

DOSSIÉ

EL BOOM DE LOS LIBROS DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA DURANTE LA DÉCADA DE 1990:

el caso de *Espejo de la Argentina* de
Planeta



BALDONI MICAELA

Universidad de Buenos Aires, Ciudad de Buenos Aires – Argentina
École des Hautes Études en Sciences Sociales, París – Francia
ORCID: 0000-0002-4057-5672

DOI: 10.25200/BJR.v20n2.2024.1669

Recibido el: 08/03/2024

Desk Review el: 05/06/2024

Editor de Desk Review: Fred Tavares

Revisado el: 16/07/2024

Aprobado el: 21/07/2024

RESUMO – Durante la década de 1990, en la Argentina los libros de investigación periodística devinieron un fenómeno editorial. Estos best-sellers ocuparon un lugar cada vez más destacado dentro del género del libro político. La colección pionera del género fue *Espejo de la Argentina* de la Editorial Planeta. Para su análisis, en primer lugar, consideramos su vínculo con las estrategias de arribo de empresas internacionales al mercado editorial local. Luego, indagamos en las afinidades entre este proyecto y ciertos espacios periodísticos. Por último, nos ocupamos de la manera en que devenir un autor-marca involucra una ruptura simbólica en términos de estatus y de autoridad pública de los periodistas. El trabajo se asienta en un corpus compuesto por una base de datos sobre libros periodísticos, de archivos de prensa y de entrevistas semiestructuradas a editores y autores.

Palabras clave: Best-sellers. Libro político-periodístico. Sociología del periodismo.

O BOOM DOS LIVROS DE INVESTIGAÇÃO JORNALÍSTICA DURANTE A DÉCADA DE 1990: o caso de “Espejo de la Argentina” da Planeta

RESUMEN – Durante a década de 1990, na Argentina, os livros de investigação jornalística tornaram-se um fenômeno editorial. Esses best-sellers ocuparam um lugar cada vez mais destacado dentro do gênero do livro político. A coleção pioneira do gênero foi Espejo de la Argentina da Editorial Planeta. Para sua análise, em primeiro lugar, consideramos sua ligação com as estratégias de entrada de empresas internacionais no mercado editorial local. Depois, investigamos as afinidades entre este projeto e certos espaços jornalísticos. Por fim, abordamos como se tornar um autor-marca envolve uma ruptura simbólica em termos de status e autoridade pública dos jornalistas. O trabalho é baseado em um corpus composto por um banco de dados de livros jornalísticos, arquivos de imprensa e entrevistas semiestruturadas com editores e autores.

Palavras-chave: Best-sellers. Livro político-jornalístico. Sociologia do Jornalismo.

THE BOOM OF INVESTIGATIVE JOURNALISM BOOKS DURING THE 1990S: the case of “Espejo de la Argentina” by Planeta

ABSTRACT – During the 1990s, in Argentina, investigative journalism books became a publishing phenomenon. These best-sellers occupied an increasingly prominent place within the genre of political books. The pioneering collection of the genre was Espejo de la Argentina by Editorial Planeta. For its analysis, we first consider its connection with the strategies of international companies entering the local publishing market. Then, we explore the affinities between this project and certain journalistic spaces. Finally, we address how becoming a brand-author involves a symbolic rupture in terms of status and public authority for journalists. The work is based on a corpus composed of a database of journalistic books, press archives, and semi-structured interviews with editors and authors.

Key words: Best-sellers. Political-journalistic book. Journalism sociology.

1 Introducción

Desde la década de 1930, con el auge y la incipiente profesionalización de estas industrias culturales (De Diego, 2006; Saitta, 1998), los medios gráficos y los periodistas han participado en el mundo de los libros, sobre todo, a través de la narrativa y el ensayo. Sin embargo, recién a partir de la década de 1980 los libros político-periodísticos de no ficción experimentaron un desarrollo sostenido hasta convertirse en un fenómeno editorial durante los años noventa (Ulanovsky, 1997). Al igual que en otros casos nacionales¹, las obras escritas por periodistas ocuparon un lugar cada vez más destacado dentro del libro político, del cual también participan intelectuales, dirigentes políticos y demás comentaristas de la política (Saferstein, 2021).

Ahora bien, aquello que se considera como “libro político” no va de suyo; lo que se encuentra en el trasfondo social de esta etiqueta son procesos de politización mediante los cuales autores, editores o críticos definen y redefinen, a través de estrategias de presentación o de referencia a sus atributos, a una obra como política (Le Bart, 2005). A su vez, estos procesos de politización delimitan fronteras entre formas presentadas como legítimas para pensar, hablar y actuar políticamente y aquellas que no lo son (Offerlé, 2011). Estas formas de clasificación social, encuentran en las colecciones editoriales una de sus principales cristalizaciones y evidencian los desafíos y las disputas de aquellos actores involucrados en su producción (Olivera, 2002). En este sentido, seguir el derrotero de la principal colección de libros político-periodístico y a los periodistas-autores permite atender, por un lado, al modo en el cual se estructuraron y se rearticulaban las relaciones de fuerza en el campo cultural y, por otro, a la manera en que las posiciones jerarquizadas y legitimadas en este espacio se tradujeron en formas de autoridad pública.

Siguiendo esta perspectiva, nos centramos en la colección *Espejo de la Argentina* (en adelante “Espejo”) de la Editorial Planeta y en 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. En primer lugar, atendemos a la emergencia de esta colección y su vínculo con las estrategias de arribo de empresas internacionales al mercado editorial local. En segundo lugar, estudiamos cómo las afinidades entre este proyecto editorial y ciertos espacios periodísticos se asientan en un entramado cultural que une al mundo del periodismo, la literatura y el campo editorial. Por último, nos ocupamos de la manera en que la conversión de los periodistas en autores involucra una ruptura simbólica en términos de estatus, singularización de su nombre y autonomización respecto de los medios en los que participan (Leroux et al., 2014). 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.

Nuestras hipótesis de trabajo son, en primer lugar, que entre fines de los ochenta y principios de los noventa, el declive de los ámbitos culturales vinculados al mundo de la izquierda y la “retirada” del espacio público de sus principales referentes intelectuales dejaron

posiciones vacantes para la constitución de “nuevas” autoridades culturales (Baldoni, 2022). En segundo lugar, las transformaciones de la estructura de propiedad del mercado editorial, debido a los procesos de concentración y extranjerización, abrieron nuevas posibilidades para los periodistas que quisieran intervenir en este ámbito, el cual tendió cada vez más a orientarse por lógicas comerciales. En tercer lugar, el desarrollo de un periodismo de investigación y la proliferación de escándalos de corrupción durante los dos gobiernos de Carlos Menem (1989-1999) contribuyeron al éxito de ventas de los libros de denuncia, que devinieron uno de los principales nichos de mercado de las grandes casas editoriales. 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. En particular, a partir de la bestsellerización de sus obras, una serie de periodistas ejercieron funciones intelectuales en el espacio público, antes encarnadas por otras figuras.

El análisis se asienta en una estrategia metodológica que combina diferentes técnicas de investigación y corpus de fuentes; a saber: la configuración de una matriz de datos de 514 libros periodísticos definidos por la profesión del autor desde 1983 hasta 2001²; la realización de entrevistas semi-estructuradas a editores, periodistas-autores y altos funcionarios públicos; la revisión y codificación de archivo de prensa; y la reconstrucción de trayectorias profesionales de los periodistas-autores.

2 La reconfiguración del campo cultural y periodístico: el boom de los libros de “denuncia e investigación”

Durante los años noventa, los libros periodísticos alcanzaron un éxito inusitado, liderando los 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 (ver gráfico I). A partir 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”.

Gráfico I



Fuente: elaboración propia con base en el registro ISBN, catálogos, ejemplares y archivos de prensa.

La publicación de un libro se volvió más accesible para periodistas que no portaban credenciales literarias y políticas. Si hasta ese momento las relaciones entre el campo periodístico y el editorial habían estado mediadas por el ámbito político-intelectual y literario, a partir de aquellos años esta mediación disminuyó su peso al tiempo que la industria mediática y la editorial se orientaban hacia lógicas comerciales.

La constitución del libro periodístico como un género propio confluyó con las mutaciones tanto del mercado editorial como del ámbito político-intelectual y del campo periodístico. Como analizamos en un artículo precedente (Baldoni, 2022), a partir de 1983, los libros político-periodísticos 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 intelectuales³ vinculadas a proyectos periodísticos de orientación de izquierda o progresista. Estas obras sostenían, por tanto, una vocación de intervención político-pedagógica que acompañó el proceso de la reconstrucción democrática. A su vez, impulsaron de manera incipiente el desarrollo de un periodismo de investigación orientado entonces, sobre todo, a la denuncia de los crímenes de lesa humanidad

perpetrados por la dictadura, de lo ocurrido durante la Guerra de Malvinas y, luego, de la amenaza que significó la llamada “cuestión militar” para el régimen democrático desde mediados de los años ochenta. No obstante, tras su breve auge, esta forma de intervención pública entró en declive hacia fines de los ochenta 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 y golpeó particularmente a las pequeñas y medianas casas, muchas de las cuales se vieron compelidas a cerrar sus puertas. En ese escenario, las grandes firmas internacionales se posicionaron en el ámbito nacional a través de la ocupación de nichos de mercado. 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, 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 (Ribadero, 2018). A ello, se sumó la erosión de la idea de la política como herramienta de transformación de la sociedad, que había dominado la escena en la primera mitad de los años ochenta (Landi, 1991; Pucciarelli, 2011; Rinesi & Vommaro, 2007). A su vez, una serie de disputas en el ámbito intelectual y literario revelaban una redefinición del rol del intelectual respecto de sus lógicas de distanciamiento frente a la política, que volvieron caducas las intervenciones basadas en idearios ideológicos o partidarios (Bonacci, 2019; Botto, 2006; De Diego, 2006). Varias de las principales figuras intelectuales se replegaron, ya sea hacia 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. (Portantiero, en La Maga, 1992, p. 31).

En la política se aplica la funcionalidad de las manos sucias, y el intelectual debe ser el vigía de la ética (...). En el poder se destruye la libertad que el intelectual necesita para criticar, es preferible que se mantenga alejado. (Feinmann, en La Maga, 1992, p. 31).

Acompañado de una renovación generacional, este proceso de despolitización se profundizó a lo largo de la década del noventa.

En tercer lugar, la privatización del espectro audiovisual alentó las lógicas comerciales y la búsqueda de audiencias masivas. El sistema mediático se concentró a través de la conformación de grandes grupos de multimedios nacionales, quienes se convirtieron en actores dominantes en la producción y distribución de contenidos periodísticos (Becerra & Mastrini, 2009; Waisbord, 2000; Vommaro, 2008). Si bien la prensa gráfica mantuvo un lugar destacado en el mercado –tanto en términos de ejemplares vendidos como de facturación –, la expansión y el nivel de cobertura de la televisión 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 y por las señales de cable informativas. Esta relación de competencia propició el desarrollo de estrategias en la prensa que buscaron compensar el poder que habían perdido.

En este escenario, la personalización de la palabra periodística en la prensa se profundizó con la introducción de las firmas y con el mayor protagonismo de los columnistas. Según las gerencias, esto permitía responder a las demandas de mayor visibilización de los periodistas y fidelizar al público que empezaba a identificarse con ellos. Los diarios, que hasta entonces habían mantenido una voz colectiva e institucional extendieron la potestad de emitir juicio en nombre propio a los columnistas (Baldoni, 2024). En este pasaje de un periodismo anónimo a uno de firmas también el libro cumplió un rol relevante. Los columnistas con firma encontraron en el libro una plataforma para dar un salto cualitativo en sus carreras, que les permitía aumentar su visibilidad y llegar a los medios audiovisuales. En particular, esto fue una oportunidad para aquellos que comenzaron a orientar su carrera hacia la investigación periodística que había tomado impulso con las denuncias de corrupción de *Página/12* desde inicios de la década del noventa, que luego se expandieron al conjunto de la prensa y a los medios audiovisuales. 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.

2.1 El arribo de Planeta al mercado local

El libro periodístico no ocupó un lugar destacado en las grandes editoriales en la década del ochenta. No obstante, algunos de los títulos publicados en aquellos años constituyen antecedentes del género. Ello 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 Sudamericana, que le posibilitó a la casa foránea su ingreso al mercado local (Páez, 2018). Sin tener aún una orientación editorial clara, algunos títulos de coyuntura política del sello “Sudamericana-Planteta” se convirtieron en un hallazgo comercial.

El principal exponente 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 arquetípico del género de investigación y denuncia. En efecto, esta obra condensa varios de los elementos que caracterizaron al género.

Entre ellos se encuentran, en primer lugar, el tratamiento de una temática de coyuntura vinculada a la agenda política y mediática: el conflicto bélico que prologó el colapso del régimen militar. En segundo lugar, el libro se inscribía en la lógica de la revelación de las decisiones, alianzas y negociaciones realizadas por los poderes del gobierno tras bambalinas. En tercer lugar, esta “trama secreta” se revelaba a través de un relato narrativo que contribuía a su divulgación. En cuarto lugar, el valor de este perfil de autor constituido por periodistas residía en su acceso a fuentes inéditas: círculos de las élites políticas y económicas y, en este caso, a las militares.

En la época de Alfonsín, un gran libro fue *Malvinas. La trama secreta* de Van der Kooy, Cardozo y Kirschbaum. En ese momento fue un éxito abrumador, que nadie esperaba. Llegó a 75.000 ejemplares (...). Ahí lo que valió fue 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 cómo estuvo narrado. Se leía como un thriller. (Sabanés, 2019, exeditor de Planeta, entrevista propia).

El libro constituyó también un caso revelador de las incipientes estrategias de publicidad. Para *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, que marcaban la efectiva restauración institucional de la democracia. 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.

No obstante, estas innovaciones hoy leídas retrospectivamente como antecedentes de las fórmulas de marketing instauradas después, el éxito del libro sorprendió a los editores, cuya idea e iniciativa provino de los propios periodistas. A su vez, las lógicas entonces vigentes de contratación, en las cuales los autores debían financiarse el trabajo de investigación y el tiempo de escritura, revelan cómo para los periodistas 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:

Nosotros éramos muy cándidos en esto de ingresar al mundo editorial (...). La verdad tuvimos muy poco rigor para negociar (...) A nosotros ni anticipo nos dieron. O sea, los costos los pagábamos nosotros. Después, las ediciones sucesivas, sí, "dame un anticipo, lo agregamos". Pero entonces éramos muy vírgenes.

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 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. (Van Der Kooy, 2017, entrevista propia, cursivas agregadas).

Con este título, el sello inició la colección "Espejo". Sin embargo, bajo este rótulo sólo se publicaron dos títulos y la colección fue relanzada recién en 1990. El nombre fue tomado de la colección "Espejo de España" de la casa matriz de la editorial. Durante la transición española, aquella colección había promovido libros de investigación histórica, que le habían permitido a la editorial aggiornarse a los tiempos democráticos y contrarrestar su imagen históricamente asociada al régimen franquista (De Diego, 2008).

3 Planeta, un espejo del campo periodístico argentino

Con el relanzamiento en 1990 de la colección “Espejo”, para los periodistas se transformó el panorama editorial. La colección se inscribió en la reorientación de Planeta, cuyos directivos, ahora desligados del sello Sudamericana, buscaban posicionarla en el mercado local. Su editor principal, Ricardo Sabanes, contaba con una extensa trayectoria en la editorial. En 1990 su objetivo era identificar los nichos de mercado que se abrían con la crisis de la industria. Con una política agresiva que incluía la adquisición de editoriales y la cooptación de autores, se propuso el desarrollo de tres colecciones, entre ellas se encontraba “Espejo”, orientada específicamente al libro político⁴. La apuesta era tomar el lugar que entonces ocupaban otros grupos editoriales a través de la producción de best-sellers de coyuntura.

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 hacia este tipo de obras. Durante el período analizado (1990-2001), la colección publicó 79 títulos políticos de no ficción. De este conjunto, el 75% fue escrito por periodistas (59) y el resto por autores de las ciencias sociales y las humanidades (14), del ámbito militar (4) y del derecho (2). La presencia de autores de las ciencias sociales y de las humanidades se enmarcaba 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, dotaba a “Espejo” de una mejor reputación en esos ámbitos culturales⁵.

Asimismo, varias transformaciones del campo periodístico operaron como condiciones de posibilidad de la emergencia de la colección. Entre ellas, se encuentra la relevancia que adquirió el diario Página|12, nacido en 1987, en el ámbito de la prensa como referente de la renovación del periodismo y exponente de su polo intelectual. El diario congregaba a gran parte del espectro político-cultural, que había participado de los emprendimientos editoriales que impulsaron los libros periodísticos durante los ochenta (Baldoni, 2022). Uno de los síntomas de su influencia se manifiesta en la preeminencia de Página|12 como medio 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). Para convocar a este conjunto de autores “en disponibilidad”, el editor de Planeta diseñó estrategias de cooptación de los más reconocidos y le ofreció a lo más jóvenes posibilidades de desarrollo profesional. Ello se complementó con una política de reedición de las obras exitosas durante los ochenta.

A su vez, las transformaciones suscitadas en el campo político también contribuyeron al desarrollo de este género. De hecho, las políticas neoliberales y de reestructuración del Estado emprendidas por los gobiernos de Carlos Menem, fundamentalmente, a través de la privatización del erario público, fueron objeto de crecientes denuncias de escándalos de corrupción (Pereyra, 2013). En ellos, Página/12 tuvo un rol protagónico, debido a la repercusión mediática de los casos, que pasaron a formar parte de la agenda de otros diarios masivos de referencia, como Clarín y La Nación, y de programas políticos e informativos televisivos y radiales.

Cabe destacar que la vinculación entre “Espejo” y Página|12 no tuvo un carácter orgánico, ni se asentaba en un proyecto político-cultural común. En este caso, se trató más bien de afinidades electiva, en las circunstancias políticas y culturales recién reseñadas, las cuales extendieron las innovaciones del diario mediante la circulación de los actores que oficiaron como 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, pertenecía a una generación de jóvenes escritores formados 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” anglosajón y local, entre las que se encontraban las revistas de la transición argentina, como Humor, El Porteño y El Periodista de Buenos Aires. 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 generación encontró

en Página|12, con su retórica de la irreverencia, un ámbito de pertenencia y de identidad estético-cultural. Forn se sumó, primero, como colaborador:

Toda esa camada hemos sido fanáticos de revistas (...) e idolatrábamos a todos los tipos que eran del periodismo y que eran buenas plumas (...). Trabajábamos con un imaginario similar (...) mucho afán de tratar con un poco de humor tanto el peronismo como el antiperonismo, 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.

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

(...) te diría que, si el diario salió en el 87, en el 88 yo ya sentía que era mi diario (...). Me puse la camiseta de Página casi al instante: "esto habla de mí" o "esto tiene que ver conmigo". ¡Era la actitud! La tapa, el pirulo de tapa (...). La idea de contratapa como vidriera para escribir. En Página... era su manera de titular y la astucia (...). 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. (Forn, 2020, entrevista propia).

A diferencia de la generación que los precedía 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".

No éramos setentistas, no habíamos estado ahí (...). El espíritu de los setentistas era colectivo, el nuestro era individualista (...). Yo pertenezco a una generación bastante apolítica (...). Eran los comienzos o el apogeo de la posmodernidad en donde lo alto se cruzaba con lo bajo, lo moderno con lo antiguo. Había mucho diálogo entre supuestos opuestos. Eso para mí era la característica más atractiva de esa época. Después, la característica negativa era la frivolidad. (Forn, 2020, entrevista propia).

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 de narrativa. 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. Por un lado, su proyecto era 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 fondo⁶ –, pero cuyo rasgo común era presentar informaciones novedosas desde un tono narrativo, lo cual involucraba la construcción de una trama y la puesta en escena de una intriga. Este tipo de obras se valió de herramientas literarias, propias de la tradición del nuevo periodismo.

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. (Forn, 1992, p. 4).

Por otro lado, el libro periodístico dejaba de ser concebido como un libro político y pasaba a ser un libro sobre la política⁷. En línea con las transformaciones globales de la cobertura política, tendiente a privilegiar encuadres cínicos o análisis estratégicos (Cappella & Jamieson, 1996; Neveu, 1993; Saïtta, 2008; Schudson, 1999), estos libros propiciaron un periodismo de desciframiento que reduce la política a un juego, en el cual sus partícipes desarrollan estrategias para conquistar el poder (Kaciaf, 2013).

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 comenzó a residir en la capacidad de descifrar las estrategias subyacentes de las acciones y los discursos de los políticos, que escapaban a la visión del público. El estilo narrativo y de irreverencia al poder impulsado por Página|12, 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. Con la colección “Espejo”, el libro periodístico terminó de distanciarse del ámbito literario al tiempo en que se distanció también del campo político.

Entre aquellos periodistas que optaron por construir un perfil de investigación, el leitmotiv pasó ser dar a conocer ese mundo opaco compuesto de “tramas secretas”. Desde una posición omnisciente, los periodistas relataban, a partir de las informaciones que les brindaban sus fuentes en off, como si hubieran sido testigos, las escenas tras bastidores y reproducían los diálogos que mantenían allí los actores utilizando el estilo directo. Junto con ello, se produjo un desplazamiento de las preocupaciones periodísticas, centradas en las problemáticas políticas, hacia una mirada personalizada, orientada a los personajes, a través de una lectura que se situaba por encima de la escena política. A su vez, los libros de investigación contribuyeron a instaurar a la corrupción como problema público y movilizaron nuevos criterios de evaluación de la actividad política centrados en la moralidad de los actos de los gobernantes (Pereyra, 2013).

3.1 Periodistas “best-seller” o la configuración de una nueva élite

La conformación de una élite de opinión en la prensa también contribuyó a configurar la autoridad de los periodistas-autores. 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 expansión. A través de estrategias de marketing, que comenzaron a concebir a los autores como marcas (Saferstein, 2021), el lanzamiento de los libros incluyó acciones estandarizadas de visibilización mediática de la obra y de los periodistas-autores. Estas acciones eran coordinadas por los departamentos de prensa de las grandes editoriales, que marcaban un proceso de profesionalización de las relaciones entre las editoriales y los medios. Entre estas acciones 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, entrevistas de los autores en distintos diarios y revistas y participación en programas televisivos. Luego, se

complementaban con publicidad paga en espacios públicos y en medios gráficos y audiovisuales.

Esta novedosa articulación entre editoriales y medios también reconfiguró el ámbito de la prensa, en especial, de los suplementos y las revistas, que comenzaron a dedicarle un espacio a este tipo de obras. La revista cultural *La Maga*, fundada en 1990, contaba con una sección dedicada a los libros. En 1991, *Página|12* inauguró un suplemento cultural llamado “Primer Plano”, en honor al semanario *Primera Plana*. Dirigido por Tomás Eloy Martínez, el suplemento le dio un gran impulso a los libros periodísticos y promovió su jerarquización a través de listados de los más vendidos. A su vez, las revistas políticas y las revistas de sociedad inauguraron secciones en las que presentaban anticipos de las obras o bien entrevistas 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 cuyos títulos lideraban los rankings comenzaron a gozar de una exposición mediática amplificada e inusitada para este tipo de figuras.

La editorial refrendó 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 a una obra literaria inédita, seleccionada por un jurado de notables, compuesto por críticos y escritores. A este evento, sumaron 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-seller⁸.

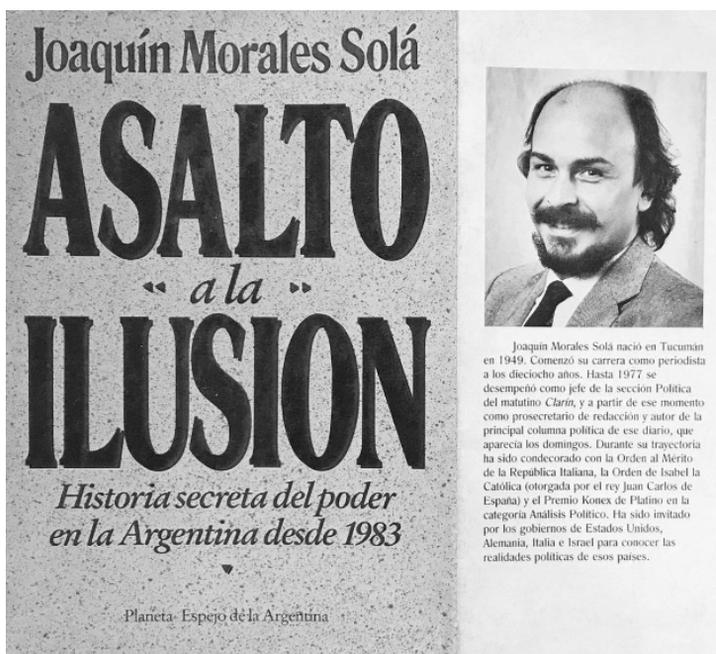
En el campo periodístico, este número devino también un símbolo de éxito y de notoriedad, que comenzó a operar como un criterio de excelencia profesional. Publicar un libro en una gran editorial implicaba un ascenso en términos de carrera y de reputación frente a los pares y a los propietarios de medios. Además, la conversión en autor de best-seller suponía un salto cualitativo: la conformación de un público “propio” masivo de lectores identificados con el autor a título personal.

Siempre vendí muchos libros, pero no así. Yo era un tipo que siempre vendía 40.000, 50.000, 60.000 libros (...). Pero hay una cosa que pasa después de los 100.000 libros, 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... 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. (Lanata, 2015, entrevista propia).

A su vez, el protagonismo de los autores se evidenció en la innovación estilística de la colección “Espejo” con el agregado de solapas. En ellas se presentaba una foto del autor, cada vez más estilizada, seguida de una breve reseña de su trayectoria profesional, que también se transformó en una insignia reputacional (ver imagen 1).

Imagen 1



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 había sido el principal columnista de *Clarín* durante los ochenta. En 1990, en el marco de la conversión del diario en multimedio, tras su renuncia

proyectó reorientar su carrera con la escritura de un libro. El libro fue publicado por Planeta. El editor Sabanes recuerda los criterios con los cuales valorizaban la figura del periodista:

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

¿Y qué 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. (Sabanés, 2019, entrevista propia, cursivas agregadas).

Como muestra la cita, la firma se había convertido en una forma de condensación de capitales simbólicos. La élite de opinión de 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: la interpelación a un “nuevo” público, medido por los estudios de marketing y las 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 interpelaba 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).

El libro *Robo para la corona: los frutos prohibidos de la corrupción*, de Horacio Verbitsky, publicado en 1991 en la colección “Espejo”, se convirtió en el primer gran best-seller. Según las cifras de distintas notas periodísticas, en sus primeros dos meses vendió 110.000 ejemplares, que finalmente ascendieron a 250.000. A partir de su éxito, se transformó en una referencia del boom de los libros de investigación, y generó un contexto propicio para su desarrollo. Así, varios trabajos periodísticos incrementaron su alcance y se revalidaron antiguas producciones. Entre ellos, el libro de Morales Solá cobró un nuevo impulso, y *Malvinas...* 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 librerías que iban en sus propios autos a retirar los pedidos porque si perdían medio día de ventas eran quizás 100 ejemplares que no vendían. Había una especie de fiebre. (Forn, 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 el ámbito cultural y político por un público relativamente restringido: intelectual y culto. Este reconocimiento se vinculaba con sus libros periodísticos, publicados por pequeñas editoriales intelectuales de izquierda durante los ochenta, y por su participación como columnista político de Página|12. Con este título, Verbitsky alcanzó al gran público y su obra delineó la agenda mediática. Además de las cifras de ventas, 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. Asimismo, la obra tuvo importantes repercusiones públicas: además de referencias en medios gráficos, fue el foco de debates en programas políticos televisivos, y de declaraciones de los principales funcionarios políticos mencionados en el libro,

incluyendo al presidente de la nación.

Su llegada a la editorial, tanto como la ideación y producción del libro, estuvo mediada por la intervención de Forn. Desde entonces, Verbitsky mantuvo una relación con Planeta durante todos los noventa, y se convirtió en uno de los principales autores de la colección “Espejo”. 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. Frente a la creciente individualización de su nombre, construyó un perfil público apegado a los espacios que conservaban mayor legitimidad cultural: el mundo de la prensa gráfica y el de los libros. Así, mientras Página|12 representaba su plataforma colectiva de trabajo, los libros se constituyeron en una apuesta personalizada en la que su firma ganaba más autonomía.

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, fue definido como un “Yo acuso argentino” (La Nación, 29/12/1991), en referencia al J'accuse 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 (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 “compelidos” a tomar posición respecto de la obra.

En resumen, si consideramos las distintas lógicas que presenta durante estos años el periodismo de investigación es posible afirmar que Verbitsky oscila entre una apuesta profesional y una apuesta política. Con capitales previos, el periodista ingresa así a las lógicas del juego promovidas 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 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.

Como puede observarse en los casos analizados, en términos

de género, la preeminencia masculina marcó la pauta de esta élite de la opinión y de los autores de libros periodísticos. Del conjunto de los libros publicados por la colección “Espejo”, el 83% (66) corresponden a periodistas varones y sólo el 17% (13) a periodistas mujeres. No obstante, algunos de los best-seller de estos años fueron escritos por mujeres⁹, lo que da cuenta de un perfil más abierto a la feminización en el mercado editorial que en el mundo de la prensa. Por caso, las columnas políticas con firma de los diarios de referencia, como Clarín y La Nación, se mantuvieron en manos de periodistas varones hasta los años 2000, pese a la incipiente feminización de la sección política (Baldoni, 2024). En este sentido, el libro permitió el salto a la notoriedad de algunas mujeres del periodismo político, que la prensa de referencia había vedado.

4 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. 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 a una reconversión del género hacia fines de la década. Como señala Pereyra (2013), a lo largo de los noventa, la investigación periodística se expandió desde los diarios hacia la radio y la televisión, hasta devenir en una producción continua de denuncias. Con esta reapropiación y banalización por parte de los medios audiovisuales, los libros perdieron su capacidad de impacto y el género comenzó a mostrar signos de saturación.

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. En el caso de Planeta, editores provenientes de la casa matriz aplicaron recortes financieros, reconfiguraron los equipos de trabajo y estimularon el

incremento de la publicación de best-sellers. La colección “Espejo” se vio afectada por la merma en la calidad de los libros, priorizando aquellas obras “de coyuntura” frente a las “de fondo”, y la disolución de parte del equipo editor.

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. Asimismo, entre mediados y fines de la década, el modelo de acumulación de orientación neoliberal y la política monetaria de la convertibilidad mostraban 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 & Pucciarelli, 2014). 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. En ese marco, orientaron sus producciones hacia otros géneros. Además de los libros biográficos sobre personajes de la política, recurrieron a las tradiciones del ensayo y del revisionismo histórico (Semán, 2006) como un modo de ofrecer claves interpretativas a la crisis cada vez más acuciante que atravesaba el país.

5 Conclusiones

El desarrollo de los libros periodísticos durante los noventa evidenció una serie de reconfiguraciones tanto en las lógicas de publicación como en las cambiantes lógicas de las relaciones del campo periodístico con el campo cultural y con el campo político. A lo largo del período, en primer lugar, el libro periodístico atravesó un proceso de creciente autonomización respecto del ámbito literario, y se constituyó en un género con derecho propio. En segundo lugar, el género periodístico asumió una posición distanciada respecto a la política. En relación con estos procesos se delinearón distintas formas personalizadas de intervención pública de los periodistas, al tiempo que se resignificaron los sentidos atribuidos a la publicación y a la autoría.

En el seno de las editoriales pequeñas y medianas, durante

los años ochenta, la publicación de libros había sido concebida como una prolongación del oficio y una apuesta político-intelectual para las plumas de la prensa (Baldoni, 2022). En cambio, durante los años noventa, de la mano de las grandes editoriales, la comercialización del género amplió la puerta de entrada al campo editorial y permitió el acceso a periodistas que no necesariamente portaban credenciales literarias. A su vez, con el auge y la bestsellerización de los libros de investigación y denuncia, los periodistas se erigieron como autores-marca y alcanzaron públicos masivos. El éxito en el mundo del libro se convirtió así en una fructífera herramienta de personalización y de autonomización respecto de las organizaciones de prensa y, por tanto, contribuyó a la configuración de nuevos modelos de encumbramiento profesional. Ello no supuso la pérdida de prestigio y poder de la prensa de referencia, pero los periodistas que alcanzaron notoriedad a título personal, se convirtieron en una voz que se complementaba o bien competía con las de aquellas instituciones. En este sentido, los roles y retóricas que movilizaron contribuyeron a reconfigurar los contornos del campo periodístico en su conjunto.

En efecto, con el pasaje del libro político al libro sobre la política, los periodistas legitimaron sus intervenciones, no ya en el tratamiento de los grandes asuntos públicos, sino en el ideario de un periodismo crítico cuyo valor radicaba, según esta visión, en su capacidad de develamiento de las “tramas ocultas” del poder. Los periodistas movilizaron grillas de lecturas personalizadas y moralizantes de la política y de sus lógicas de connivencia con los poderes económicos, mediante las cuales interpelaron, al tiempo que configuraron, a ese sector del público interesado por la política, pero cada vez más desencantado con las instituciones tradicionales de representación. Contribuyeron de este modo a legitimar un modelo de periodismo crítico y distanciado de la política, que incluso en línea con los procesos internacionales llegó a movilizar una retórica *cínica sobre* la política.

Pese a que el género de la investigación y de la denuncia fue perdiendo interés para el público lector hacia finales de la década del noventa, ello no implicó el declive de los libros periodísticos. Recurriendo a otros géneros, como el del ensayo histórico o de actualidad, los periodistas lograron mantener el lugar que habían conquistado en el segmento del libro político tras el repliegue de las figuras intelectuales clásicas. Con diferentes perfiles, más

cercanos al polo intelectual o al comercial, según el caso, se instauraron como figuras públicas que tendieron a posicionarse por encima de las disputas políticas y a ocupar el rol de contralor del poder de turno.

NOTAS

- 1 Este fenómeno no es privativo de la Argentina, sino que también tuvo un desarrollo similar en otros países como, por ejemplo, Brasil y Francia. Ver Catalão, 2010; Charbit y Olivera (2008); Bastin y Ringoot (2014); Leroux, Le Bart y Ringoot (2014); Neveu (1992); Olivera (2002).
- 2 Realizada en colaboración con Wenceslao Gómez Rodríguez y Gabriel Monteleone en el marco del proyecto de investigación colectivo dirigido por la XXXX en el XXXX.
- 3 Retomamos aquí la categorización de Bonacci (2019: 217-218) de “editoriales intelectuales”. Éstas se diferencian de las empresas de gran edición y de las editoriales académicas por sus estrechos vínculos con fracciones y formaciones intelectuales y por la voluntad de intervenir en el debate político a través de sus principales colecciones.
- 4 “Espejo” se complementó con el lanzamiento de una colección de nueva narrativa argentina, “Biblioteca del Sur”, y otra de ensayo histórico, “Mujeres argentinas”. Así, 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: 212).
- 5 Ello se dio a partir de la incorporación como codirector de Alejandro Horowicz en la colección, quien en su juventud se había formado como periodista en las revistas político-culturales de los años sesenta y setenta y se había orientado hacia el ámbito académico en la carrera de Sociología de la UBA.
- 6 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, ver Saferstein (2016).

- 7 Retomamos esta concepción de Leroux, Le Bart y Ringoot (2014).
- 8 Hacia principios de los noventa, según relatan los editores, se consideraba best-seller a aquellos libros que vendían 50.000 ejemplares. A medida que aparecieron casos que superaron esta cifra, los 100.000 se instalaron como un símbolo de masividad, aunque solo alcanzaron este número unos pocos títulos de no ficción.
- 9 Un ejemplo paradigmático de estos casos de bestsellerización lo constituye el libro, publicado en 1993 en Espejo, *El Jefe. Vida y obra de Carlos Saúl Menem* de la periodista de *Página|12*, Gabriela Cerruti.

REFERENCIAS

- Baldoni, M. (2022). El libro político y el “nuevo periodismo”: un análisis de las colecciones político-periodísticas tras la restitución democrática argentina de 1983. *Políticas de la memoria*, (22), 96-113. DOI: 10.47195/22.749
- Baldoni, M. (2024). *De “ciudadanos comprometidos” a “fiscales de la República”: la personalización del periodismo político tras la restitución democrática argentina (1983-2001)* [tesis de doctorado no publicada]. Universidad Nacional de General Sarmiento.
- 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* (pp. 139-156). L'Harmattan.
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra*. 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. Recuperado de <https://apuntescecy.com.ar/index.php/apuntes/article/view/725>
- 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 no publicada]. Universidad de Buenos Aires.
- Botto, M. (2006). 1990-2000. La concentración y la polarización de la industria editorial. In J. L. de Diego (Ed.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000* (pp. 209-248). Fondo de Cultura Económica.

Bourdieu, P. (2002) [1966]. Campo intelectual y proyecto creador, en *Campo de poder, campo intelectual: Itinerario de un concepto*, 9-50. Madrid: Montessor.

Bourdieu, P. (2008) [1996]. *Sur la télévision : suivi de L'emprise du journalisme*. 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. DOI: 10.1177/0002716296546001007

Cardoso, O. R., Kirschbaum, R., & Van der Kooy, E. (1983). *Malvinas. La trama secreta*. Sudamericana-Planeta.

Catalão Jr. A. H. (2010). *Jornalismo best-seller: O livro-reportagem no Brasil contemporâneo* [tesis de doctorado, Universidade Estadual Paulista]. Acervo Digital da Unesp.

Cerruti, G. (1993). *El jefe. Vida y obra de Carlos Saúl Menem*. Planeta.

Charbit T., & Olivera, Ph. (2008). "Le" politique à l'épreuve du livre: recherches croisées sur les catégories lettrées de l'entendement politique. In M. Offerlé & H. Rousso (Eds.), *La fabrique interdisciplinaire: histoire et science politique* (pp. 73-85). Presses Universitaires de Rennes (PUR).

Coser, L. A. (1973) [1968]. *Hombres de ideas: el punto de vista de un sociólogo*. Fondo de Cultura Económica.

De Diego, J. L. (2006). 1976-1989. Dictadura y democracia: la crisis de la industria editorial. In J. L. de Diego (Ed.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000* (pp. 163-207). Fondo de Cultura Económica.

De Diego, J. L. (2008). Algunas hipótesis sobre la edición de literatura en la España democrática. *Anales del I Congreso Internacional de Literatura y Cultura Españolas Contemporáneas*. Universidad Nacional de La Plata.

Kaciaf, N. (2013). *Les Pages "Politique": Histoire du journalisme politique dans la presse française (1945-2006)*. Presses universitaires de Rennes.

Landi, O. (1991). Videopolítica y Cultura. *Diálogos*, (29), 1-14. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/198417>

Le Roux, P., Le Bart, Ch., & Ringoot, R. (2014). Les livres de journalistes politiques. Sociologie d'un passage à l'acte. *Mots. les langages du politique*, 1(104), 5-17. DOI: 10.4000/mots.21566

López, A. (1992, 1 de abril). Los intelectuales argentinos y la práctica

política. *La Maga*, p. 31.

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

Noel, M. A. (1991, 29 de diciembre). Prolija pesquisa periodístico. *La Nación*.

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

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

Offerlé, M. (2011). *Perímetros de lo político: contribuciones a una socio-historia de la política*. Antropofagia.

Olivera, P. (2002). Catégories génériques et ordre des livres: Les conditions d'émergence de l'essai pendant l'entre-deux-guerres. *Genèses*, 47(2), 84-106. Recuperado de <https://shs.cairn.info/revue-geneses-2002-2-page-84?lang=fr>

Páez, D. (2018). *La concentración del mercado editorial en Argentina entre 1991 y 2001* [tesis de maestría, Universidad Nacional de Quilmes]. Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes.

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

Pucciarelli, A. (2011). Menemismo. La construcción política del peronismo neoliberal. In A. Pucciarelli (Ed.), *Los años de Menem. La construcción del orden neoliberal* (pp. 23-70). Siglo XXI.

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). Siglo XXI.

Ranieri, S., & Russo, M. (1992, 11 de marzo). Los libros de investigación escritos por periodistas lideran el mercado editorial de producción nacional. *La Maga*.

Ribadero, M. (2018). La batalla del libro. *Anuario IEHS (Instituto de Estudios Histórico-Sociales "Prof. Juan Carlos Grosso"*, 33(2), 61-77. Recuperado de <https://ojs2.fch.unicen.edu.ar/ojs-3.1.0/index.php/anuario-ies/article/view/266>

Rinesi, E., & Vommaro, G. (2007). Notas sobre la democracia, la representación y algunos problemas conexos, en *Los lentes de Victor Hugo*. In E. Rinesi, G. Nardacchione & G. Vommaro (Eds.), *Transformaciones políticas y desafíos teóricos en la Argentina*

reciente. UNGS/Prometeo.

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. Siglo XXI.

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. Recuperado de <https://shs.cairn.info/revue-mots-2008-2-page-113?lang=fr>

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

Schudson, M. (1999). Social origins of press cynicism in portraying politics. *American Behavioral Scientist*, 42(6), 998-1008. DOI: 10.1177/000276499219547

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

Szpilbarg, D. (2015). *Las tramas de la edición mundializada. Transformaciones y horizontes del campo editorial en Argentina 1998-2013* [tesis de doctorado no publicada]. Universidad de Buenos Aires.

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*, 42(68), 647-665. DOI: 10.2307/3455908

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

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

Verbitsky, H. (1991). *Robo para la corona. Los frutos prohibidos de la corrupción*. Planeta.

Waisbord, S. (2000). Industria global, culturas y políticas locales: la internacionalización de la televisión latinoamericana. *América Latina Hoy*, (25), 77-85. DOI: 10.14201/alh.2668

MICAELA BALDONI. Doctora en Sociología de la Écoles des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS) y Doctora en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS). Licenciada en Sociología de la Universidad de Buenos Aires (UBA), casa de estudios en la que se desempeña como Profesora Asistente. Es Becaria Postdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICET) en la Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios en Ciencias Sociales (EIDAES) de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM). Email: micaelabaldoni@gmail.com