



Sociohistórica, núm. 51, e195, marzo-agosto 2023. ISSN 1852-1606  
Universidad Nacional de La Plata  
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación  
Centro de Investigaciones Socio Históricas

## Las prácticas intelectuales de los gestores. Reseña de 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*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina, 224 páginas

---

 Tomas Ventura

tomas.ventura@live.com.ar

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación,  
Universidad Nacional de La Plata, Argentina

**Cita sugerida:** Ventura, T. (2023). Las prácticas intelectuales de los gestores [Revisión del libro *¿Cómo se fabrica un best seller político? La trastienda de los éxitos editoriales y su capacidad de intervenir en la agenda pública* por E. Saferstein]. *Sociohistórica*, 50, e195. <https://doi.org/10.24215/18521606e195>

Cuando se habla de intervenciones intelectuales en la esfera pública, pocas veces se piensa en agentes como los editores de grandes grupos editoriales. Cuando se habla de la producción cultural o política, muchas veces se la escinde de los criterios económicos o comerciales. *¿Cómo se fabrica un best seller político? La trastienda de los éxitos editoriales y su capacidad de intervenir en la agenda pública* de Ezequiel Saferstein<sup>1</sup>, cuestiona esas tendencias del campo académico y muestra la relevancia del cruce entre política y mercado editorial. Lo hace, tal como señala Claudio Benzecry en la presentación del libro, prestando atención al detalle del proceso de una manera exhaustiva.

El trabajo está ordenado por una hipótesis central: la racionalidad económica no explica todo el proceso de los best seller políticos. Desde allí, el autor se propone indagar en la dinámica del campo editorial argentino



durante del kirchnerismo y describirla. La relevancia de este planteo está relacionada con los supuestos previos que sostienen el lugar eficaz del espacio editorial en la disputa cultural, discursiva y política. Lejos de ser una mera afirmación, la investigación muestra esta eficacia a medida que describe el funcionamiento del campo y sus agentes.

Dentro del marco teórico que fundamenta esta investigación, destacamos a dos autores: Pierre Bourdieu y Robert Darnton. A partir de estos se puede anticipar el camino que recorrerá el autor en el campo multidisciplinar de los estudios sobre el libro y la edición. Las herramientas analíticas de Bourdieu sostienen el acercamiento a las prácticas específicas que desarrollan los editores, en el marco de transformaciones globales que son procesadas de manera específica por el campo de la edición. Los planteos de Robert Darnton sobre los efectos del libro en la erosión de la legitimidad del Antiguo régimen son una clara base sobre la que se asienta este estudio. Saferstein retoma, por un lado, la noción de “efecto libro” y sus 5 características; por otro, la problematización de los límites de los estudios sobre la difusión, fuertemente definidos por su carácter cuantitativo. Así, analiza el rol que cumplen los libros de política en la gestación y circulación de discursos e ideas de relevancia en el debate público. Y desde allí, logra recuperar la agencia de los editores en ese proceso.

En la introducción, el autor nos presenta un panorama general de los estudios del libro y la edición y de la particularidad argentina que lo lleva a pensar la edición como prisma de la política. Se delimita entonces un periodo (el kirchnerismo) y un objeto (los best seller políticos).

El abordaje desde la sociología de la cultura pondrá el foco en los agentes y el proceso de materialización de los textos en libros comerciales, y en el juego de posiciones y valoraciones. El objeto no será el contenido específico de los best seller políticos, por lo tanto, no habrá un énfasis en análisis textuales (debemos destacar que el análisis de elementos “formales” aparece más adelante, en función de mostrar un aspecto de la intervención de los editores). De igual manera, existe una relación cercana entre el campo editorial y tres tópicos que Saferstein analiza y no podemos dejar de mencionar: La identidad argentina, el revisionismo de los setenta y la investigación periodística centrada en la corrupción. No deja de resonarnos la propuesta de Darnton para ver cómo el “efecto libro” consolida un relato que tiene efectos en la cultura.

Luego, el libro se organiza en cuatro capítulos que siguen el ciclo de los best seller políticos, desde lo general a lo particular, y desde el inicio hasta el final. Podemos decir que los capítulos van en línea con los tres niveles de análisis que plantea el autor: Uno de trasfondo que refiere las transformaciones económicas y culturales ocurridas a escala global; un segundo nivel que observa las características locales de la “ingeniería editorial” derivada del proceso general; y un tercer nivel centrado en las prácticas y representaciones de los involucrados en el proceso editorial. Más allá de esta primera presentación esquemática, es en el cruce de estos tres niveles en donde se ve la productividad del trabajo de Saferstein.

El primer capítulo arma un panorama del mercado editorial argentino, sus particularidades históricas y su plena inserción en el mercado mundial. En ese marco, el editor se transforma: cambia su rol, su trayectoria, y la construcción discursiva de sí mismo. Este capítulo ejemplifica una de las fortalezas del libro en general: la pluralidad metodológica que permite trabajar distintos aspectos del proceso; desde los sólidos estudios previos sobre el espacio editorial, al trabajo cuantitativo con estadísticas de sector, hasta llegar a la parte cualitativa con entrevistas que permiten reconstruir la perspectiva de los actores situados. Allí mismo vemos las ventajas de su decisión, al mostrar que la explicación economicista del fenómeno reproduce el discurso de los agentes involucrados y los reduce a meros gestores. Así, esas explicaciones anulan la oposición constructiva característica del sector editorial, subestiman la relevancia de estas publicaciones y ocultan la agencia de los editores. Lejos de ser una mera limitación, las transformaciones económicas posibilitan a los editores de grandes grupos una intervención eficaz sobre la esfera pública.

En el segundo capítulo, se aborda esta intervención y los códigos de un grupo social específico. Para eso, se trabaja con entrevistas que permiten reconstruir las prácticas de los editores y las significaciones que ellos mismos les otorgan. Ese cruce, sumado al relevamiento de datos del sector, permite ver cómo se construye una escala de editores. Esa escala está ligada a prácticas, a resultados, a tipos de libros publicados,

y reserva el lugar más importante para los editores “con olfato”. Si los involucrados lo presentan como algo inasible y ligado a una individualidad genial, el análisis mostrará sus componentes y sus formas de operar. Nuevamente, los aspectos económicos son centrales, no porque lo determinen, sino porque son parte de la construcción práctica y simbólica del olfato: los cambios del mercado editorial generan herramientas que son parte del olfato, y también generan la necesidad de que los editores justifiquen su propia existencia y valor (un valor ligado a lo local, a lo artesanal, a lo individual, un valor intangible). En el análisis comparativo de casos específicos, el autor vuelve sobre el discurso economicista y muestra como la idea de olfato permite cuestionarlo: al revisar el catálogo de una editorial en comparación con la trayectoria de un editor (Pablo Avelluto) y sus puntos de vista en entrevistas, se puede ver que el editor no es un mero gestor sino un agente activo en la promoción de discursos en la esfera pública. Esa intervención, destaca Saferstein, se refuerza por la exigencia comercial.

En el tercer capítulo se aborda la relación entre editores y autores. Estos últimos son las figuras visibles y muchas veces un libro los posiciona como intelectuales públicos. Para llegar a esto, en la trastienda existen muchas decisiones de los editores que hacen a la construcción de un autor. En base a sus entrevistas, Saferstein observa cómo el pragmatismo no es lo único que importa para los editores. A partir de la comparación de diferentes autores pertenecientes a diferentes segmentos editoriales, profundiza en el impacto que tiene la afinidad entre editor y autor a la hora de la contratación. Destacamos aquí algo que se plantea durante todo el libro: la trayectoria de los editores, sus espacios de sociabilidad, los grupos intelectuales a los que pertenecen, sus valoraciones personales, son aspectos claves en su labor. En una segunda instancia, Saferstein muestra cómo la ingeniería editorial se vuelca a “construir” al autor seleccionado. Observando las prácticas editoriales, las lógicas de la ingeniería editorial y algunos rasgos formales de la edición y diseño de ciertos libros, revela que la figura de autor de best sellers políticos se explica por las mediaciones y los mediadores que lo erigen y lo apuntalan.

El cuarto capítulo estudia la circulación de los best seller políticos. Si las mediaciones son clave, ¿qué hace el espacio editorial para que ciertos autores sean más exitosos en la discusión pública? Con esta pregunta nos adentramos en una descripción de las distintas instancias en que se apuntala a un autor. Vemos entonces que los elementos convencionales se suman a otros no convencionales. En esta etapa, se trabaja en la intersección de discursos y campos, lo que habilita el surgimiento de ciertos acontecimientos no convencionales sobre los que se monta la ingeniería editorial. Saferstein vuelve a adaptar su metodología al objeto: la reconstrucción de prácticas específicas de ciertos autores y la observación participante nos muestran instancias fundamentales de construcción de la figura autoral pero también de interpretación del texto. Porque si el texto es inasible, su materialización, circulación y presentación, y las valoraciones políticas que se hacen, no lo son. Esto queda evidenciado al seguir las reacciones generadas por los best seller políticos (cambios institucionales, debates públicos, instancias judiciales, articulaciones políticas). Al observar a los agentes del espacio editorial, en sus trayectorias y afinidades, podemos ver que existe una sinergia no casual entre distintos nodos de la producción cultural (y entre estos y ámbitos como el político, el económico, el judicial), que ayuda al éxito comercial, simbólico y político de ciertos libros.

Por estar anclado en un espacio disciplinar caracterizado por la multiplicidad de teorías, métodos y objetos, debemos destacar la integralidad con la que este libro aborda un tipo de producción cultural particular. A partir de un estudio específico, profundiza el conocimiento sobre cómo se construye la legitimidad de los nuevos intelectuales, tomando en cuenta la mediación de agentes culturales que suelen ser omitidos o subsumidos al rol de “gestores”; y en la impugnación de esta última palabra vuelve a verse la productividad de una lectura atenta a los cruces entre racionalidad económica y espacio cultural, intelectual y político.

## NOTAS

- 1 Ezequiel Saferstein es sociólogo, magíster en Sociología de la Cultura, Doctor en Ciencias Sociales por la UBA y miembro del Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierda (CEDINCI).