutir sobre arte *no valiera la pena*, porque la explicación de las motivaciones de esa discusión siempre estarán en otra parte, en donde solo la sociología puede darnos la explicación correcta. El “campo sagrado del arte”, afirma Sarlo, se ha convertido en un espacio profano de conflictos; y se pregunta: ¿Qué queda de los valores estéticos cuando se afirma que son fichas de una apuesta en la mesa donde invariablemente se juega el monopolio de la legitimidad cultural?” (1994: 155). El riesgo, por lo tanto, radica en que cualquier conjetura en debates sobre el valor del arte pueda ser leída *nada más que* como una toma de posición en el interior del campo; que cualquier opinión sobre la obra de un artista se traduzca como un argumento *ad hominem*; que el mero hecho de formar parte de una *illusio* transforme a los escritores en exquisitos manipuladores de poder simbólico. Ya veremos, en el análisis de casos, hasta qué punto resultan pertinentes las premisas y prevenciones que hemos reseñado.

Primer momento: el editor patrón

La constitución de editoriales y la emergencia de la figura del editor se producen a partir de la complejización del mercado; el editor es una figura moderna, propia del mercado capitalista, que nace como un mediador entre autor, imprenta y librería. Quiero decir que el editor surge o bien como un librero que comienza a editar, o bien como un impresor que decide no solo trabajar por encargo, sino también empezar a producir su propio catálogo, generalmente orientado hacia la demanda. Según lo afirma Roger Chartier,

En ese momento [Francia, decenio de 1830] la profesión del editor se hace autónoma. No se confunde ya con el negocio del librero ni con el trabajo del impresor, aunque en esta época hay editores que poseen librerías y talleres tipográficos. (2000: 59)

En la Argentina, el proceso de independización del editor se puede advertir varios años después. El *Anuario Bibliográfico* que editó Alberto Navarro Viola a lo largo de la década de 1880 resulta un testimonio invaluable para analizar este conjunto de transformaciones. En el tomo del *Anuario* correspondiente a lo editado en 1879, aparece

el primer caso de diferenciación entre editor e imprenta: Editor: Manuel Reñé, calle del Perú 42. Publicado por la imprenta del *Courrier de la Plata* (96).

x 126—Elementos gramaticales del idioma nacional para uso de las escuelas primarias por S. DIEZ MORIS. Segunda edición reformada y considerablemente aumentada. Buenos Aires. Editor: Manuel Reñé, calle del Perú 42. 1879. En 8.º, 88 ps.
Publicado por la imprenta del *Courrier de la Plata*.

Sobre otro libro, en el mismo volumen, puede leerse: Lo edita la Librería del Siglo Ilustrado, Buen Orden 124, pero es impreso en España (295). Quizá el caso más interesante es el de uno de los más importantes catálogos de Buenos Aires, el de Carlos Casavalle, el editor nacional por excelencia. Las primeras menciones a Casavalle en el *Anuario* de 1879 se refieren a la Imprenta y Librería de Mayo, de Carlos Casavalle; pero ya en el segundo tomo la referencia cambia: Carlos Casavalle, editor. Imprenta y Librería de Mayo, calle Perú, 115 (98). Como se ve, en un caso (Reñé) una librería local asume el papel de editor de un libro impreso en el extranjero; en otro, lo asume el impresor y librero, Casavalle, ahora convertido en editor. Datos que nos hablan de una transición y de una emergencia: la de la profesionalización progresiva de lo que será el editor moderno.

20—El juicio ejecutivo según la nueva ley de enjuiciamiento Civil y comercial, anotada y concordada con los fallos de los tribunales nacionales y provinciales, por el Doctor JUAN A. GONZALEZ. Buenos Aires, *Imprenta y librería de Mayo*, de C. Casavalle, Perú 115, 1879. En 8.º, 51 ps.

— 98 —

99—Monteagudo Su vida y sus escritos por MARIANO A. PELLIZA. Tomo primero 1785-1815. Buenos Aires. Carlos Casavalle, editor. *Imprenta y librería de Mayo*, calle Perú 115. 1880. En 8.º, 352 ps.—Tomo segundo 1816-1825. 338 ps. y retrato de Monteagudo.

Sergio Pastormerlo (2014) ha postulado algunas hipótesis de interés sobre el período en análisis. En primer lugar, la emergencia de un circuito de cultura popular: si con anterioridad solía asociarse a lo popular con la oralidad, por oposición a la cultura

letrada, hacia 1880 la noción de lo popular comienza a ser sinónimo de comercial. Para que lo popular se aproximase a lo comercial, fue necesaria la consolidación de un nuevo público lector, producto de las campañas de alfabetización. En segundo lugar, se produce una escisión entre cultura letrada y clase dominante, ya que a partir de entonces la literatura no va a responder necesariamente a sus gustos e intereses, de allí las repetidas reacciones de los patricios letrados contra la literatura comercial, ya se tratara de los novelones gauchescos o de las novelas naturalistas que llegaban de Europa. Esa escisión fragmenta a la clase ilustrada, dado que la existencia de una nueva demanda seduce a buena parte de sus miembros que ven en ese mercado naciente una oportunidad de crecimiento económico. Así se van consolidando, con el tiempo, las instituciones de un mercado nuevo: periódicos de alcance masivo, escritores profesionalizados, revistas especializadas y, por supuesto, nuevas editoriales.

Ahora bien, ¿cómo se planteaba en esos años la relación autor-editor? La aparición de la figura del editor es el resultado de la transición entre el régimen de patronazgo y la emergencia de un mercado para el libro, de manera que durante algún tiempo (que difiere de país en país) el editor ocupará el lugar vacante del patrono o mecenas. Jesús Martínez Martín ha analizado las diferentes relaciones que los autores del romanticismo español asumieron con sus editores en el período previo a la profesionalización; y el rol que asumió, en ese sentido, Manuel Delgado, el editor más destacado del romanticismo peninsular. Así lo caracteriza Martínez Martín: “No era impresor, ni tenía establecimiento tipográfico, ni era librero, sino el personaje que ponía en conexión los textos de los autores con la imprenta y los distribuía” (2009: 79); y llama “autor hipotecado” a José Zorrilla, como un modo de ilustrar su relación con Delgado. Si los adelantos millonarios suelen estar incorporados, en el presente, en los contratos de los escritores muy vendidos, la práctica de los adelantos de dinero como una manera de tener al autor cautivo era frecuente en el siglo XIX. En sus memorias, Zorrilla nos dice de Delgado: “Como quiera que fuere, comenzó a pasarme una mensualidad, de cual enviaba parte a mi padre; pero era preciso trabajar mucho; y, tan falto de ciencia como de tiempo, continué produciendo tantas líneas diarias como reales necesitaba, sin tiempo de pensar ni corregir las banalidades que en ellas decía” (en Martínez Martín, 2009: 85). Si esa era la modalidad, no es de extrañar que el campo literario se fragmentara en opuestas tomas de posición. Por un lado, quienes, como Zorrilla, entendían que esas reglas de juego no eran del todo injustas y que en última instancia los dos, editor y autor, ganaban: “No soy de los autores que se quejan de los editores (...) si yo le hice hacer algunos reales, él me hizo a mí hacer reputación, y comer y vivir muchos años” (en Martínez Martín, 2009: 89). Es curiosa la inversión que produce Zorrilla en su testimonio: si parece lógico admitir que el editor paga y el autor prestigia, Zorrilla dice que él paga y es el editor el que le otorga el prestigio; la inversión es una evidente huella del patronazgo en los inicios de un mercado capitalista del libro. Por otro lado, estaban quienes se rebelaban contra la explotación de editores inescrupulosos e intentaban el camino de la editorial propia. Sabemos que Balzac y Pérez Galdós, por nombrar a los más conocidos, fracasaron en el intento: o bien porque eran buenos escritores pero no eran buenos empresarios; o bien porque les gustaba dilapidar dinero y vivían endeudados a pesar de la exitosa venta de sus libros; o bien porque la presencia en el mercado del editor ya era, para la primera mitad del siglo XIX en Francia, para la segunda en España, un eslabón necesario en la cadena de producción y comercialización de las obras. Como sea, vemos que también la autoedición, de la que se habla mucho en estos tiempos, es un fenómeno de ciclo largo: no se trata solo de autoeditar cuando no se encuentran editores o lectores (cuando la oferta, podríamos decir, supera a la demanda; como el caso, que conocemos bien, de la literatura académica); también se busca autoeditar cuando se presume una demanda creciente, pero se pone a los editores bajo sospecha de ganar más dinero que el que declaran a los autores.

En la Argentina se advierte, hacia el final del siglo XIX, un panorama similar. Los hermanos Arnoldo y Balder Moen, de origen danés, establecidos en la calle Florida de Buenos Aires desde 1885, resultan los librereros más recordados entre los textos memorialísticos sobre aquellos años: los recuerdan Rafael Arrieta (1955), Manuel Gálvez (1961a y 1961b) y Roberto Giusti (1965). Por ejemplo, se puede leer en *Visto y vivido*, el libro de Giusti:

Cuando un poeta o un novelista decía: “Moen me hace una vidriera”, lo contemplábamos con la misma envidiosa admiración con que hubiéramos mirado a quien nos dijese: “El emperador Guillermo me invitó en su yate”, o: “Estuve en una cafetería con Eduardo VII” () ya era bastante favor conseguir de los hermanos Moen, no siendo ellos los editores responsables, que exhibieran un libro argentino entre los franceses que formaban la habitual población de su vidriera. (1965: 100-101)

Pero no todos son elogios en la irónica evocación de Giusti, ya que parecen reproducirse los distorsionados intercambios de capitales que señalamos en España: Editores propiamente no los había. El autor se pagaba la edición. [Los Moen] autorizaban con su nombre prestigioso, sin comprometer un centavo, las obras de los escritores que lograban tanto honor (1965: 91). Todo está dicho: el honor y no el dinero; ver el libro propio junto a los escritores franceses, aunque no se vea ni un centavo; el editor como un patrón que honra con su amistad y cercanía, y no como el empresario que contrata y paga.

Como Balzac y Galdós, Manuel Gálvez estaba harto de que los editores lo estafaran; así lo manifiesta en sus memorias: “Los librereros creían que los autores nos conformábamos con el éxito moral y, en su funesta creencia, ponían todos los obstáculos imaginables para ‘hacer la liquidación’” (1961a: 273). Entre 1917 y 1925 dirigió la Cooperativa Editorial Buenos Aires; apuntaba a editar autores argentinos relegados por un mercado que los ignoraba, a procurar su autonomía respecto de los editores que no les pagaban como debían, a lograr una amplia distribución de los libros a bajo costo y pagar derechos de autor. “Tengo mucho espíritu profesional, como ningún otro escritor entre nosotros ...” (1961b: 87): la afirmación de Gálvez debe ser leída en el contexto de modernización de la industria editorial en la Argentina. La ampliación y diversificación del público lector motivó, por un lado, como ya lo hemos señalado, la crisis de la hegemonía de los patricios letrados en lo que se refiere a los circuitos de los libros y a los procesos de consagración de los autores; por otro, la emergencia de escritores plenamente conscientes de estos cambios y dispuestos a aceptar el doble desafío de escribir para ese público ampliado y, en consecuencia, aspirar a vivir de la literatura: profesionalización y autonomización.

Segundo momento

El compañero de ruta

Daremos ahora un primer gran salto en nuestro recorrido para situarnos en el otro extremo: de una precaria profesionalización en ciernes al último gran momento de internacionalización de nuestra literatura, simplificado a menudo con el mote de *boom*. En este punto, no entraré en detalles y reseñaré algunos pocos datos; remito, con ese fin, a un artículo sobre el *boom* y la cuestión editorial que incluí en mi libro *La otra cara de Jano* (2015: 189-224) y que reprodujo la revista *Texturas* en su número 42 (2020: 93-118).

La trayectoria editorial del mexicano Carlos Fuentes comienza hacia 1950. Juan José Arreola y un grupo de colegas y becarios de El Colegio de México habían fundado Los Presentes, una editorial/colección que procuraría dar a conocer la literatura reciente. Nos interesa esta colección porque allí se publicaron, en 1954,

Los días enmascarados, el primer libro de relatos de Fuentes —por entonces un joven de 25 años—, y en 1956, una primera edición de *Final del juego*, de Julio Cortázar, que contaba solo con nueve cuentos. Años después, un Fuentes más maduro publicó sus tres primeras novelas en el Fondo de Cultura Económica, una de las editoriales de mayor prestigio de México: *La región más transparente* (1958), *Las buenas conciencias* (1959) y *La muerte de Artemio Cruz* (1962); las tres fueron publicadas, en primera edición, en la colección Letras Mexicanas, y más adelante se incorporaron a la Colección Popular. Es fácil conjeturar que allí Fuentes inició una amistad duradera con dos de los grandes editores de México: el argentino Arnaldo Orfila Reynal, director del sello, y el español Joaquín Díez-Canedo, que por entonces trabajaba en el FCE. En 1965, la publicación de un libro, *Los hijos de Sánchez*, del antropólogo norteamericano Oscar Lewis, produjo una reacción nacionalista y conservadora desde el régimen de Gustavo Díaz Ordaz, y Orfila fue despedido de la dirección del Fondo (Sorá, 2017: 145-168). Esa decisión provocó la indignación generalizada de buena parte del mundo intelectual, y el apoyo solidario al editor cuando anunció la creación de un nuevo sello, Siglo XXI, que se constituyó oficialmente el 9 de marzo de 1966. La publicación de la correspondencia entre Fuentes y Orfila (2013), en un período que abarca de 1965 a 1979, resulta un documento de enorme valor para entender el mundo editorial de aquellos años y las redes que los escritores e intelectuales fueron construyendo con el fin de dar a conocer sus obras. En carta de noviembre de 1965 desde Roma, Fuentes se refiere al despido de Orfila con una frase que será largamente citada: “Los hijos de Kafka, mi querido doctor, se han vengado de los hijos de Sánchez” (2013: 20), y en idéntica fecha escribe a Vicente Rojo:

(...) consulta con Orfila si hay manera de sacar mis libros actuales del Fondo de Cultura (¿podremos seguir llamándolo así?) y pasarlos a la nueva editorial si se forma, a Joaquín [Mortiz], a Era, a Sudamericana, a [Carlos] Barral, a lo que sea, pero no quiero seguir un minuto más en esa Gestapo de la mediocridad que se ha instalado a lo Hitler en el Fondo. (Fuentes y Orfila, 2013: 23-24)

El compromiso de Fuentes con Siglo XXI, a partir de entonces, no se limitó a una iniciativa individual, sino que buscó transformar el proyecto en un emprendimiento colectivo. Por un lado, en sus cartas insiste una y otra vez en transferir los derechos de sus tres novelas a la nueva editorial, y si esto no es posible —dado que los nuevos directivos del Fondo se negaban repetidamente aduciendo argumentos jurídicos—, pretende obligar al Fondo a depositar las regalías producidas por sus libros en Siglo XXI, el nuevo proyecto de Orfila. Por otro, Fuentes se transformó en un verdadero embajador de Siglo XXI en Europa, en un gestor de títulos y firmas prestigiosas para el nuevo sello: en varias oportunidades, le ofrece a Orfila conseguirle las adhesiones de Neruda, Asturias, Alberti, Cortázar, Carpentier, Vargas Llosa; más adelante, las adhesiones se transformarían en solicitudes concretas para disponer de títulos que jerarquizaran el lanzamiento de la editorial. Él mismo se compromete a entregarle su nueva novela, promesa que cumple, aunque algo demorada: *Zona sagrada* fue editada por Siglo XXI en 1967. Alejo Carpentier le prometió a Fuentes la novela que estaba escribiendo, un proyecto que quedó inconcluso: su seductor título iba a ser *1959*; sin embargo, y después de un par de títulos en Seix Barral, Carpentier se convertirá en un autor estable de la editorial de Orfila. También Julio Cortázar cumplió con su compromiso y le entregó a Orfila los textos misceláneos de *La vuelta al día en ochenta mundos* (1967) y *Último round* (1969). Miguel Ángel Asturias, que estaba por esos años publicando sus libros en Losada, le envió *El espejo de Lida Sal*, editado también en 1967, con el gratificante añadido de que justo ese año el guatemalteco ganó el Premio Nobel. Mario Vargas Llosa, acaso por sus firmes compromisos con Seix Barral, y aunque Fuentes da como firme su intención, nunca envió un libro para la editorial de Orfila.

Como se ve, en ese contexto específico, Fuentes se ha transformado en un autor-agente que procura invertir la tradicional relación entre editores y autores. Ahora la relación es de solidaridad, en auxilio de un editor al que respetan que ha sido víctima de una injusticia. Si la expulsión de Orfila, eufemizada en razones poco convincentes, escondía sórdidos motivos ideológicos en el marco de la guerra fría cultural, los autores defienden al editor como si fuera un *compañero de ruta*. No diríamos que la política ha producido una denegación (con el arrastre psicoanalítico del término) de lo económico, sino más bien un desplazamiento en el que la política se ha colocado en el lugar de la contradicción principal, y la economía —quiero decir: la relación contractual, capitalista, entre editor y autor— en el de una contradicción secundaria.

Aunque no se trata de una actitud frecuente, el autor de prestigio que va en auxilio del editor que confió en él, lo respaldó, y lo publicó en épocas en que era desconocido, registra algunos casos muy difundidos. Si bien no se lo recuerda como un autor de fuerte compromiso político, Hermann Hesse fue insistentemente fiel a sus editores alemanes que estaban sufriendo los embates de la administración nazi; aun en momentos en que su fama se extendía por el mundo y era traducido a otras lenguas, su objetivo seguía siendo no cortar el vínculo con los lectores alemanes. Esa fidelidad alcanzó primero a la editorial S. Fischer de Berlín y después a Peter Suhrkamp, quien fuera detenido por la Gestapo en 1944. En una de las cartas que ha recuperado Unseld en su libro, Hesse escribe memorables líneas:

Por lo que atañe a la cuestión editorial, lo veo de forma diferente a como la ve usted. Yo no soy [Hermann] Stehr ni [Emil] Strauss, que abandonaron la editorial “judía” (que ya no lo es, por cierto) cuando les pareció oportuno. Para mí, por el contrario, la manera en como mi vieja, hermosa y sólida editorial ha sido tratada en los últimos años, vejada, perseguida y machacada, es una razón de peso para serle fiel. No pienso defenderme de que se me olvide y borre lentamente como autor en su país. Y el hecho de que en estos momentos no reciba siquiera los menguados ingresos de mis libros, sino que se me pretenda reducir por el hambre, no es culpa de mi editorial, sino de sus autoridades de ahí. (Hesse en Unseld, 2004: 76)

Como lo señalamos con relación a Fuentes y Orfila, aquí la fidelidad ideológica y el respeto moral producen, explícitamente, el desplazamiento del interés económico a un segundo plano. En el mismo sentido, en nuestro país, el editor Daniel Divinsky —fundador y director durante muchos años de Ediciones de La Flor— ha contado en varias ocasiones que la supervivencia del sello en años de la dictadura militar fue posible gracias a la fidelidad de algunos autores:

Nosotros desarrollamos una especialidad [se refiere al humor gráfico] avalada por el suceso de las dos naves insignias del catálogo, que son los libros de Quino y Fontanarrosa. Tengo que agradecer la fidelidad de estos autores: nada hubiera sido posible si alguno de los dos hubiera dejado de publicar con nosotros cuando estuvimos presos y durante los seis años de exilio, en los que la editorial quedó a cargo de mi ex suegra y nos manejábamos por teléfono. (en de Sagastizábal y Quevedo, 2015: 107)⁵

El editor y el publisher

En los años sesenta aún prevalecía la imagen de un editor tradicional. A menudo se trataba de empresas familiares, con fuertes marcas de liderazgo patriarcal —que

⁵ Se podrían citar, por supuesto, ejemplos en sentido inverso: me refiero a casos de notable y duradera fidelidad de editores respecto de autores, aun cuando no existiera comunidad ideológica alguna. Pienso en la novelesca relación entre el editor italiano Giangiacomo Feltrinelli y el escritor ruso Boris Pasternak, que fue persistente, a pesar de las duras advertencias del régimen soviético y de la imposibilidad de verse cara a cara. Puede consultarse, al respecto, la estupenda biografía escrita por su hijo, Carlo Feltrinelli (2001).

se advierten, por ejemplo, en Gonzalo Losada y en Orfila Reynal—, y que se empeñaron en conservar esos rasgos aun cuando ya contaban con una vasta red comercial y una capacidad de gestión especializada y diversificada. Lejos de cualquier exposición mediática, el editor cobraba fuerza en su invisibilidad, ya que era el eje de una trama de relaciones, el mediador entre la alta cultura y el vil dinero. De hecho, la solidez de la relación entre los autores y un sello no estaba dada por un contrato, sino por formas que podríamos llamar precapitalistas, pero no por eso menos resistentes, como la fidelidad o la lealtad; en el momento en que se acentuaba el valor de la palabra y de la amistad, se denegaba el vínculo económico. No se trataba entonces del patrón ni de su empresa, sino de un “amigo” y de la “casa” editorial (cfr. Díaz Arciniega, 1996). También Antonio López Llausás, el director de Sudamericana, encarnaba esa imagen y le acarreó no pocos problemas con uno de sus principales autores, Julio Cortázar.⁶

Para 1966, Cortázar era un autor de Sudamericana; la editorial argentina le había publicado, desde 1951, cuatro libros de relatos y dos novelas, y el escritor había encontrado en Francisco “Paco” Porrúa, director editorial del sello, a un editor que se había convertido con el tiempo en amigo y confidente. La primera carta recopilada de la correspondencia de Cortázar con Porrúa es de marzo de 1960 (me refiero a las *Cartas*, de 2000, ya mencionadas más arriba), pero es fácil deducir que existieron contactos epistolares previos. Porrúa se desempeñó como asesor literario de Sudamericana desde mediados de los cincuenta hasta 1962; entonces fue designado director editorial, cargo que ejerció hasta su desvinculación de la empresa en 1972. Mucho se ha reconocido, y con justicia, el “olfato” de Porrúa o sus célebres “descubrimientos”; como asesor de Sudamericana, es quien leyó y recomendó la publicación de los textos de Cortázar y de *Cien años de soledad*, con lo que se ha ganado el mote de “padre” del *boom* (o al menos de uno de sus padres). Se puede afirmar que la relación con Porrúa inaugura el período exitoso de Cortázar, a partir de la publicación, en 1959, de *Las armas secretas*. Ahora bien, tanto en su relación con un posible mercado de traducciones, como en la escasa simpatía por los jefes de Sudamericana, Porrúa se convertirá en un *mediador* excepcional. Establecieron un pacto de mutuo acuerdo: no hablar de dinero, y de esa manera Porrúa derivaba las broncas de Cortázar hacia López Llausás, de modo que existían dos circuitos, el literario y el económico, y los interlocutores eran diferentes.⁷ Pero Porrúa es quien cerraba el triángulo, porque por un lado defendía el proyecto literario de Cortázar ante sus jefes, pero nunca dejaba de defender los intereses de la empresa; gracias a Porrúa, y a pesar de no pocos conflictos, Cortázar mantuvo una notable fidelidad a Sudamericana. En definitiva, Porrúa les sirvió, mucho y por diferentes razones, a Cortázar y a López Llausás.

Por lo menos hasta 1968, Porrúa fue lo que hoy llamaríamos una suerte de agente literario de Cortázar. Para esto, debió ser paciente respecto de las diversas obsesiones del escritor: la decisión de revisar una y otra vez las galeras de sus libros hasta que estuviera seguro de su forma y contenido; la preocupación recurrente por las tapas, para que tuvieran un diseño acorde con los tiempos; la insistencia en anudar contactos con editoriales extranjeras pero respetando los traductores que él eligiera; la solicitud reiterada de que atendiera las necesidades económicas de su madre y de su hermana que vivían en la Argentina. Si aquellos primeros pasos del autor en busca de editores resultaban un tanteo lento y exploratorio, la correspondencia con Porrúa a partir de 1960 pone de relieve una realidad nueva, en la que el éxito del

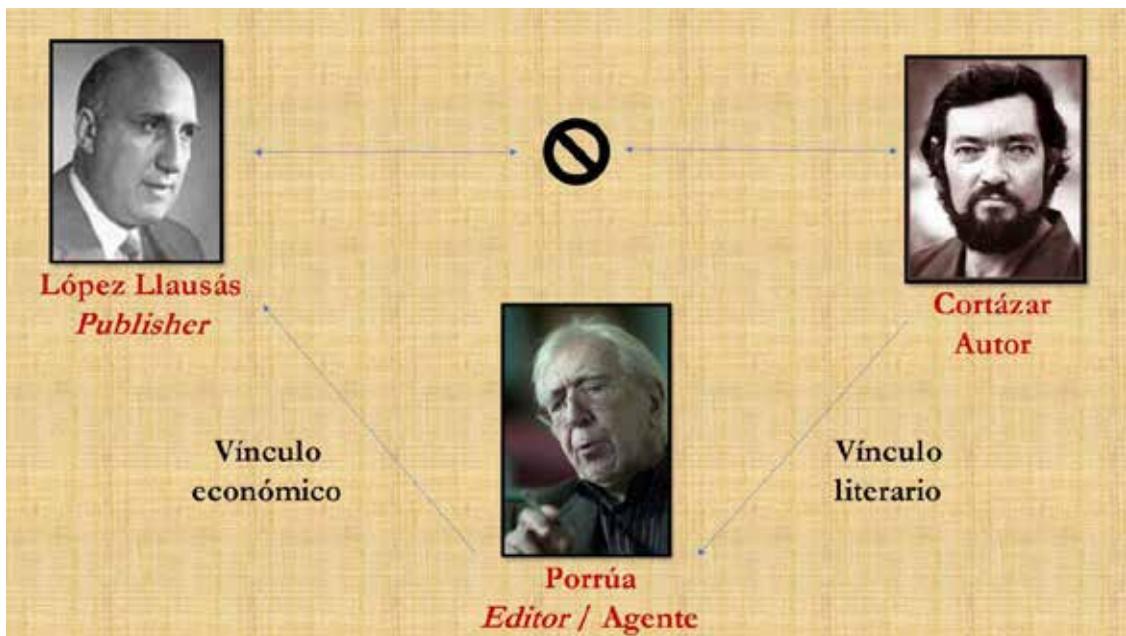
6 En los párrafos que siguen retomo argumentos expuestos en mi trabajo “Cortázar y sus editores” (2015: 165-188).

7 Como ejemplo de este tipo de triangulación, Osvaldo Soriano cita el caso de Gallimard: “[Gaston] Gallimard, el mundano, el creador de las mejores colecciones de libros de Europa, dejaba las discusiones de negocios a su hermano Claude y los dos hacían un tándem imbatible, capaz de resistir todas las crisis económicas...” (1996: 190); se decía, incluso, que uno de los motivos más frecuentes que utilizaba Gaston para rechazar un manuscrito era: “Mi hermano Claude se opone a la publicación”.

escritor acentúa su carácter cada vez más vertiginoso. Para sobrellevar ese vértigo, Cortázar, podríamos decir, se pone en manos de Porrúa, en quien deposita toda su confianza, desde los criterios de corrección de un libro hasta la decisión de publicarlo en Sudamericana o en otro sello. Cortázar no ahorra elogios a su amigo y “agente”: “...serás el primer editor maldito de la literatura argentina,...” (754); “...lo que pasa es que nosotros somos mellizos que se ignoran; la suma de coincidencias y correspondencias más o menos mágicas que hay entre nosotros es para dejarlo frío a Cagliostro” (884). O sea, Porrúa es para Cortázar *un editor que no es un editor*, ya que mientras alaba a su amigo continúa con las invectivas contra los editores: a Lezama Lima: “...conozco las miserias del oficio editorial y las sórdidas conspiraciones contra todo lo bueno” (369); a Paul Blackburn: “Realmente los tienes locos a los editores. Esos hijos de puta se lo merecen...” (399); a Jean Bernabé: “...impidieron que su traducción mereciera la simpatía de los monarcas absolutos que rigen la literatura y las ediciones” (563-564). Y, por supuesto, se obstina en su actitud sarcástica para con López Llausás, a quien se refiere por sus iniciales o a través de numerosos apelativos: “the Old Man”, “the Old Man from Cataluña”, la “Generalitat”.

En el mercado del libro sajón, las funciones del *publisher* y del *editor* se encuentran bien diferenciadas; como si respondieran a la clásica caracterización de Bourdieu, el “personaje doble” se *desdobra*: el *publisher*, el empresario editorial, es quien mira el dinero; el *editor*, el hacedor de los libros, es quien mira la cultura. Podríamos añadir que esa triangulación entre empresario, editor y autor ha favorecido, de algún modo, el doble circuito que hemos reseñado y facilitado una articulación, más o menos armónica, entre el dinero y la literatura; incluso, en el caso de Cortázar y Sudamericana, la ruptura del triángulo parece haber sido la causa del progresivo distanciamiento. En una carta que envía a Porrúa en noviembre de 1968, el escritor es bien explícito respecto de lo que venimos diciendo:

Mis problemas con Sudamericana empiezan a volverse una pesadilla. Si yo pudiera llevar una doble correspondencia, con vos y con los que manejan la guita, sería preferible; pero es que no puedo, estoy demasiado acosado por la vida y Cuba y mi nuevo libro y la Unesco. (...) Con todos mis editores tengo una correspondencia unilateral, rápida y satisfactoria, menos con Sudamericana, y empieza a exasperarme. (Cortázar, 2000: 1289)



La mención de su trabajo como traductor en la Unesco también resulta pertinente en la línea de nuestros argumentos. En 1953, Cortázar y su esposa Aurora Bernárdez (se había casado ese mismo año con ella) consiguieron trabajos temporarios como traductores para la Unesco, y esa será su principal fuente de ingresos a lo largo de veinte años. En varias oportunidades, Cortázar se muestra satisfecho con ese trabajo, ya que le permitía vivir sin ser un trabajo *full time*; incluso rechazó un empleo de traductor estable para poder conservar el tiempo libre necesario para escribir. Quizás haya sido el “segundo oficio” el deliberado escudo que lo protegía de la profesionalización; pocas cosas lo irritaban tanto como la idea de sentirse —o ser considerado como— un escritor profesional. En la *Encuesta a la literatura argentina contemporánea*, que el Centro Editor de América Latina dio a conocer (primero mediante fascículos y después en un solo volumen) en 1982, Cortázar afirma:

Para empezar: horror a todo profesionalismo, incluso hoy sigo viéndome como un aficionado, alguien que escribe porque le gusta y no porque tiene que escribir. De ahí los defectos posibles: falta de planes, de esquemas, pero siempre preferiré esos defectos al aburrimiento del método (en Zanetti, 1982: 459).

Me interesa esta intervención porque se podría decir que de los 65 escritores que respondieron aquella *Encuesta...*, quizás sea Cortázar el que por entonces podía identificarse con mayor pertinencia con la figura de un escritor profesional. Es sabido que los escritores del llamado *boom* enfrentaron un proceso acelerado de profesionalización para el que, según se quejaban a menudo, no estaban preparados, ya que debieron acomodarse al éxito sin las herramientas adecuadas. Así lo señaló, por esos años, Ángel Rama, cuando analizó con lucidez la magnitud de estas transformaciones y los conflictos que fueron creando: “la necesidad de asumir un régimen de trabajo acorde con el nuevo sistema” (1984: 93); y, en consecuencia, la demanda creciente de material para editar que no se condice con un régimen de producción artesanal, o con figuras de escritor ligadas a la bohemia y al escribir en momentos de inspiración o en los ratos libres: el escritor deviene un productor, de trabajo *full time*, obsesivo con el producto y colaborador eficiente con la difusión del resultado. Rama advierte un corte entre el ritmo de producción de los autores del *boom* respecto de otro modelo, el de Rulfo, Guimarães Rosa, Arguedas o Lezama Lima, escritores más alejados de las demandas del mercado, más artesanales, de ritmo lento de producción.

El arduo proceso de profesionalización de los escritores requiere de la existencia de un mercado ampliado que nunca, al menos en nuestro país, ha terminado de consolidarse. La doble amenaza sobre ese mercado proveniente de la labilidad política y de la inestabilidad de la moneda ha sido, a lo largo del tiempo, una pinza que imposibilitó la formación de un público lector y la constitución de proyectos editoriales competitivos y de largo aliento. Este hecho ha originado uno de los dilemas constitutivos del campo literario argentino: la *doble cara* del mercado. Las representaciones de los escritores oscilan entre reclamarlo y anhelar su existencia —si queremos vivir de esto y que nuestros libros se vendan, necesitamos un mercado fuerte— y demonizarlo —el mercado bastardea todo lo que toca, transforma la buena literatura en bisutería—. De manera que el “segundo oficio” que defendía Cortázar, para los escritores que aspiran a *vivir de la pluma*, parece ser una condena; para quienes rechazan las tentaciones del aburguesamiento, se transforma en una suerte de mal necesario. Esta tensión es la que permite caracterizar el tipo de relación que Cortázar estableció con los editores, con el mercado, con su propia actividad literaria, y también, claro, con los *publishers*. Una solución fue la triangulación a través de la figura del *editor*; en la otra emerge un nuevo vértice: el agente literario.

La agente

Guillermo Schavelzon es uno de los más reconocidos agentes literarios en el mercado del libro en español. Después de una trayectoria como editor de más de treinta años, en 1998 montó su agencia en Buenos Aires y cinco años después se radicó en Barcelona.⁸ A poco de iniciarse como agente, escribió lo que sigue:

Si hacemos el esfuerzo de ubicarnos en el mundo editorial antes descripto, será sencillo imaginar quiénes son, en las editoriales de hoy, los interlocutores del escritor. En la mayoría de los casos, son “hombres de negocios”, calificación de actitud que cabe tanto a un hombre como a una mujer. Casi han desaparecido aquellos que antes se llamaba “editores”, personas inmersas en el negocio del libro, por lo general bastante cultas, con criterios estéticos propios, con quienes un escritor establecía un diálogo que crecía y se mantenía a lo largo del tiempo. Esos editores leían a medida que los autores escribían y dedicaban el fin de semana a corregir textos y discutirlos, acompañando el proceso de creación (...). Sin aquellos editores a la antigua usanza, el autor no siempre encuentra un lenguaje apropiado para comunicarse con sus nuevos interlocutores en las editoriales. *El agente literario es el encargado de mediar entre los códigos del escritor y los códigos de ese nuevo empresario-editor* (Schavelzon, 1999: s/p; las cursivas en el original).

El temprano diagnóstico de Schavelzon habilita un posible debate. Podría pensarse que la aparición del agente literario es el resultado de la complejización de la cadena de producción y comercialización de los libros. De la misma manera que surgió el editor (mediando entre autores, imprentas y librerías), o surgió el distribuidor (mediando entre editoriales y librerías), la aparición del agente no es más que una típica mediación capitalista. Esta lectura resulta compatible con la aparición de agentes y representantes en todas las manifestaciones de las industrias de la cultura, y aun fuera de ellas. Sin embargo, la explicación de Schavelzon parece caracterizar esa emergencia como el resultado de una progresiva vacancia: la del editor clásico; es decir, dota al agente de una función cultural que viene a cubrir la desaparición de un rol necesario y fundamental, como si dijera: nosotros también somos *personajes dobles*, no nos interesa solo el dinero...

La mayoría de los testimonios coinciden en que el encuentro entre Gabriel García Márquez y la leridana Carmen Balcells en 1965 consolidó la práctica, hoy difundida, de la representación de los escritores a través de los agentes literarios. Los autores (representados por ella) identifican la irrupción de Balcells en el mercado hispanohablante con una suerte de bisagra altamente significativa, un antes y un después en el largo proceso de profesionalización de los escritores. En mayo de 2000, el entonces Rey Juan Carlos la condecoró con la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes; la Balcells estaba por cumplir sus 70 años y amenazó con su retiro. En el diario *El País* se multiplicaron las loas a la representante, a su coraje personal y a su función decisiva en el mercado editorial.⁹ Manuel Vázquez Montalbán la califica de “superagente literaria que pasará a la historia de la literatura universal por su empeño prometeico de robarles los autores a los editores para construirles la condición de escritores libres en el mercado libre”; Mario Vargas Llosa se refiere al momento en que Carlos Barral le encargó a Balcells que gestionara los derechos extranjeros de sus autores, y afirma:

8 Sobre la trayectoria de Schavelzon, ver Mengual Català (2013). También puede consultarse la semblanza escrita por Martín Castagnet en EDI-RED, disponible en: http://www.cervantesvirtual.com/portales/editores_editoriales_iberamericanos/catalogo_editores_editoriales/

9 Me refiero a las notas de Rosa Mora (“Generosa y terrorista”, 4 de mayo), Manuel Vázquez Montalbán (“Carmen Balcells y las bellas artes”, 26 de mayo), Juan Cruz (“La Balcells”, 27 de mayo) y Mario Vargas Llosa (“El jubileo de Carmen Balcells”, 19 de agosto)

Este fue un momento providencial para Carmen Balcells, para los escritores de nuestra lengua y para la industria editorial de España y América Latina, principalmente, pero también la de otros países, que, a consecuencia de la intrusión en sus predios de este torbellino procedente de la Cataluña recóndita, experimentarían una transformación radical y sería poco menos que catapultada a la modernidad. (Vargas Llosa, 2000: s/p)

Ahora bien, no voy a reseñar aquí su trayectoria ni recaer en el interminable anecdotario que rodea su figura, que de tan repetido ya aburre (Moret, 2002: 220-225; Vila Sanjuán, 2003: 127-140; Ayén, 2019: 122-153). Me limitaré a focalizar en *la función* del agente, y de Balcells en particular, como articuladora de la relación autor-editor. Se le atribuyen a Balcells cuatro novedades importantes en la elaboración de los contratos:

1. la cláusula de cesión de los derechos de un libro por tiempo limitado (generalmente de cinco años) y en un espacio geográfico de circulación acotado, diríamos: una porción de mercado; de esta manera acaba con los contratos de por vida y periódicamente renueva la discusión por los derechos de acuerdo con el funcionamiento del libro en el mercado;
2. contratos que contemplan los derechos secundarios: reediciones, traducciones, adaptaciones, derechos televisivos, cinematográficos y teatrales, etc.;
3. imposición en el mercado de los adelantos en dinero (a menudo millonarios) por la edición de los libros de sus representados;
4. modalidad de venta de “paquetes”; esto es, el que paga se lleva el superventas pero, junto con él, otros títulos de menor salida o de autores noveles que la agente quiere promocionar.

Estas novedades fueron construyendo el *aura* de una mujer amada por los escritores y odiada por los editores, ya que la cuña que plantó entre unos y otros marcó un mojón decisivo, como dijimos, en el camino hacia la profesionalización.

Me voy a detener en tres momentos referidos por Xavi Ayén en su ya clásico libro sobre el *boom*, porque resultan significativos en la línea de nuestras reflexiones. El primero es un testimonio de Balcells de la época en que trabajaba para Carlos Barral:

Le dije: “Carlos, esos contratos que haces con los autores son muy desventajosos para ellos. ¿Sabes qué te va a pasar? Que solamente se quedarán contigo los autores que no venden, y los que venden, como Vargas Llosa, Manuel Puig, etc., todos acabarán en manos de otro agente, que no seré yo, porque a mí todo el mundo me ve como agente tuya”. (en Ayén, 2019: 134).

Aunque el diálogo que Balcells refiere no está fechado, podemos suponer que será, aproximadamente, de 1964, poco antes de la ruptura entre ambos y el inicio de la carrera de la agente por cuenta propia; pero la mención de Puig nos obliga a llevar la fecha hacia adelante, dado que para mediados de los sesenta Puig era un desconocido; debemos suponer, entonces, que se trata de una “recreación” de Balcells de una situación poco verosímil, como si quisiera arrogarse una temprana lucidez, y un precoz protagonismo, en el cambio de época de la edición que se avecinaba. Como fuere, el testimonio resulta revelador de la mutación que se estaba produciendo.

Según Ayén, fue Balcells la que azuzó la rebelión de los autores; el segundo testimonio es una carta que García Márquez envió a Vargas Llosa y que el libro de Ayén, que abunda en estas omisiones, no fecha:

Haciendo cuentas, Julio [Cortázar] y yo llegamos a la conclusión de que los editores se han ganado una fortuna escalofriante con nuestros libros. El hecho es que siempre

hemos firmado el contrato elaborado por ellos, y hay que invertir los términos, de modo que sean ellos quienes firmen contratos hechos por nosotros. (en Ayén, 2019: 139)

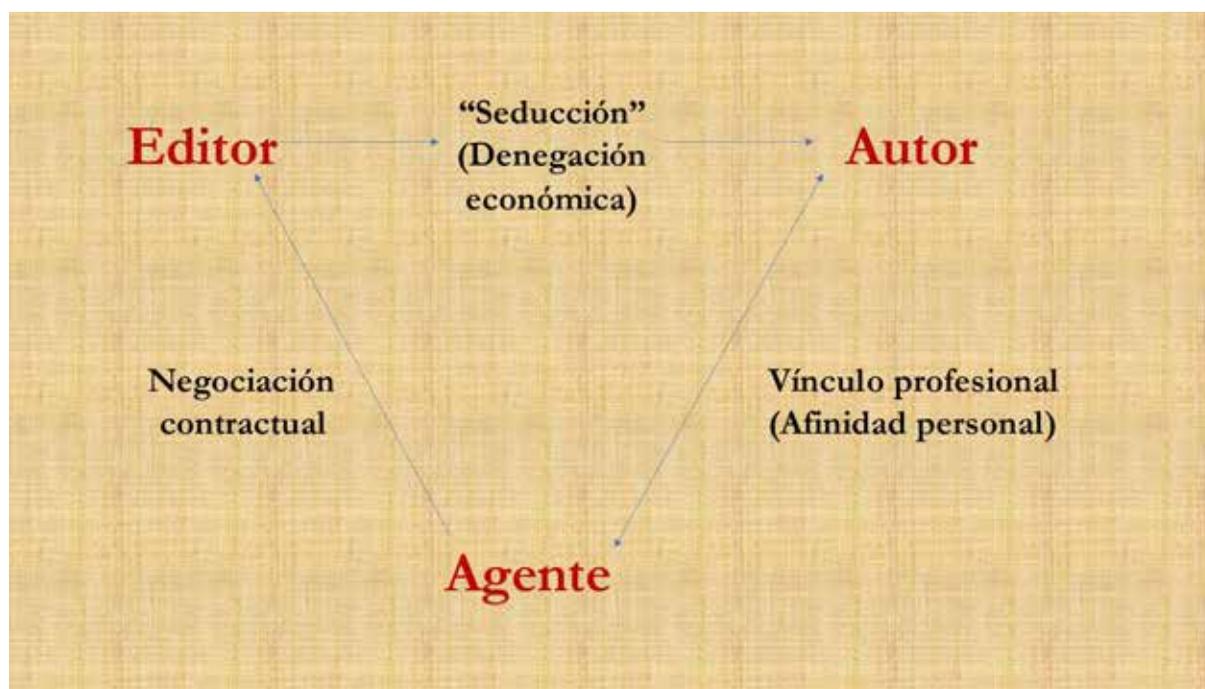
Se podría decir que esta rebelión es la que la propia Balcells anunciaba a Barral en el primer testimonio: la agente invierte la dirección de los contratos: ya no van del editor al autor, sino del autor —a través de su agente— al editor, como si en un imaginario gráfico en el que ilustráramos esta relación cambiara el sentido de las flechas. Es interesante subrayar la sorpresa de García Márquez, como si se tratase de un descubrimiento, de una epifanía. Sabía que los editores los explotaban, lo que no sabía es que, gracias a Balcells, se podría invertir una relación ya consolidada en un siglo largo de contratos desfavorables e injustos para los escritores. Pero aún hay otro aspecto para subrayar.

En el tercero de los momentos que mencionaba se reproduce un diálogo entre Ayén y Balcells:

—Crea usted una relación personal muy fuerte con sus clientes, unos lazos afectivos indestructibles. Y, después ya vendrán los negocios, ¿no?

—No, es al revés: primero viene la relación profesional, y después, debido a mi carácter, intento solucionarles problemas de todo tipo (Ayén, 2019: 127).

Aquí está el cambio fundamental que impone el agente, y la respuesta de Balcells, terminante, va en el sentido contrario al del imaginario del que forma parte, en este caso, el entrevistador. La relación que supone Ayén en su pregunta es la del editor con el autor: primero la seducción mediante la denegación de la economía, y una vez que se ha “ablandado” al autor entonces no será difícil que firme el contrato. Pero con el agente es al revés: primero hay que cerrar el contrato y después, *solo después*, ir de copas. De esta manera el triángulo es férreo, y cualquier intento por “puentear” a la agente estará condenado al fracaso, porque el autor ya no habla, *no debe hablar*, de dinero con el editor. Solo en este contexto puede entenderse la genial frase de Antonio López Llausás: “Los *best sellers* nos arruinarán” (en Moret, 2002: 229).



Por supuesto, es cierto que la capacidad de negociación del agente depende de la potencialidad de venta de sus representados, pero también es cierto que los que no venden tanto quieren subirse al tren de los agentes más poderosos para editar sus libros en mejores condiciones, de manera que el círculo suele acotarse a pocos nombres. Como si dijéramos que es fácil ser un agente poderoso si uno tiene en su cartera de clientes a García Márquez, Vargas Llosa, Neruda, Cela y Asturias (por mencionar solo los Premios Nobel que representó Balcells), pero el indiscutible mérito consiste en haber logrado, precisamente, esa cartera de clientes.

García Márquez murió en 2014, Carmen Balcells un año después. De la mano de la “Mamá Grande” —así la apodó Vargas Llosa— los últimos libros del colombiano entraban en una subasta al mejor postor en la que se jugaban adelantos millonarios, y el reparto solía ser: Mondadori para España, Sudamericana para la Argentina y Cono Sur, Diana para México y Centroamérica, y Norma para los países andinos. Sergio Vila-Sanjuán ha retenido en su memoria una imagen emblemática del cambio de los tiempos:

Dos figuras importantes de la cultura internacional de la izquierda [se refiere a García Márquez y a Balcells], integradas como autores estrella en la editorial multinacional del líder populista de la derecha italiana Silvio Berlusconi [se refiere a Mondadori]: todo un símbolo de las transformaciones de la industria cultural de fin de siglo. (2003: 191-192)

Se acabaron, entonces, las exclusividades; hoy, que las editoriales han perdido identidad cultural, ya no se sabe, ni importa, saber quién editará tu libro; importa, sí, saber quién paga más, y de eso se encarga el agente. Muchos autores creyeron liberarse cuando la emergencia del mercado los emancipó de sus patronos —basta recordar la memorable celebración de Émile Zola (1880)—, pero cayeron en manos de las decisiones de los editores; en los últimos años, creyeron liberarse de los editores, pero cayeron en manos de las decisiones de sus agentes. Y de allí la paradoja: cuanto más el autor puede concentrarse en la creación, cuanto más y mejor paladea el sabor de su independencia (gracias al agente), menos control tiene sobre los efectos y los usos de su obra.

Tercer momento: la edición sin editores

Demos ahora el segundo salto, desde las décadas de 1960 y 1970 hasta el siglo XXI, y salgamos del extremo de los que venden mucho hacia la medianía propia de la lógica de funcionamiento de un mercado de libros. Durante los últimos treinta años se produjo, vertiginosamente, una serie de mutaciones que han ido reconfigurando el mercado del libro. A medida que se exploran diferentes contextos, se advierte que los cambios son globales y lo que ocurre en un mercado central parece reproducirse, en otra escala, en los mercados periféricos. Los diagnósticos sobre estas mutaciones se han detenido, en especial, en algunas de ellas: un proceso de concentración creciente del mercado en pocas empresas, constituidas en un oligopolio transnacional, que se ha caracterizado por dar una gran fluidez al intercambio entre países y por imponer criterios de alta rentabilidad difíciles de sostener para los sellos incorporados; el desarrollo de nuevas tecnologías aplicadas a la producción de libros y sus efectos más visibles: abaratamiento de costos, inmediatez de la elaboración (*print on demand*), multiplicación de títulos, los “demasiados libros” (Zaid, 2010), reducción de las tiradas, visibilidad de catálogos a través de sitios web, edición digital (*e-books*), entre muchos otros; la emergencia de editoriales pequeñas y medianas (independientes, alternativas o marginales, según su posición en el mercado) que han logrado encontrar “nichos” más o menos rentables en géneros, temas y autores, que no interesan a la voracidad de los grandes grupos; la consolidación de nuevas figuras de editor,

provenientes de ámbitos no vinculados con la alta cultura, y cuyas actividades se diferencian cada vez más del perfil profesional vigente hasta los años setenta; la intermediación de agentes y representantes que articulan de un modo menos personal y más profesionalizado el viejo contacto editor-empleador/autor-empleado; los nuevos espacios de comercialización de los libros a través de las grandes superficies y de las ofertas *online*, que pusieron en jaque a las viejas librerías (y a los viejos libreros), sobre todo en los países en los que no rige la ley de precio fijo; las nuevas formas de comercialización de libros mediante la “colonización” de los espacios de referencia: programas de televisión, suplementos culturales, premios literarios y de ensayo, giras de presentación, escándalos mediáticos; correlativamente, la “explosión” de nuevos géneros y formatos: libros de autoayuda, de dietas, de deportes, de filosofías *light* para empresarios, de biografías “no autorizadas”, de divulgación histórica y científica, de “investigación periodística” sobre hechos políticos de alta visibilidad en los medios. Esta apretada reseña no pretende originalidad: sobre estas mutaciones se ha dicho y escrito mucho. Focalicemos, pues, en nuestro tema: ¿cómo se plantea, en este contexto, la relación autor-editor?

Para caracterizar la fisonomía de los editores de los grandes grupos (profesionales que bien pueden trabajar en uno o en otro) a menudo se ha utilizado la figura del “editor activo”. No hay que suponer, por contraste, que los editores tradicionales eran sujetos pasivos que esperaban en su escritorio el manuscrito salvador; por el contrario, solían ser mediadores eficaces, hombres que sabían combinar con astucia un proyecto cultural con un negocio redituable. En el nuevo contexto de su formulación, “activo” califica al editor que imagina un libro vendible y sale a buscarlo; no solo se trata de desarrollar habilidades para “cazar” al *best seller*, ahora hay que fabricarlo, sopesar el interés público por algún tema que ocupa un lugar contencioso en los medios y producir libros en esa dirección.¹⁰ Así, los nuevos gerentes de los consorcios editoriales, de elevados honorarios y gastos de representación, meten presión para lograr esos libros, para comercializarlos rápidamente y para lanzar campañas de promoción que empujen el título hacia el público lector. Estos nuevos gerentes, verdaderos *parvenus* en el campo editorial, suelen exhibir trayectorias de formación muy diferentes a las de los editores tradicionales: provienen con frecuencia de las ciencias de la comunicación, del periodismo, de los medios en general. Y entre las cualidades que deben certificar, hay una que se reitera: el “desprejuicio”. En una nota aparecida en *La Nación* en 2010, brindan testimonio numerosos editores; me detengo en los representantes de los dos grupos editoriales más poderosos. Dice Pablo Avelluto de RHM:¹¹ “El criterio de lectura de la gente no sigue el criterio de las editoriales. La gente mezcla, lee de distintas maneras (...). Y la manera de pensar del editor debe ser completamente desprejuiciada”. Y reafirma Ignacio Iraola, del Grupo Planeta: “Noto mucho prejuicio. Yo no sé cuál es el paladar negro. Yo trato de ir más cerca de lo que es el gusto de la gente. Siento un prejuicio hacia Planeta, como siento un prejuicio hacia Sudamericana, como siento un prejuicio hacia Alfaguara. Como si fuera un pecado publicar cosas comerciales. Y es un prejuicio bastante pesadito” (en Vinacur, 2010). Traducimos: la crítica a esos grandes sellos no se trata de un juicio sino de un prejuicio; por ende, es necesario ser desprejuiciado para editar lo que se vende, aunque sea malo. A los fines de nuestro tema, la radical novedad de esta

10 Aunque aquí nos referimos centralmente a la literatura, un ejemplo contundente de la labor de los editores “activos” se puso de manifiesto en la sorpresa que generó en nuestro país, en marzo de 2013, la elección del Cardenal Bergoglio como Papa de la Iglesia católica. Existió una desesperada búsqueda de autores que pudieran escribir algo sobre Bergoglio. No había pasado un mes de la asunción del Papa, y ya se veían numerosos títulos de libros producidos a las corridas coronando las primeras mesas de las librerías y de las grandes superficies.

11 No es un dato menor que Pablo Avelluto haya sido el Ministro de Cultura de la Nación durante la presidencia de Mauricio Macri; en algunos casos, los nuevos editores no solo han “colonizado” los grandes consorcios, sino también los ámbitos de decisión del Estado. Es raro que un editor sea Ministro de Cultura, pero más raro aún es que lo sea un fabricante de *best sellers*.

mutación es que la relación autor-editor es, podríamos decir, imaginaria: el autor *no está*, sino que se imagina su perfil y se sale a buscarlo; por lo demás, se sabe que el escritor *ad hoc* es mucho más barato que el escritor consagrado. En el mercado de lengua española, la emergencia de los nuevos editores en los grandes grupos se fue consolidando en la primera década del siglo, en la que se advierte un llamativo recambio generacional, dado que en pocos años se registraron los fallecimientos de Mario Lacruz (2000), Josep Vergés (2001), Juan Grijalbo (2002), José Manuel Lara Hernández (2003), Jesús de Polanco (2008), Jaime Salinas (2011), Javier Pradera (2011), Esther Tusquets (2012), Jaume Vallcorba (2014), Francisco Porrúa (2014), José Manuel Lara Bosch (2015) y Claudio López Lamadrid (2019).¹²

Volvemos, como al comienzo, a procurar el auxilio de Roger Chartier. En la primera pregunta de la entrevista ya referida, Alejandro Dujovne le sugirió considerar como una bisagra el cambio de milenio y el libro de André Schiffrin, *La edición sin editores*, publicado en 1999.¹³ Como es bien sabido, el editor francés denunciaba que el proceso de concentración y financiarización del mundo editorial había supuesto un desplazamiento de la figura del editor y su reemplazo por gerentes de marketing y de relaciones comerciales; el mundo del libro quedó en manos de, en palabras de Dujovne, “un universo de profanos”. La respuesta del historiador francés amplía la hipótesis de Schiffrin, ya que “la edición sin editores” no implica solo la concentración del mercado en un oligopolio de empresas que solo buscan la rentabilidad y la rápida rotación de productos. Implica también, al menos, dos fenómenos añadidos. El primero son las prácticas de algunas editoriales que en rigor no editan sino que imprimen: se saltea el proceso de *editing*, el trabajo con el autor sobre los manuscritos; estaría desapareciendo el *editing* en función del *publishing*; si lo pensamos en un ciclo de larga duración, representaría un retroceso al momento previo a la aparición del editor, en el que el autor encargaba un trabajo a la imprenta generalmente con el auspicio de un mecenas. El segundo fenómeno, impulsado por las nuevas tecnologías, es el crecimiento reciente de la autoedición, una práctica frecuente en el siglo XVIII —lo que los franceses llamaban *édition aucun d'auteur*—: el autor que encargaba un libro y se ocupaba de venderlo. Ahora esa práctica se ve facilitada por las redes sociales. Me refiero, por ejemplo, al sitio Escritores.org, promocionado como “La página que necesitan todos los que se dedican a la creación literaria”; allí leemos: “No basta para convertirse en un as de la literatura, pero esta página puede ser un buen apoyo”. También puede mencionarse al sitio Caligrama, “el sello de publicación personalizada” —un eufemismo para no nombrar la autoedición— de Penguin Random House; este caso es interesante, ya que no se trata de buscar la autopublicación como un modo alternativo a los grandes sellos de la edición, sino que es el más poderoso grupo del mundo el que está favoreciendo esa práctica. De manera que los tres fenómenos que menciona Chartier terminan por confluír en uno: es el gran grupo el que propicia, por una u otra vía, una edición sin editores.

En suma, la relación autor-editor hoy se podría reformular como la de autor-agente-empresa editorial, en donde el editor, en el sentido de *editing*, ha ido desapareciendo, y lo que verdaderamente importa es el acuerdo que el agente logre con el *publisher*. Un flagrante ejemplo de lo que decimos se ha difundido hace pocos días: la decisión del agente Andrew Wylie de vender los derechos de edición en español de la poetisa Louise Glück, reciente Premio Nobel, al mejor postor, y abandonar, de este modo,

12 No ignoro que en la lista se encuentran grandes editores culturales (Porrúa, Vallcorba) con editores puramente comerciales (los Lara): solo busco poner de manifiesto un cambio de época.

13 Josep Mengual ha constatado que el título procede, originalmente, de un artículo del prestigioso editor francés Jérôme Lindon: “L'edition sans éditeurs” (*Le Monde*, 9 de junio de 1998). Es sugestivo constatar que dos trabajos ya citados, “Una revolución conservadora en la edición”, el clásico ensayo de Pierre Bourdieu, y la ponencia de Guillermo Schavelzon, se publicaron el mismo año que el libro de Schiffrin, como si estuviéramos ante un “año clave” en la historia de la edición.

a la editorial valenciana Pre-Textos, que había editado siete de sus once libros a lo largo de catorce años, cuando era casi desconocida.¹⁴ En este caso, el editor tachado de nuestro esquema tiene nombre y apellido: Manuel Borrás. Por supuesto, sabemos que en el mundo de la edición independiente las cosas son diferentes, y que ese mundo constituye un ecosistema en el que la figura del editor no solo logra pervivir, sino que ocupa un lugar central, pero ese análisis quedará para otra oportunidad.¹⁵



¹⁴ Algo similar ocurrió, de la mano de Wylie y una década antes, con las obras completas de Borges. Según una nota periodística: "Una de las noticias más espectaculares de Frankfurt fue la inesperada compra, por algo más de dos millones de euros, de los derechos de los 54 libros de Borges. Emecé, la editorial que tradicionalmente publicó la obra del escritor, se vio económicamente superada por la oferta que Random House Mondadori le ofreció a su viuda" (Núñez y Ballester, 2010).

¹⁵ De entre la abundante bibliografía sobre la edición independiente, y circunscripto al caso argentino, sugiero la consulta de Botto (2014) y de los más reciente Szpilbarg (2019) y Badenes y Stedile Luna (2020).

Bibliografía

- » Altamirano, C. y Sarlo, B. (1983). *Literatura / Sociedad*. Buenos Aires, Hachette.
- » Arrieta, R. A. (1955). *La ciudad y los libros*. Buenos Aires, Librería del Colegio.
- » Ayén, X. (2019). *Aquellos años del boom. García Márquez, Vargas Llosa y el grupo de amigos que cambió todo*. Buenos Aires, Debate.
- » Badenes, D. y Stedile Luna, V. (comps.) (2020). *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*. La Plata, Club Hem.
- » Balzac, H. de (1970 [1836-1847]). *Ilusiones perdidas*. Acerete, J. C. (trad.). Barcelona, Bruguera.
- » Botto, M. (2014). Concentración, polarización y después. En de Diego, J. L. (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*, pp. 219-269. Buenos Aires-México, Fondo de Cultura Económica.
- » Bourdieu, P. (2000 [1999]). Una revolución conservadora en la edición. En *Intelectuales, política y poder*, pp. 223-267. Gutiérrez, A. (trad.). Buenos Aires, Eudeba.
- » Chartier, R. (2000). *Cultura escrita, literatura e historia*. México, Fondo de Cultura Económica.
- » Chartier, R. (2020). La edición en tiempos inciertos. Entrevista de Alejandro Dujovne. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=nudZ3Wo1_cQ&t=1321s Consultado: 21/11/2020.
- » Cortázar, J. (2000). *Cartas (1937-1983)*. Edición en tres tomos a cargo de Aurora Bernárdez. Buenos Aires, Alfaguara.
- » de Diego, J. L. (2015). *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*. Buenos Aires, Ampersand.
- » de Diego, J. L. (2019). *Los autores no escriben libros. Nuevos aportes a la historia de la edición*. Buenos Aires, Ampersand.
- » de Sagastizábal, L. y Quevedo L. (2015). *Optimistas seriales. Conversaciones con editores*. Buenos Aires, Eudeba.
- » Díaz Arciniega, V. (1996). *Historia de la casa. Fondo de Cultura Económica (1934-1996)*. México, Fondo de Cultura Económica.
- » Felkay, N. (1987). *Balzac et ses éditeurs, 1822-1837. Essai sur la librairie romantique*. París, Promodis.
- » Feltrinelli, C. (2001). *Senior Service. Biografía de un editor*. Corral, M. (trad.). Barcelona, Tusquets.
- » Fuentes, C. y Orfila Reynal, A. (2013). *Cartas cruzadas*. Labastida, J. (presentación). Padilla, I. (pról. y notas). México, Siglo XXI.
- » Gálvez, M. (1961a). *Recuerdos de la vida literaria, tomo I: Amigos y maestros de mi juventud*. Buenos Aires, Hachette.
- » Gálvez, M. (1961b). *Recuerdos de la vida literaria, tomo II: En el mundo de los seres ficticios*. Buenos Aires, Hachette.

- » García Márquez, G. (1966). Desventuras de un escritor de libros. *El Espectador*. Bogotá, 7 de agosto.
- » Giusti, R. F. (1965). *Visto y vivido. Anécdotas, semblanzas, confesiones y batallas*. Buenos Aires, Losada.
- » Martínez Martín, J. (2009). *Vivir de la pluma. La profesionalización del escritor, 1836-1936*. Madrid, Marcial Pons.
- » Mengual Català, J. (2013). Guillermo Schavelzon. Casi cincuenta años de edición en lengua española. En *negritasy cursivas*, 13 de diciembre. Disponible en: <https://negritasy cursivas.wordpress.com/2013/12/13/guillermo-schavelzon-casi-cincuenta-anos-de-edicion-en-lengua-espanola/> Consultado: 28/08/2020.
- » Mollier, J. Y. (1988). *L'argent et les lettres: histoire du capitalisme d'édition (1880-1920)*. París, Fayard.
- » Moret, X. (2002). *Tiempo de editores. Historia de la edición en España, 1939-1975*. Barcelona, Destino.
- » Muchnik, M. (1999). *Lo peor no son los autores. Autobiografía editorial 1966-1997*. Madrid, Taller de Mario Muchnik.
- » Navarro Viola, A. y E. (1880-1888). *Anuario Bibliográfico de la República Argentina: crítica, noticias, catálogos*. Buenos Aires, Imprenta del Mercurio-Imprenta Biedma.
- » Núñez, J. y Ballester, A. (2010). 2010, el año de las traducciones. *Clarín*. N.º 17 de diciembre.
- » Pastormerlo, S. (2014). El surgimiento de un mercado editorial. En de Diego, J. L. (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*, pp. 1-29. Buenos Aires-México, Fondo de Cultura Económica.
- » Patten, R. L. (1978). *Charles Dickens and his Publishers*. Oxford at the Clarendon Press.
- » Rama, Á. (1984). El "boom" en perspectiva. En Rama, Á. (ed.). *Más allá del boom: literatura y mercado*, pp. 51-110. Buenos Aires, Folios.
- » Sarlo, B. (1994). *Escenas de la vida posmoderna*. Buenos Aires, Ariel.
- » Schavelzon, G. (1999). La función del agente literario. Ponencia presentada en el *Encuentro Iberoamericano de Mujeres Narradoras*. Lima, agosto. Disponible en: <http://jamillan.com/agente.htm#arriba> Consultado: 25/04/2004.
- » Schiffrin, A. (2001 [1999]). *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura*. Gonzalo, E. (trad.). Santiago de Chile, LOM/Trilce.
- » Sorá, G. (2017). *Editar desde la izquierda en América Latina. La agitada historia del Fondo de Cultura Económica y de Siglo XXI*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- » Soriano, O. (1996). Peleas. En *Piratas, fantasmas y dinosaurios*, pp. 187-206. Buenos Aires, Norma.
- » Szpilbarg, D. (2019). *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Temperley, Tren en Movimiento.
- » Unseld, S. (2004 [1978]). *El autor y su editor*. Dietrich, G. y Dietrich, G. (trads.). Madrid, Taurus.
- » Vargas Llosa, M. (2000). El jubileo de Carmen Balcells. *El País*. Madrid, 19 de agosto.

- » Vila-Sanjuán, S. (2003). *Pasando página. Autores y editores en la España democrática*. Barcelona, Destino.
- » Vinacur, E. (2010). Fabricantes de libros. *La Nación. adn*. Buenos Aires, 17 de diciembre.
- » Zaid, G. (2010). *Los demasiados libros*. México, Debolsillo.
- » Zanetti, S. (dir.) (1982). *Encuesta a la literatura argentina contemporánea*. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.
- » Zola, Émile (1972 [1880]). El dinero en la literatura. En *El naturalismo*, pp. 147-180. Fuster, J. (trad.). Barcelona, Península.

